

# Autodiagnose da **formação superior e qualificação profissional** em **turismo**: Pistas para uma (necessária) reorientação?

THIAGO DUARTE PIMENTEL \* [ thiagodpimentel@gmail.com ]

SARA CONCEIÇÃO DE PAULA \*\* [ sara.angrense@gmail.com ]

**Resumo** | Este artigo apresenta parte dos resultados de uma pesquisa realizada sobre a formação e inserção profissional no mercado de trabalho na área do turismo, no Brasil. Especificamente, este trabalho tem como objetivo analisar as expectativas dos atuais alunos e dos egressos do curso de turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora quanto à formação profissional e qualificação em turismo. A pesquisa possui caráter exploratório e pretende contribuir para o preenchimento da lacuna expressiva a respeito de estudos envolvidos nesta temática. A abordagem é quali-quantitativa utilizando-se a estatística descritiva simples e análise de conteúdo oferecendo possibilidades de cruzamento de informações. Os resultados encontrados evidenciam o perfil do aluno/egresso apresentando suas práticas de estudos e comportamento, além de eventuais incongruências na expectativa do mercado de trabalho e aproveitamento do curso. Como conclusão, as percepções centrais indicam um desconhecimento por parte do aluno a respeito da formação em turismo e seu potencial e, por consequência, observa-se uma incoerência entre o papel atuante do aluno em seu curso e sua atuação no turismo diante dos desafios do mercado.

**Palavras-chave** | Formação superior, Turismo, Mercado de trabalho.

**Abstract** | This article presents the results of a survey on the training and professional insertion in the labour market in the area of tourism in Brazil. Specifically, this study aims to analyze the expectations of current students and graduates of the course of tourism of the Universidade Federal de Juiz de Fora with regard to vocational training and qualification in tourism. The research has exploratory character and aims to contribute to filling the gap expressive about studies involved in this theme. The approach is quali-quantitative research using simple descriptive statistics and content analysis offering possibilities of cross-check. The results show the profile of the student/graduate studies and practices presenting their behavior, in addition to possible incongruities in expectation of the labour market and take advantage of the course.

\* **Doutor em Ciências Sociais** pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil. **Professor e pesquisador** do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/PPGCSO e do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil.

\*\* **Graduada em Administração** pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil. **Membro** grupo de pesquisa Cogito/Conhecimento Organização e Turismo – UFJF/CNPq.

As a conclusion, the Central insights indicate a misunderstanding on the part of the student regarding the formation oilfield and its potential and, consequently, there is an inconsistency between the active role of the student in his course and his performance in front of tourism market challenges.

**Keywords** | Higher education, Tourism, Labour market.

## 1. Introdução

O turismo vem obtendo destaque no mundo, tanto pela questão econômica quanto pela social que envolve<sup>1</sup>. Certamente, esse crescimento econômico tem demandado a incorporação de trabalhadores à atividade turística, sobretudo, daqueles cada vez mais qualificados. Para fornecer essa qualificação esperada pelo mercado e sociedade, órgãos públicos, empresas privadas e entidades governamentais relacionadas à educação tem ofertado cursos, em diferentes níveis de qualificação e para diferentes públicos, constituindo assim parte integrante do processo de formação-qualificação-exercício profissional. Segundo Tribe (2008) a área de educação em turismo, tanto em níveis técnico e tecnológico quanto em nível superior – e, sobretudo, neste – vem apresentando crescente importância consolidando um corpo de pesquisa.

Contudo, apesar desses incrementos quantitativos e o *boom* da criação de cursos em turismo no Brasil, principalmente a partir da década de 1990, a formação profissional em turismo foi – e ainda é – taxada neste país como deficiente. No Brasil há um “[...] contra-senso existente entre a carência de profissionais qualificados, a ampla oferta de cursos superiores de turismo e o comum cenário de desemprego entre os profissionais da área” (Mota, 2007, p. 43). Hoerner e Sicart (2003), tomando como partida o contexto francês e europeu, afirmam que cerca de 80% dos egressos dos cursos de turismo não trabalham na área. No estudo realizado por Pimentel e Paula (2013) quase 60% dos egressos também estavam nesta situação.

No contexto brasileiro, a formação em turismo enfrenta desafios específicos como: (i) os elevados índices de não absorção dos profissionais formados pelos cursos de turismo pelo mercado de trabalho; (ii) os elevados índices de desistência, trancamento, reopção, obtenção de novo título, etc. que marcam a rotina administrativa destes cursos; e, (iii) a falta de uma visão clara por parte dos entrantes sobre a profissão e o perfil profissional que a mesma requer. Tais aspectos contribuíram para uma retração na oferta de formação profissional superior, o fechamento de cursos da iniciativa privada e a revisão do perfil profissional, por parte dos cursos remanescentes, sobretudo, nas universidades públicas, onde a possibilidade de extinção do curso é mais remota. Nestas, é possível encontrar esforços no sentido de uma reavaliação sistemática do currículo e dos projetos pedagógicos dos cursos de turismo e seu posicionamento, sobretudo, já que abrangem a maior malha remanescente da oferta de cursos de turismo.

