

A inserção profissional no mercado de trabalho face às habilidades adquiridas na formação superior em turismo

The professional insertion at the marketplace faced to skills acquired in tourism higher education

Thiago Duarte Pimentel

Professor do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora/MG, Brasil

E-mail: thiagodpimentel@gmail.com

Sara Conceição de Paula

Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora/MG, Brasil

E-mail: sara.amgrense@gmail.com

Artigo recebido em: 21-01-2014

Artigo aprovado em: 03-06-2014

RESUMO

Este artigo apresenta um levantamento realizado junto aos egressos do curso de turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora/MG, com intuito de descrever as percepções e expectativas dos graduados quanto à formação profissional e qualificação em turismo, antes, durante e após a sua formação superior, a fim de correlacionar estas informações à sua inserção e posição atual no mercado de trabalho. Parte-se de uma revisão teórica sobre formação profissional no Brasil. Utiliza-se metodologia quanti- qualitativa para analisar os dados relativos à pesquisa de campo efetuada com os ex-alunos. Evidencia as características sociodemográficas dos pesquisados, seu percurso formativo na graduação, as habilidades adquiridas e a sua atual posição no mercado de trabalho. Como conclusão se aponta uma correlação entre o investimento na aquisição de habilidades e competências, curriculares e extracurriculares, e a inserção e posição no mercado de trabalho, por parte dos egressos, bem como sua satisfação pessoal.

Palavras-chave: Educação Superior. Qualificação Profissional. Mercado de Trabalho. Turismo.

ABSTRACT

This article presents a survey carried out among students who graduated from tourism at Universidade Federal de Juiz de Fora/MG, with the aim of describing the perceptions and expectations of the graduates as for vocational training and qualification in tourism before, during and after their graduation, in order to interrelate this information to their current position and insertion in the labour market. It starts by a theoretical review about the vocational training in Brazil. It uses quantitative and qualitative methods to analyze the data on field research conducted with former students. It points the sociodemographic characteristics of respondents, their training graduation, the skills acquired and their current position in the labor market. As a conclusion, it points a correlation between investment in the acquisition of skills and competencies, curricular and extracurricular, and the insertion and position in the labor market, on the part of the former graduates, as well as their personal satisfaction.

Keywords: Graduation. Vocational Training. Labour Market. Tourism.

1. INTRODUÇÃO

O turismo vem obtendo cada vez mais destaque no mundo, tanto pela questão econômica como pela social que envolve. Certamente, esse crescimento econômico aliado à sua dependência de mão de obra tem demandado cada vez mais a incorporação de trabalhadores à atividade turística, mas, sobretudo, de trabalhadores qualificados. Para fornecer essa qualificação esperada pelo mercado de trabalho e à prática profissional, empresas privadas e entidades governamentais relacionadas à educação têm ofertado cursos, em diferentes níveis de qualificação e para diferentes públicos, constituindo parte integrante do processo de formação-qualificação-exercício profissional da atividade turística.

Segundo Airey e Tribe (2008), a área de educação em turismo, tanto em níveis técnico e tecnológico quanto em nível superior – e, especialmente neste – vem apresentando cada vez mais importância e atraindo um maior corpo de pesquisa. No Brasil, de acordo com Trigo (2008), assiste-se atualmente ao desenrolar de uma nova fase de desenvolvimento da atividade turística.

Embora esteja passando por transformações qualitativas no período atual, a formação na área de turismo não é tão recente. Ela surgiu na década 1970, com a criação dos primeiros cursos de turismo no Brasil, se destacando como pioneira a Universidade Anhembi Morumbi (SP), cujo perfil profissionalizante do egresso era voltado para a formação de mão de obra de suporte para o setor turístico (Dencker, 2006). Durante o regime da ditadura militar, na década de 1970, o país priorizou incentivos e investimentos a megaprojetos de criação de hotéis de luxo para estrangeiros focalizados na demanda – ainda pontual e incipiente – de turistas estrangeiros de elevado poder econômico (Trigo, 2008).