Diante deste cenário, este trabalho apresenta os resultados parciais de uma pesquisa mais ampla orientada pela seguinte questão de investigação: quais as expectativas dos diferentes atores envolvidos (mercado de trabalho, instituições de ensino e alunos) quanto à formação profissional e qualifica-

---

<sup>1</sup> Dados do *Panorama de Turismo Internacional* da OMT (2010) mostram que a contribuição do turismo para atividade econômica mundial chega cerca de 5% do PIB mundial, além do mais este é responsável por cerca de 7% dos empregos do mundo. O setor do turismo ainda está por se expandir, pois de acordo com a OMT (2010) estima-se que a segunda década do século XXI seja ‘a década de viagens e turismo’.

ção em turismo? Esta pesquisa foi operacionalizada<sup>2</sup> a partir de um estudo de múltiplos casos onde colocou se em perspectiva três grupos: instituições de ensino, empresas e profissionais de turismo (este se subdividiu novamente em três subgrupos: recém ingressados em cursos superiores, em meados de sua formação e egressos).

Para os propósitos deste artigo, o objetivo aqui será analisar as expectativas dos atuais alunos do curso de turismo (i.e. grupo profissionais, subgrupo em formação) quanto à formação profissional e qualificação em turismo. O *locus* de estudo para realização desta pesquisa é a cidade de Juiz de Fora/MG, Brasil.

A seguir, são delineados as referências que nortearam teoricamente os rumos deste estudo. Na terceira seção deste artigo, são apresentados os procedimentos metodológicos da pesquisa, com destaque para o mix de técnicas de coleta e análise quanti-qualitativas. Em seguida, são discutidos os resultados parciais deste subgrupo do estudo, onde se apresenta um raio-x da situação dos alunos em termos do investimento em sua formação profissional. Por fim, são tecidas as considerações finais a que este estudo permitiu chegar, bem como apontamentos sobre limitações e possibilidades de estudos futuros.

<sup>2</sup> A hipótese que fundamentou a pesquisa é a de que os problemas na formação superior em turismo estão, preponderantemente, relacionados à existência de diferentes expectativas por parte dos atores envolvidos no processo. Sejam eles os alunos, que demandam um curso de qualificação, em um determinado nível; as instituições de ensino, que são responsáveis pela oferta de cursos e formação dos currículos; e, numa terceira ponta, o mercado de trabalho, que demanda profissionais para solucionar problemas técnicos em situações reais e que precisam lidar com uma profissão recente. Partiu-se da premissa de que a visão e as práticas dos diferentes atores (alunos, profissionais, empresas e instituições de ensino) que constituem este campo produtivo, necessariamente criam expectativas e, de algum modo, fazem com que os outros atores envolvidos orientam suas ações favoravelmente ou não em relação a tais expectativas. E, no geral, é pelo conjunto de expectativas compartilhadas que orientam são necessárias e complementares, sobretudo quando são convergentes, é que são estabelecidas as bases, termos de saberes e competências constituintes do campo.

## 2. Atuação profissional e mercado de trabalho em turismo

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) investigou o mercado de trabalho do setor de turismo no Brasil, apontando as principais atividades relacionadas ao turismo: alojamento, alimentação, transporte, auxiliares do transporte, agências de viagens, aluguel de transporte cultura e lazer. Este estudo mostrou que a participação do emprego formal em atividades características do turismo na economia brasileira em 2004 era cerca 712.195 mil, ou seja, 2,3 % do total de emprego no Brasil.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2007, os trabalhadores das atividades características do turismo recebiam uma média de R\$ 6,1 mil ao ano. Contudo essas remunerações sofrem variações de uma atividade para outra, sendo que o transporte aéreo era o de melhor remuneração e o serviço de alimentação o de menor remuneração. Seguindo ainda a pesquisa do IBGE as Atividades Características do Turismo geraram em 2007, uma produção de R\$ 168,8 bilhões e representava 10,1% do total do setor de serviços e 6,2% do total da economia.

O mercado de trabalho do profissional em turismo oferece uma ampla diversidade no que diz respeito à possibilidade de inserção no mercado de trabalho. Segundo Mota (2007) há vários campos de atuação sendo estes: órgãos oficiais de turismo, setores de recreação e lazer programados, atividades privadas tais como agências de viagens e turismo, hotelaria, restaurantes, setores de transporte e eventos, centros de informações e pesquisa turísticas e outros. Para Ruschmann (2002, p. 6) "com esse mercado de trabalho tão amplo não deveria haver obstáculos na absorção plena dos graduados em turismo pelas empresas do setor". Apesar de sua amplitude em termos de postos de trabalho, em sua maioria, estes se apresentam mais como ocupações do que como atividades profissionais. Quando são consideradas atividades profissionais, elas se colocam numa intersecção de vários campos de formação não sendo

específicas aos turismólogos, delimitadas por uma formação própria de restrita prática profissional.

Assim, o fato de se relacionar com diversas áreas e fornecer múltiplas possibilidades, contudo, são poucas áreas que carecem de uma formação profissional específica em turismo. Deste modo, há um descompasso entre a formação superior e sua absorção pelo mercado, chegando-se a constatar que a maioria destes profissionais egressos de cursos superiores estão desempregados ou trabalhando em outra área (Hoerner & Sicart, 2003; Mota, 2007).