Todavia, devido aos problemas Econômicos do país na década de 1980, ocorreu uma relativa estagnação do turismo e da oferta de cursos, técnicos ou superiores, na área. Mas, com a abertura econômica do país na década de 1990, a estabilização financeira e a retomada de investimentos estrangeiros (Lacerda, 2006), houve uma repentina e prolongada expansão da oferta de cursos no país, sobretudo superiores. Dentre estes se iniciaram em larga escala e se popularizaram os cursos de turismo, visto que havia um apelo a esta atividade em âmbito mundial, além de expectativas – a partir de um discurso normativo das nações centrais – de geração de emprego e renda nos países subdesenvolvidos com pouco investimento, a partir da ideia de que estes países teriam uma ‘vocação’ natural a ser explorada.

No início dos anos 2000 houve uma segunda fase do turismo, caracterizada por um crescimento do turismo global de maneira sistemática (Trigo, 2008). Com a redemocratização política na década anterior, aliado a novos investimentos estatais e privados, internos e externos, houve uma onda de otimismo e entusiasmo num sentido que extrapolava a abertura de empresas no setor. Passou-se, assim, a uma fase de qualificação da mão-de-obra para a atividade, então já razoavelmente instalada, por meio da criação de inúmeros cursos de turismo. Somado a isso, a expansão de empresas já existentes, como a Sol Agência de Viagens e Turismo (SOLETUR), a Viação Aérea Rio-Grandense (VARIG), a Viação Aérea São Paulo (VASP), entre outras, e a criação de megaempreendimentos, demandava pessoas, mais qualificadas e em maior número, para atuarem no setor.

Nesse contexto de renascimento econômico aliado a popularização do turismo nos países “subdesenvolvidos”, como meio de gerar excedente econômico e talvez desenvolvimento, – a partir de um baixo investimento e mobilização de capital e uma alta exploração de recursos naturais – é que se deu, então, a popularização – como uma saída alternativa – e o “boom” dos cursos de turismo ocorreu na década de 1990, onde se pode observar uma grande oferta de vagas de cursos superiores em turismo nas universidades privadas e, mais tardiamente, no início dos anos 2000, o surgimento deste nas universidades públicas do país.

Contudo, apesar desses incrementos quantitativos, apesar das necessidades latentes do mercado de trabalho, a formação profissional em turismo foi – e ainda é – taxada como deficiente. 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 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).

A fase atual, considerada por Trigo (2008) como um terceiro momento, do desenvolvimento turístico no Brasil, é marcada pela retomada de investimentos em infraestrutura, pela política de transportes e por uma transformação qualitativa no sistema educacional, tanto técnico quanto superior, no tocante ao turismo. Nesta nova fase, há uma ênfase em exigências, qualidade, competitividade e segmentação.

Hoje em dia, no Brasil, diante das circunstâncias que o curso de turismo vem enfrentando, como: (1) os elevados índices de não absorção dos profissionais formados pelos cursos de turismo pelo mercado de trabalho; (2) os elevados índices de desistência,

trancamento, reopção, obtenção de novo título, etc. que marcam a rotina administrativa destes cursos; e (3) a falta de uma visão clara por parte dos egressos/entrantes sobre a profissão e o perfil profissional que a mesma requer. Assim, há uma retração do mercado de formação profissional superior, o fechamento de cursos da iniciativa privada e a revisão do perfil profissional, por parte dos cursos remanescentes, principalmente, nas universidades públicas, onde a possibilidade de extinção do curso é mais remota. Nestas ocorre uma sistemática reavaliação do currículo e dos projetos pedagógicos dos cursos de turismo, assim como acerca do seu posicionamento, nomeadamente nas IFES (Instituições Federais de Ensino Superior), já que abrangem a maior malha remanescente da oferta de cursos de turismo.

Diante deste cenário é levantada a hipótese de que talvez esta questão esteja relacionada 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 qualificados para solucionar problemas técnicos em situações reais. Esta hipótese motivou a condução de uma pesquisa quanti-qualitativa, realizada na cidade de Juiz de Fora/MG, no intuito de identificar as expectativas de cada um desses grupos do *trade* turístico local em relação à atividade turística em si e quais as competências necessárias para a construção de um saber específico do turismólogo.

O presente artigo relata apenas parte dos resultados da supracitada pesquisa, a saber: os atuais profissionais de turismo. Nosso objetivo aqui é apresentar um levantamento realizado junto aos egressos – graduados inseridos no mercado de trabalho – com a finalidade de descrever as percepções e expectativas dos graduados do curso de turismo quanto à formação profissional e qualificação em turismo, antes, durante e após a sua formação superior, a fim de correlacionar estas informações à sua inserção e posição atual no mercado de trabalho. Tomamos como lócus de estudo para realização desta pesquisa o cenário da cidade de Juiz de Fora (MG).