Pode-se sugerir que este problema se apresenta, pelo menos, na dependência de dois fatores. De um lado, uma questão macroeconômica que, de certo modo, explica e condiciona a atividade em função de sua interdependência em relação ao mercado como um todo e às outras atividades interrelacionadas à produção e consumo da sociedade (Ruschmann, 2002; Gaio & Fernandes, 2006; Lacerda, 2007). E, de outro, uma questão específica que se volta para os aspectos inerentes às práticas profissionais dos turismólogos e também dos profissionais, que de um modo geral, trabalham com o turismo (Ansarah, 2002; Machado, 2006).

Com relação à questão do mercado turístico, segundo Ruschmann (2002) e Gaio e Fernandes (2006), um dos motivos da não necessidade de aceitação dos profissionais com curso superior em turismo nas empresas de *trade* é que o mercado formou-se antes de existir mão de obra qualificada, construindo assim uma cultura de trabalho própria embasada no conhecimento empírico. Ruschmann (2002) relata que, no momento atual, há uma retração na absorção dos profissionais de turismo pelo mercado turístico por ser um setor sensível as crises econômicas<sup>3</sup>. Segundo a autora há o agravamento de que muitas empresas preferem profissionais de outras áreas, pois algumas alegam não ser necessário contratar profissionais com títulos específicos na área, o que segundo eles, exigiria salários mais altos.

Outro fator relacionado à absorção (ou não) dos profissionais de turismo pelo mercado de trabalho diz respeito às competências do trabalhador, geral-

mente avaliadas indiretamente pela sua formação. Gaio e Fernandes (2006) argumentam que os cursos de bacharelado em turismo vêm formando profissionais para cargos gerenciais, enquanto a maioria dos empregos na área do turismo se concentra em áreas operacionais.

Para Hoerner e Sicart (2003), muitas vezes, os cursos de turismo, passam a serem criados e abordados com base em perspectivas de áreas acadêmicas não aplicadas, que negligenciam ou mesmo omitem o caráter prática da atividade profissional do turismo, formando assim profissionais teóricos desconectados da realidade empírica.

Ansarah (2002) acrescenta que a carência de formação prática do profissional do turismo leva a um desequilíbrio entre as reais necessidades do setor e a formação dos estudantes. Essa carência é verificada muitas vezes nos cursos de graduação em turismo, que por vezes priorizam apenas os aspectos teórico-conceituais e subvalorizam os aspectos práticos requeridos pela profissão.

Há também a carência relativa de profissionais técnicos para exercerem atividades operacionais. Cursos profissionalizantes são minoria contrapondo o volume maciço de cursos de turismo no Brasil em nível de graduação<sup>4</sup> – ao contrário do cenário internacional (Tribe & Airey, 2008). Este aspecto gerou um descompasso entre a quantidade (excessiva) de pessoas formadas para ocupar cargos intermediários e superiores e a quantidade (limitada) de pessoas formadas para ocupar cargos operacionais.

<sup>3</sup> Em sua visão, um dos principais motivos para a retração na demanda de profissionais em turismo se deve às crises econômicas, que reduzem o número de viagens turísticas; a concorrência com profissionais de outras áreas; concorrência com profissionais pioneiros na área, que iniciaram as atividades anteriormente a criação dos cursos superiores.

<sup>4</sup> Tem se gerado um hiato entre profissionais sobrequalificados para cargos operacionais, ao passo que não há cursos técnicos de formação específica para estes últimos. Adicionalmente, os profissionais de turismo que desejam um cargo gerencial têm que disputá-lo com profissionais egressos de outras formações (administração economia, contabilidade, entre outras), o que leva a maioria dos turismólogos a ocuparem vagas de cargos técnicos, devido à ausência de vagas compatíveis com sua formação e à necessidade de inserção no mercado de trabalho.

O impacto desta situação é notório. Os profissionais de turismo precisam ser capazes de apresentar uma grande quantidade e variedade de ações em relação a um meio amplo e estar em constante mudança para serem absorvidos pelo mercado (Trigo, 1998; Ansarah, 2002). De acordo com Degrazia (2005) o mercado atual exige que o profissional tenha bagagem teórico-prática estruturada em conhecimentos diversificados muito além da sua própria área de formação. Tais demandas parecem ser incondizentes com a atual realidade.

Outro aspecto da formação turismóloga é a compreensão que a formação dos profissionais em turismo na América Latina utiliza um modelo de origem espanhola<sup>5</sup>, uma formação profissional eclética, onde estes são capazes de atuarem na área técnica até estratégica como também em pesquisas. Mas, ao mesmo tempo se aborda uma contradição argumentando que “o bacharel em turismo é esse superprofissional que pode ser tanto um garçom quanto secretário de Estado. Serão realmente possíveis tanta flexibilidade e polivalência?” (Barretto, Tamanni & Silva, 2004, p. 37).

Sobre esta flexibilidade do mercado Ansarah (2002) apresenta uma visão dele de acordo com a formação, dada por níveis: primeiro nível (operações); segundo nível (chefia de operações); terceiro nível (serviços técnicos); quarto nível (direção/gestão) e; quinto nível (serviços de logística). A formação superior seria necessária, para autora, apenas nos cargos de terceiro e no quarto níveis.

Assim, é com base nessa polissêmica formação em turismo que se apresenta a investigação a seguir, cujos dados nos remetem a necessidade de reinterpretação da prática profissional em turismo bem com das suas relações e implicações com a dimensão educacional profissionalizante e acadêmica.