Este estudo está organizado em quatro partes, além desta introdução. Na primeira, balizamos teoricamente na literatura sobre o mercado de trabalho, os cursos e a formação profissional em turismo e também sobre a formação da identidade profissional. Em seguida, apresentamos os aspectos metodológicos que nortearam esta pesquisa, sua natureza quanti-qualitativa, etapas e processo de coleta de dados, as técnicas de análise. Posteriormente, discutimos os resultados, apresentando as expectativas dos atuais alunos e dos egressos em

relação ao curso de turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Por fim, apontamos as principais considerações que esta pesquisa permitiu chegar, suas limitações e sugestões para estudos posteriores.

2. ATUAÇÃO PROFISSIONAL E MERCADO DE TRABALHO EM TURISMO

O surgimento oficial da atuação profissional em turismo é comumente creditado e datado de 1841 através de Thomas Cook na Inglaterra, pois de acordo com Ansarah (2000) este foi o primeiro agente de viagens a dedicar tempo integral a profissão. Segundo Tomelin (2001) Thomas Cook fundou a primeira agência de viagens registrada no mundo, cuja primeira experiência teria se dado ao alugar um trem e revender seus bilhetes de passagem para 570 pessoas, que foram transportadas de Longorough (UK) para Leicester (UK) para participar do encontro contra o alcoolismo. Além disso, em 1872 Cook inaugura a primeira agência de viagens fora da Europa promovendo outras viagens pela Europa e Estados Unidos, e desenvolvendo também atividade de guia turístico. Ao fazer isso, inicia-se o processo de intermediação necessário para o surgimento deste novo produto: o pacote turístico; e de sua prática social: o turismo de massa.

Atualmente, o mercado de trabalho do turismo pode ser dividido em atividades primárias e secundárias. As primeiras seriam aquelas relacionadas ao agenciamento; enquanto o segundo grupo seria formado pelas atividades provenientes do setor de eventos, de entretenimento, entre outros. Árias e Zamboni (2006) na pesquisa sobre o mercado de trabalho do setor de turismo nacional – realizada no âmbito do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) – estudaram as principais atividades relacionadas ao setor, quais sejam: alojamento; alimentação; transporte; auxiliares do transporte; agências de viagens; aluguel de transporte cultura e lazer. O resultado deste 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 empregos no Brasil.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), 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 de um profissional em turismo oferece uma ampla diversidade no que diz respeito às possibilidades de inserção no mercado de trabalho. Segundo Mota (2007), há vários campos de atuação do mercado de trabalho do turismo 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.

Ruschmann (2002, p. 6) ressalta que “[...] com esse mercado de trabalho tão amplo não deveria haver obstáculos na absorção plena dos graduados em turismo pelas empresas do setor.” A diversidade do mercado de trabalho serve como estratégia para as universidades, pois é uma forma de atingir um extenso público e aumentar a busca pelo curso (Mota, 2007). Apesar de sua amplitude, em termos de postos de trabalho, em sua maioria essas atividades se apresentam mais como ocupações do que como atividades profissionais. Além disso, quando são consideradas atividades profissionais se colocam numa intersecção de vários campos de formação, não sendo atividades profissionais específicas dos turismólogos, que exigem uma formação própria e restringem a prática profissional daqueles que não a detém.

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

Pode-se sugerir que este cenário do mercado de trabalho em turismo é composto por um problema de fundo, que apresenta, pelo menos, 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 inter-relacionadas à produção e consumo da sociedade (Ruschmann, 2002; Gaio & Fernandes, 2006; Lacerda, 2006). 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).

Quais seriam as atividades que esses profissionais exercem? Seriam as mesmas atividades? Desde uma agência, passando por um hotel até chegar a um estabelecimento ou

empreendimento de atrativo turístico? E quanto ao grau de complexidade, hierarquia e decisão-ação? Seriam as atividades executadas pelo profissional de turismo que trabalha na recepção de um hotel idênticas às daquele que atua em uma secretaria de turismo?

Com relação à questão macroeconômica 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 do *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. Somado a isso, Ruschmann (2002) relata que no momento atual, há uma retração na absorção dos profissionais de turismo pela indústria do turismo devido à crise econômica. Entretanto, a autora afirma que, o problema do emprego do profissional em turismo é agravado pelo fato de os profissionais de outras áreas serem frequentemente escolhidos no momento da contratação. Algumas empresas alegam não ser necessário contratar profissionais com títulos específicos na área, porque isso aumentaria o valor dos salários.

Em sua pesquisa sobre a atuação profissional dos egressos do curso de turismo em uma IES de Belo Horizonte (MG), Machado (2006) identificou que, quando questionados sobre sua inserção no mercado de trabalho, 36,6% atuavam na área, sendo que destes quase a metade (45,4%) estavam inseridos em agências de viagem, 27% em hotéis e 18% em eventos e 9% em companhias áreas. Daqueles que não atuavam no turismo, 63,4% da amostra, 31,5% estavam desempregados. Também se observou que o salário mensal médio dos entrevistados que não atuavam no turismo era superior ao dos que atuavam, ficando acima dos R\$1.000,00, enquanto o destes era abaixo deste valor.

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

Hoener e Sicart (2003) identificam que a ausência de uma adequada identificação e descrição do fenômeno turístico, em termos de seu aspecto organizativo e estruturado da atividade, que indiretamente pode ser observado pelo conjunto de organizações (e sistemas sociais) que compõem a atividade turística, sobretudo, devido à adoção de definições técnicas e – na visão destes autores – imprecisas por parte da Organização Mundial de Turismo (OMT), contribui para uma desconexão entre uma adequada teorização e a formação por parte

das escolas de turismo em relação à prática profissional. Na visão dos autores isso ocorre, pois, muitas vezes, os cursos de turismo passam a ser criados e abordados com base em perspectivas de áreas acadêmicas não aplicadas, que negligenciam ou mesmo omitem o caráter prático 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 priorizariam apenas os aspectos teórico-conceituais e subvalorizam os aspectos práticos requeridos pela profissão.

Há também a carência relativa aos profissionais técnicos para exercerem atividades operacionais, ou seja, os profissionais da linha de frente do setor de serviços. Cursos profissionalizantes, como os oferecidos pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), Institutos Federais de Educação Profissional e Tecnológica (IFETs), dentro outros, são minoria, entre os cursos de turismo no Brasil – ao contrário do cenário internacional, como por exemplo dos EUA – (Airey & Tribe, 2008), o que gerou um descompasso entre o excesso de pessoas formadas para ocupar cargos intermediários e superiores e a limitação entre os formados para ocupar cargos operacionais, gerando assim uma pressão do mercado sobre a força de trabalho sobre-qualificada, mas desprovido de postos em quantidade suficiente para absorvê-la, a aceitar cargos que teoricamente seriam destinados (e facilmente preenchidos) por pessoas como formação técnica-operacional.

Assim, o contingente excessivo de profissionais turismólogos dispostos no mercado de trabalho aliado a desequilibrada oferta de cursos de qualificação profissional e à diversidade de áreas afins, em que a atividade turística se desenvolve, e que poderia, *a priori*, absorver os profissionais de turismo, tem gerado um hiato entre profissionais superqualificados demandados pelo mercado para ocupar posições elevadas – isto quando estas posições não são preenchidas por profissionais de outras áreas, o que é inclusive a situação mais comum – e a excessiva oferta de pessoas com formação superior, mas que ocupam vagas de cargos técnicos, enquanto há uma ausência de formação destes últimos.

O impacto desta situação é notório. Os profissionais de turismo devem 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.

Corroborando com esta argumentação, Ansarah (2002) afirma que o profissional do turismo necessita desenvolver uma ampla formação, tendo como base capacidades e habilidades próprias para atividades, como: a) a capacidade criar; b) ter habilidade para introduzir novas tecnologias; b) saber se utilizar de novos processos e formas de organização; c) capacidade de se adaptar às novas situações (fator chave para o sucesso das empresas); d) buscar índices de produtividade elevados e constantes (o principal objetivo para a sobrevivência dos profissionais). Ruschmann (2002, p. 9) acrescenta que o trabalho na área do turismo, requer do profissional além da capacitação técnica, o desejo de servir, uma vez que “[...] o sentido principal da profissão é o da prestação de serviços.” Corroborando com o sentido desta perspectiva Demo (2005) acrescenta que, além disso, é essencial ser “mentor” de sua profissão e saber renová-la constantemente.