<sup>5</sup> Vale relatar que este modelo de origem espanhola é uma formação profissional que visa abranger diferentes campos do mercado trabalho, que possibilita o profissional exercer diferentes funções dentro do mercado de trabalho, ate mesmo dentro do local de trabalho (Mota, 2007, p. 47).

### 3. Metodologia

Esta pesquisa fundamenta-se nas ideias de comensurabilidade paradigmática. Portanto sua realização baseou-se no processo de triangulação e em abordagens multiparadigmáticas. Sua natureza, quanti-qualitativa, se deveu ao fato de, para captar a diversidade de representações e práticas sociais inerentes ao campo turístico, seus diferentes agentes e sua topografia social, ser necessário ultrapassar os limites estreitos de técnicas de pesquisa específicas de objetos singulares. Assim, para se aproximar da complexidade da realidade social, este trabalho recorre à pesquisa quantitativa com vistas a coletar, padronizar, sistematizar e analisar um grande volume de dados relacionados às variáveis discretas e mensuráveis. Já a abordagem qualitativa foi utilizada para a coleta e análise de dados relacionados à percepção dos indivíduos, bem como para o aprofundamento da investigação de determinadas questões, onde se buscou levantar razões, valores e motivações, etc.

Como técnica de coleta de dados utilizou-se o questionário misto, predominantemente estruturado sob a forma de questões fechadas, mas com algumas questões abertas, com vistas a se captar percepções aprofundadas dos entrevistados, em termos de razões ou justificações para determinadas respostas. Adicionalmente, cumpre registrar uso também de pesquisa bibliográfica e documental, levantamento de dados secundários e estatísticos.

Embora o método qualitativo não possa ter seus resultados extrapolados para todo o universo da pesquisa, a junção entre qualitativa e quantitativa poderá potencializar a análise aqui empreendida. A amostra para o escopo deste artigo refere-se aos alunos do 4.º ao 8.º período do curso de turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG), a partir de uma amostragem estratificada proporcional. No caso em questão, a estratificação se deu pelo período do curso.

A composição da amostra se deu de forma aleatória simples. Considerando o universo do curso de

turismo igual a 127 alunos matriculados<sup>6</sup>, número este informado pela coordenação do curso de Turismo, foi selecionada uma amostra inicial de 50% dos alunos. Todavia, considerando uma pequena margem de ajuste necessário – desistências, não resposta<sup>7</sup>, questionários descartados por erros ou informações contraditórias, etc. – a amostra final foi constituída de 56 alunos (44%), distribuídos em diferentes períodos como destaca o quadro 1:

Para o tratamento e análise dos dados quantitativos foi utilizada a estatística descritiva simples (Figueiredo, 2007). Além disso, recorreu-se ao uso do cruzamento de questões a fim de checar, apurar e aprofundar a análise. Já para o tratamento qualitativo utilizou-se a técnica de análise do conteúdo (Bardin, 1977).

#### 4. A formação profissional superior na visão dos alunos

##### 4.1. Dados sócio-demográficos

Do total de alunos entrevistados 66,1% pertencem ao sexo feminino e 33,9% ao sexo masculino. A faixa etária predominante identificada se estende dos 22 a 26 anos, sendo representada por 53,6% da mostra, sendo seguida de perto por 41,1% dos entrevistados que possuem entre 17 a 21 anos. Ainda 3,6% do total dos alunos têm entre 27 a 31 anos e 1,8% da amostra não respondeu a sua idade. Com relação à etnia, 69,6% dos entrevistados são de etnia branca, 21,4% pardo, 1,8% negro e 7,1% não a relataram.

A maioria dos alunos entrevistados (73,2%) residem com seus próprios pais, o que sugere que o curso de turismo da UFJF atende predominantemente às pessoas da própria cidade. Já 10,7% moram sozinhos, 5,4% em república e os demais 10,7% possuem outro tipo de moradia com alguém que apresenta grau de parentesco (tia, prima e avô).

Com relação à origem dos recursos financeiros que possibilitam a manutenção dos alunos junto à universidade, pode-se observar que 50,88% obtêm seus recursos para manutenção dos estudos conciliando o subsídio dos pais com alguma atividade remunerada que exercem. Conforme a amostra, mais de 68% exercem atividades remuneradas. Entre estes, 50,88% conciliam o dinheiro dos pais com o retorno destas atividades, 12,28% obtêm sustento financeiro integralmente delas, 5,26% as utiliza juntamente com os recursos oriundos da universidade. A pesquisa identificou também que apenas 3,51% sustentam-se integralmente pela universidade e 24,56% são exclusivamente sustentadas pelos pais. Cerca de 3,5% não quiseram responder.

<sup>6</sup> No período da pesquisa o curso de turismo em questão passou por uma revisão do projeto político-pedagógico, de sua estrutura curricular, física, grupo docente e até o próprio número de vagas destinadas aos alunos. Frente a tais modificações, os alunos de turismo entraram em uma nova grade pertencente ao curso de Bacharelado Interdisciplinar em Humanidades.

<sup>7</sup> Todos os questionários foram aplicados em sala de aula, com exceção dos alunos do 8.º período, para o qual a aplicação se deu via e-mail devido a ausência de reuni-los já que estes não cursavam necessariamente disciplinas presenciais, realizando trabalhos de conclusão de curso e/ou estágios. O fato de ter havido uma mudança de abordagem impactou o índice de retorno dos questionários deste subgrupo, com uma redução significativa em relação aos dos demais.