Barretto (2001) acrescenta outra variável ao sugerir que a formação dos profissionais em turismo na América Latina utiliza um modelo de origem espanhola. De acordo com a autora é uma formação profissional eclética, onde estes são capazes de atuar na área técnica, operacional e de pesquisa. Mas ao mesmo tempo, a autora aborda uma contradição nesse esquema, 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 conforme 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 autora esclarece que apenas no terceiro e no quarto níveis estão os cargos que exigem a formação superior. Porém, em sua maioria, essas atividades se apresentam mais como ocupações, do que como atividades profissionais. Além disso, quando são consideradas atividades profissionais elas se colocam numa intersecção entre vários campos de formação, não sendo específicas dos turismólogos, que exigem uma formação própria e que restringem a prática profissional daqueles que não a detêm. Assim, apesar da atividade turística se relacionar com diversas áreas e com isso fornecer múltiplas possibilidades de inserção profissional, são, por outro lado, poucas as áreas que carecem de uma formação profissional específica em turismo.

Toda essa diversidade, amplitude de atuação e flexibilidade parecem se traduzir na dificuldade de aquisição de uma formação de saberes e competências específicas relacionadas à atuação profissional. Essa falta de homogeneidade e coesão, por sua vez, tem levado à dificuldade de estabelecimento de currículos para a formação dos alunos e a inserção e fixação destes no mercado de trabalho.

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 nos aproximarmos da complexidade da realidade social, recorreremos à pesquisa quantitativa com vistas a coletar, padronizar, sistematizar e analisar um grande volume de dados relacionados a variáveis discretas e mensuráveis para, dessa forma, obtermos a extensão e o mapeamento do fenômeno analisado. 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, motivações, etc.

Além da pesquisa bibliográfica e documental, levantamento de dados secundários e estatísticos, como técnica de coleta de dados utilizou-se o questionário misto (Malhotra, 2006), predominantemente estruturado sob a forma de questões fechadas. Algumas questões abertas foram inseridas com vistas a se captar percepções aprofundadas dos entrevistados, em termos de razões ou justificações para determinadas respostas.

A finalidade das questões fechadas foi possibilitar um panorama acerca das características sociodemográficas dos alunos, bem como o perfil de sua participação junto ao curso de graduação. Já as questões abertas foram colocadas, ao final do questionário, a fim de possibilitar a captação dos sentidos atribuídos pelos alunos a respeito de pontos específicos de sua formação e sua atual inserção no mercado de trabalho. Deste modo, a inserção da abordagem qualitativa seu deu com o intuito de minimizar possíveis dúvidas e ambiguidades, através da análise em profundidade nas informações de detalhes de fenômenos.

A seleção dos sujeitos de pesquisa, que no escopo deste artigo refere-se aos alunos do quarto ao oitavo período do curso de turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, obedeceu à amostragem estratificada proporcional, que tem como característica a seleção de uma amostra em cada subgrupo da população analisada (Gil, 1999) podendo estes se delimitar a subgrupos com propriedades como sexo, idade, classe social, dentre outros. No caso em questão, a estratificação partiu do período do curso.

A composição da amostra foi de forma aleatória simples, considerando o universo dos egressos do curso de graduação em turismo. O curso de turismo da UFJF possui cerca de 11 anos e é oferecido nos turnos diurno e noturno. Com o objetivo de visualizar o mercado de trabalho do Bacharel em Turismo, foram identificados como população da pesquisa os formados em Turismo pela UFJF, como base os anos de 2003 a 2010.

Os questionários foram enviados por e-mail, ao contato que o mesmo obtinha o vínculo com a coordenação do curso. Devido à escolha da abordagem citada, considerando a inviabilidade de localizar os egressos do curso, a taxa de retorno foi consideravelmente baixa constituída de 35 formados.

Tabela 1. Amostra da Pesquisa

Subgrupo	Questionários Respondidos	Questionários utilizados	Estimativa da População
Egressos	35	35	1120

Fonte: Elaboração própria.