Quadro 1 | Amostra da pesquisa

Período	Total da turma	N.º de questionário	% de Retorno	% da amostra	Desperiorizados
5.º	16	13	81,3%	23,2%	15,4%
6.º	36	19	52,8%	33,9%	36,8%
7.º	39	18	46,2%	32,1%	22,2%
8.º	36	6	16,7%	10,7%	–
Total	127	56	44,1%	–	23,2%

Fonte: Elaboração própria.

## 4.2. Expectativas em relação ao curso:

### Motivação, perspectivas e avaliação

A motivação da escolha do curso envolve a expectativa que possuíam antes de ingressar nas atividades acadêmicas remetendo aos ‘pressupostos’ dos alunos e como encaram o curso e sua futura profissão. Os motivos que levaram os alunos a formação em turismo são apresentados na figura 1:

Compreende-se que mais de 75% da amostra dos alunos escolheram o curso porque, segundo suas concepções, o turismólogo poderia juntar a teoria com a prática através de uma formação geral ou poder estar em lugares agradáveis. Encara-se a premissa relacional de facilidade de acesso no mercado por meio de uma “formação ampla” e “teoria e prática” como ponto central na percepção da amostra. A pesquisa ressalta que os entrevistados que citaram

“outros” acabam por reafirmar a premissa relacional anterior através de frases como “por já trabalhar na área e gostar do curso”, “por interesse em trabalhar na área”; “pela atividade estar em constante crescimento” e “continuidade na área”.

A expectativa que possuíam como iniciantes do curso apresentou que 46,4% dos graduandos esperavam uma formação inicial generalizante com um subsequente aprofundamento prático em alguma área específica (hotelaria, alimentação, eventos, gestão, planejamento, etc). Outros 41,1% almejavam uma formação prática voltada para o mercado; sendo que 5,4% uma formação teórica, voltada para a academia. E por fim 5,4% da amostra aguardava uma formação voltada para a área de Administração, Recursos Humanos, Gestão e Economia, entre outras.

Foram identificadas da parte dos estudantes, considerações sobre a insatisfação/frustração com o curso e insegurança quanto às competências desenvolvidas aliadas a um desconhecimento inicial sobre a profissão e seus desafios. Segundo as palavras de uma aluna, o desejo era obter uma “ampla formação tanto teórica quanto prática, [...] sair como profissional completa” (Entrevistado 23), outro entrevistado concluiu que “não tinha tanta noção do que iria encontrar” (Entrevistado 55)<sup>8</sup>.

Ao serem questionados sobre a formação adquirida ao longo do curso, 48,2% dos alunos avaliam

<sup>8</sup> A partir da análise de conteúdo, se destaca três visões em relação ao que se espera do curso: 1) um aprofundamento da relação com a prática profissional. Os dados quantitativos corroboram isso, já que mais de 87% da amostra deseja um curso inteiramente voltado para prática ou, ao menos, com algum tipo de aprofundamento empírico; 2) uma formação teórica (acadêmica) mais robusta em turismo; e 3) o desenvolvimento no sentido da junção entre competências mescladas de outras profissões de forma aprofundada direcionando uma mudança nas atividades desenvolvidas pelo turismólogo. Esse direcionamento pode ser dado por parte da ausência de uma “face” própria do turismólogo, isto é, a dificuldade de se estabelecer as práticas, áreas e características de um turismólogo (Trigo, 1998; Ansarah, 2002).

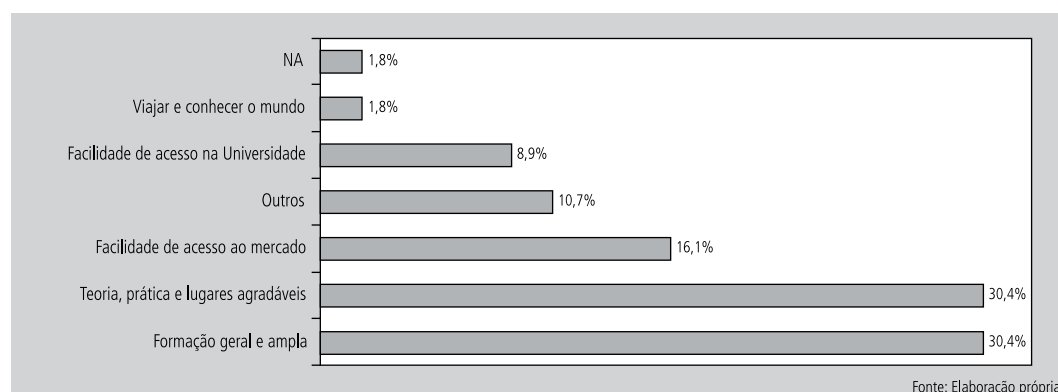


Figura 1 | Motivos da opção do curso de turismo.

sua formação como regular, 44,6% como bom; 5,4% como ruim e apenas 1,8% como excelente<sup>9</sup>. Ao serem indagados a respeito da avaliação das disciplinas os alunos apontavam, mais uma vez, para a ausência de matérias objetivas e práticas. E inúmeras matérias subjetivas que, segundo eles, “não preparam para o mercado de trabalho”, além de não enxergarem meios de utilização da teoria na prática.

Na ótica de alguns entrevistados, há também poucas oportunidades de participação em atividades extraclasse, como projetos de extensão e pesquisa. Outros motivos estão listados abaixo: (i) capacitação dos professores; (ii) falta de motivação; (iii) a UFJF não oferece recursos; (iv) pouca assiduidade dos professores; (v) nível das aulas muito básico; (vi) não utilização de visitas técnicas dentro ou fora da cidade de Juiz de Fora; (vii) existência de professores substitutos que comprometem o ensino. Foram identificadas as áreas consideradas como enfoque do curso ou em quais seguimentos os alunos estariam mais preparados para exercer a profissão. Em contrapartida, buscou-se levantar as limitações das áreas.

Ao serem perguntados sobre as áreas de atuação em que a sua formação acadêmica oferece melhor preparação, as respostas apresentadas indicam que 41,1% referem-se a formação relacionadas a áreas de gestão (agências, Meios de Hospedagem, Alimentos e Bebidas, eventos, etc). Da amostra, 39,3% apontam para a formação geral (teoria do turismo, planejamento, metodologia, etc); 10,7% escolheram

a formação específica relacionada ao meio ambiente; 3,6% formação relacionada a cultura e 3,6% outros. Na pesquisa, 1,7% não foram avaliados. Os pontos a serem melhorados e os pontos fortes do curso podem ser observados na figura 2.

Levantando os pontos a serem melhorados na formação acadêmica, conforme a opinião dos graduandos destacou-se que 37,5% creditam às disciplinas de formação específica relacionadas à profissionalização em áreas de gestão a principal dificuldade do curso<sup>10</sup>. Outros 19,6% dos estudantes afirmam existir dificuldades acadêmicas nas disciplinas de formação geral que se compõem pela teoria do turismo, planejamento, metodologia entre outras.

As disciplinas de formação específica relacionadas à cultura receberam 17,9% enquanto 7,1% da amostra apontou deficiência acadêmica nas disciplinas de formação específica; 2,6% outra; 1,8% formação geral e ambiental; 1,8% formação geral, formação relacionadas a cultura, relacionadas a gestão, 5,4% formação geral e formação relacionadas a gestão, 1,8% cultura e ambiente, 1,8% ambiente e gestão, 1,8% cultura e gestão.

<sup>9</sup> A questão apresenta caráter tendencioso verificado posteriormente à tabulação e análise. A tendência apresenta-se no fato do julgamento de valor onde existe apenas 1 ponto para negativo e três pontos para positivo.

<sup>10</sup> Os conteúdos relacionados a profissionalização em áreas de gestão são compostas por agência, meios de hospedagem, alimentos e bebidas, eventos, etc.).

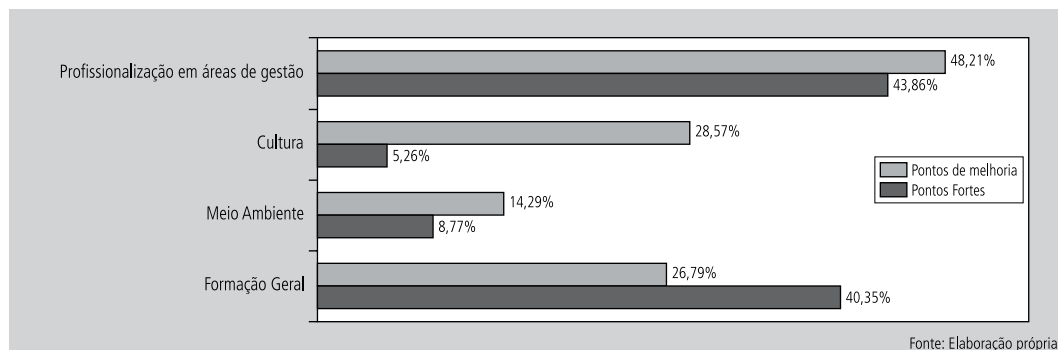


Figura 2 | Pontos de melhorias necessárias e pontos fortes da formação em turismo.



### 4.3. Hábitos estudantis

Para contrapor a simples avaliação que os alunos fizeram do curso buscou-se verificar a dedicação e comprometido dos alunos através de seus hábitos estudantis. Com relação ao tempo de estudo disponibilizado para estudo observou-se que 25% possuem até duas horas disponíveis; 30,4% de 2 a 5 horas e 23,2% de 5 a 10 horas para dedicar aos estudos. Com potenciais períodos mais longos para o estudo observou-se 14,3% e 7,1% para 10 a 20 horas e mais de 20 horas, respectivamente (Figura 3).