Para o tratamento e análise dos dados quantitativos foi utilizada a estatística descritiva simples (Figueiredo, 2007). Além disso, recorreremos 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 de Conteúdo (AC), proposta por Bardin (1977), e advogada por Triviños (1987) que defende que apenas se dispuser de um suporte teórico adequado à proposta metodológica, a técnica adotada proporcionará respaldo e valor científico à pesquisa. Ainda de acordo com Triviños (1987) a AC enquanto procedimento de análise científica se presta ao estudo “[...] das motivações, atitudes, valores, crenças tendências” (Triviños, 1987, p. 159).

Por definição a AC pode ser considerada como “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores quantitativos ou não, que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas)

das mensagens” (Bardin, 1977, p. 160). Triviños (1987) acrescenta que a AC é útil para desvendar ideologias por trás dos discursos e ações que não se apresentam de modo claro.

Triviños (1987) considera ainda que, AC estrutura-se sobre três partes distintas, porém complementares: (a) pré-análise, que consiste nos processos de classificação, ordenação e leitura “flutuante” de todo o material coletado, com vistas a obter um panorama geral do estudo e delimitar possíveis recortes e hipóteses de estudo; (b) a descrição analítica, que começa com a delimitação do recorte a ser estudado, ainda na pré-análise, e tem o objetivo focar o *copus* que deverá ser estudado de modo aprofundado. Nessa fase, aplicam-se os procedimentos de codificação, classificação e categorização do material coletado, por critérios de afinidade, como por exemplo, o perfil profissional, ou a atuação profissional, entre outros;

(c) já a fase de interpretação corresponde à análise do material baseado na reflexão e intuição, relacionando o conteúdo manifesto do texto (enunciado explícito) com o conteúdo latente (ou implícito, ou seja, aquele que não é dito/explicitado no texto) a fim de descobrir as ideologias, tendências, ou fenômenos sociais expressos no material coletado.

4. A FORMAÇÃO PROFISSIONAL SUPERIOR NA VISÃO DOS EX-ALUNOS/ ATUAIS PROFISSIONAIS

4.1. Dados Sócio-Demográficos

Do total de ex-alunos entrevistados 74,3% são do sexo feminino e 25,7% masculino. Na amostra a faixa etária é de 48,6% com idade entre 22 a 26 anos, 42,9% entre 27 a 31 anos e apenas 8,6% com idade superior a 31 anos. A maioria dos egressos declarou-se de etnia branca 71,4%, contra 14,7% pardos, 5,7% amarelos, 2,9% negros, sendo que 5,7% não respondeu a questão.

Quando indagados sobre sua situação de residência, a pesquisa revelou que a porcentagem da amostra que mora com os pais é de 37,1%. Outros 25,7% moram sozinhos, 17,1% em república de estudantes e 20% com o conjugue, amigos, parentes e irmãos.

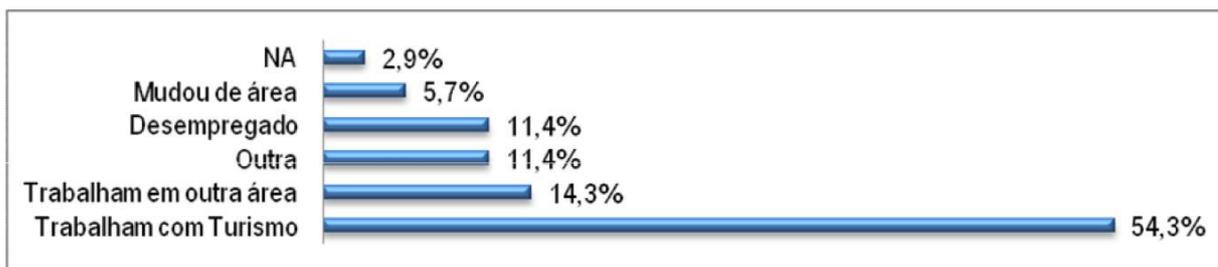
A respeito dos gastos mensais 62,9% dos entrevistados relataram gastar mais de 800 reais por mês, sendo que 20,0% gastam entre 201 a 400 reais, e 17,1% gasta 401 a 800 reais por mês. Na pesquisa procurou-se levantar a origem dos recursos que sustentam os profissionais formados em turismo. De acordo com os dados obtidos 62,9% da amostra afirma que seus recursos provêm do seu próprio trabalho. Já 25,7% dos entrevistados admitiram receber recursos de seu trabalho, mas que também dependem parcialmente dos pais. Ressalta-

se que 85,7% dos entrevistados não possuem dependentes. Dentre os demais, 14,3% dos que mencionaram ter dependentes, os vínculos aludidos foram filhos e irmãos.