De forma complementar, a pesquisa procurou extrair informações sobre quantas horas os alunos

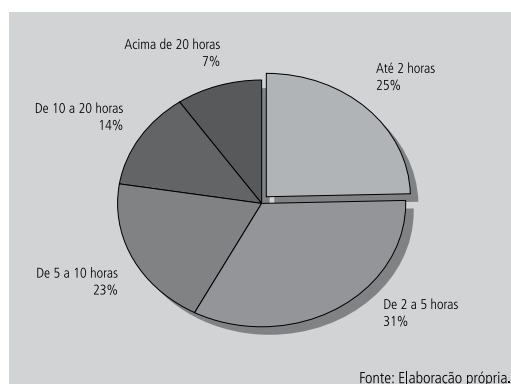


Figura 3 | Horas de estudos semanais disponíveis.

dedicam, de fato, aos estudos fora de sala, fazendo uma ligação entre o tempo livre e o tempo efetivo dedicado ao estudo. Foi observado que 44,6% relataram dedicar de 2 a 5 horas e 17,9% dedicam mais de 5 horas aos estudos. Segundo os dados amostrais, 10,7% dos alunos não dedicam nenhuma hora de estudo semanal. Agregando os resultados, enquanto 44% dos alunos possuem mais de cinco horas semanais (pelo menos uma hora por dia) disponíveis apenas 17,9% afirma utilizar esse tempo (uma/dia) para estudo, o que nos sugere quem pelo menos em parte, a falta de investimento por parte do aluno em sua carreira pode estar correlacionado a sua maior ou menor capacidade de inserção no mercado de trabalho e obtenção de posições mais desejadas.

Após a comparação entre tempo disponível e tempo de estudo, buscou-se a autoavaliação dos entrevistados sobre se o tempo dedicado aos estudos suficiente para sua formação. Os dados mostraram que 39,3% disseram que o tempo que dedicam é suficiente, porém 58,9% reconhece que não. Os motivos seguem na figura 4:

Segundo os dados, 58,9% não se dedica aos estudos da forma em que eles acreditam ser adequada. E o principal motivo para tal apontamento é a falta de tempo. Embora desinteresse, desmotivação ou indisposição em relação ao curso, juntos, tenham um score significativo (30,2%).

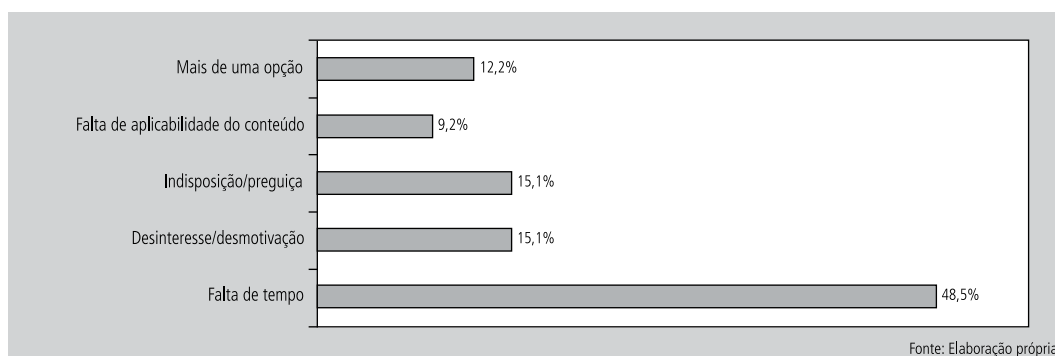


Figura 4 | Motivos para a não dedicação efetiva aos estudos.

#### 4.4. Percepções sobre o mercado de trabalho e atividade profissional do turismólogo

Perguntados sobre a realização de alguma atividade remunerada, 25% dos entrevistados afirmaram não exercer enquanto os 75%, maioria da amostra exercem diferentes tipos de atividades. Tais como empregados em empresas, estágios remunerados, atividades ligadas à própria UFJF como bolsas de ensino, pesquisa, extensão, treinamento profissional e bolsa de manutenção.

Sobre a área de pretensão de trabalho como turismólogo, 17,9% pretendem trabalhar em órgão público; 12,5% em operadoras; 8,9% em hotelaria, 16,1% em cerimonial/eventos; 3,6% AeB; 17,9% relataram outras áreas como: cruzeiros, transportes, consultoria, acadêmica (professor), planejamento e até mesmo cursar outro curso. Os demais assinalaram variadas opções. Essa alta dispersão sugere uma falta de coesão e identidade do curso em termos do perfil de egresso desejado, ou ao menos a incapacidade de sua operacionalização.

Sobre a percepção do mercado com relação ao trato com o profissional formado em turismo, dos entrevistados, 64,3% responderam que o mercado acredita que o turismólogo é uma atividade razoavelmente conhecida, mas pouco aprofundada, carecendo ainda de maior profissionalização. Já 32,1% relataram uma atividade ainda desconhecida e com pouca clareza sobre que se pode fazer e em que mercado de trabalho atuar. Apenas 3,6% acreditam que o mercado de trabalho encara o turismo como uma área conhecida e bem desenvolvida profissionalmente.

Questionados sobre a percepção das pessoas em geral, — amigos, familiares, etc. — obteve-se que 30,4% relataram que a sociedade entende a formação em turismo bastante aberta e flexível capaz de oferecer diferentes oportunidades a serem exploradas. Seguindo por esse grupo, 28,6% apontam para uma formação pouco proveitosa em termos práticos, pois como não se tem claramente definido o que se faz a profissão e qual o mercado de trabalho, é difícil se especializar em algo. Já 23,2% diz que a socieda-

de os enxerga como uma atividade desnecessária, pois pode ser feita por pessoas menos qualificadas (ex. técnicos). Além dessas colocações, 14,3% acredita que a formação é pouco proveitosa em termos teóricos, pois está no meio do caminho entre o aprofundamento teórico de diversas discussões e disciplinas. Por fim, 3,6% apontam para uma “atividade desnecessária” ou sem definição prática e teórica.

#### 5. Considerações finais

Retomando o objetivo deste artigo, três elementos parecem compor as expectativas do subgrupo analisado: seu perfil sócio-demográfico, a visão que têm do curso, a autoavaliação de sua *performance* e a percepção que têm da imagem que mercado de trabalho e sociedade fazem da profissão.

Quanto ao perfil sócio-demográfico pode-se afirmar que a maioria são alunas, brancas, entre 22 e 26 anos, que moram com os pais, cujos recursos financeiros que permitem sua manutenção na universidade têm origem predominantemente familiar (pais) em conjunto com o exercício de alguma atividade remunerada, em geral, bolsas da própria universidade ou estágios. Elas estão presentes no mercado de trabalho ainda na graduação e possuem grandes dificuldades de conciliar o tempo efetivo com estudo e demais atividades. E dedicam, em média, menos de uma hora por dia para os estudos fora da sala de aula.

A principal expectativa em relação a formação profissional é uma “formação ampla” que relacione a teoria e prática, visando atuarem na área de hotelaria, agências e cerimonial. Talvez por afinidade avaliam como pontos fortes da formação acadêmica as áreas de gestão e formação geral. Por outro lado, têm dificuldades na aquisição de habilidades específicas, o que provavelmente está correlacionado com sua baixa empregabilidade, uma vez que para os próprios alunos o mercado de trabalho ainda possui dificuldades de enxergar a atuação do turismólogo e

os caracteriza como pouco aprofundada teoricamente carecendo de maior profissionalização.

Em suma, os resultados remetem a necessidade de reinterpretação da prática profissional em turismo e das implicações com a dimensão educacional profissionalizante e acadêmica. Além da consolidação em torno de uma visão do que é o turismo, de uma prática profissional específica, é preciso que os próprios alunos – futuros profissionais – também se responsabilizem ao assumirem uma postura de maior dedicação e comprometimento com sua formação, visto que eles próprios reconhecem não dedicar tempo à mesma. Para o curso em questão parece ser necessário a revisão e o estabelecimento de um perfil de egresso desejado, que se apresente de forma clara e coesa para os alunos, reduzindo a miríade de desejos e expectativas destes e sua consequente desmotivação com o curso por não terem suas expectativas atendidas.

Futuras pesquisas podem explorar as variáveis determinantes (como a dedicação durante o curso, horas de estudo, atividades em projetos extra classe, entre outras) do posicionamento (inserção, mudança ocupação, função e remuneração, entre outras) dos egressos no mercado de trabalho.

## Referências bibliográficas

- Airey, D., & Tribe, J. (2008). *Educação internacional em turismo*. São Paulo: Senac.
- Ansarah, M. G. dos R. (2002). *Formação e capacitação em turismo e hotelaria: Reflexões e cadastro das Instituições educacionais no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Ed. 70.
- Barretto, M., Tamanini, E & Silva, M. (2004). *Discutindo o ensino universitário de turismo*. São Paulo: Papirus.
- Degrazia, C. F. (2005). Construindo competências na formação profissional em turismo. *Revista Global Tourism*, 2(1). Acessado a 23 de novembro de 2013, disponível em <http://www.periodicodeturismo.com.br>
- Figueiredo, A., Ramos, A., & Teles, P. (2007). *Estatística descritiva e probabilidades*. Lisboa: Escolar Editora.
- Gaio, C., & Fernandes, L. R. (2006). *Perfil do bacharel em turismo: A disparidade entre a realidade da formação profissional e a necessidade do mercado de trabalho*. Artigo apresentado no seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul.
- Hoerner, J., & Sicart, C. (2003). *La science du tourisme: Précis Franco-Anglais de tourismologie*. Baixas: Balzac.
- Brasil (2010). *Economia do turismo: Uma perspectiva macroeconomia 2003-2007*. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- Brasil (2006). *Sistema integrado de informações sobre o mercado de trabalho no setor turismo no Brasil: A experiência do IPEA*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.
- Lacerda, A. C. (2006). *Economia brasileira*. (3ª ed.). São Paulo: Saraiva.
- Machado, F. (2006). Atuação profissional dos egressos dos cursos de Turismo: Estudo de caso em uma Instituição de Ensino Superior de Belo Horizonte. In M. Aguiar & M. Bahl (Org.), *Competência profissional no turismo e compromisso social*. São Paulo: Roca.
- Mota, K. M. (2007). *Formação superior em turismo na Unifor/Ce: Proposta, realidade e reflexo*. Anuário de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação-Mestrado em Turismo. Ceará: Unifor.
- OMT. (2010). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: OMT.
- Pimentel, D. P., & Paula, S. C. (2013). *A inserção profissional no mercado de trabalho face às habilidades adquiridas na formação superior em turismo*. Artigo apresentado no Seminário Anual da ANPTUR. Caxias: ANPTUR.
- Ruschmann, D. (2002). *Turismo no Brasil*. Barueri: Manoele.
- Tribe, J. (2008). Turismo conhecimento e currículo. In D. Airey & J. Tribe (Eds.), *Educação internacional em turismo* (77-94). São Paulo: Senac.
- Trigo, L. (2008). Prefácio. In D. Airey & J. Tribe (Eds.), *Educação internacional em turismo*. São Paulo: Senac.