4.2. Atuação no mercado de trabalho, habilidades e competências requeridas

Quando indagados sobre sua atual área atuação no mercado de trabalho 54,3% disseram que trabalham na área do turismo, 14,3% trabalham em outra área, 11,4% está desempregado, 5,7% mudaram de área, 11,4% outros e 2,9% não responderam, conforme se observa no gráfico 1.

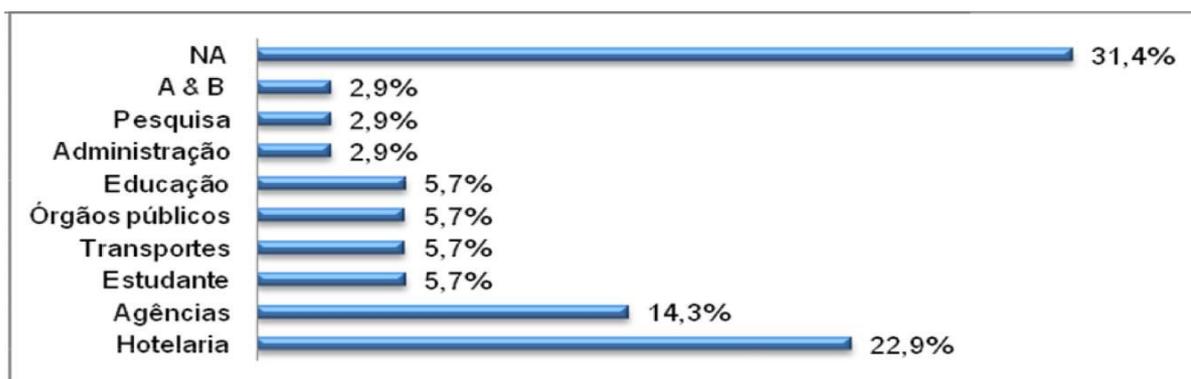
Gráfico 1. Distribuição da ocupação atual dos turismólogos entrevistados no mercado de trabalho



Fonte: Elaboração própria.

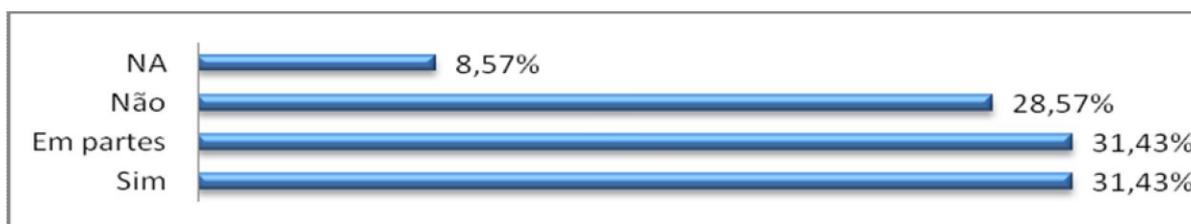
Aos egressos que atuam no turismo, questionou-se em que segmento específico eles estavam colocados, fim de identificar as áreas que mais empregam os alunos oriundos dessa formação. O maior segmento de atuação dos entrevistados é a hotelaria, abrangendo 22,9% da amostra, seguido pelas agências com 14,3% dos entrevistados. Observa-se que um subgrupo intermediário de ocupações concentrou 5,7% das respostas para cada uma das atividades de educação, órgãos públicos, transportes e continuação de estudos; ao passo que 2,9% dos entrevistados atuam em pesquisa, administração e o setor de Alimentos e Bebidas (A&B).

Gráfico 1. Áreas de atuação dos entrevistados



Fonte: Elaboração própria.

Questionados se os conhecimentos adquiridos na graduação eram utilizados no mercado de trabalho, os entrevistados foram classificados em três conjuntos, de modo a quantificar a repetição de um padrão de resposta. Esses conjuntos foram: “sim”, “não” e “parcialmente”. Como se observado no gráfico, cerca de 62% dos egressos utilizam o conteúdo ministrado na graduação, ou ao menos uma parte dele. A análise de conteúdo, além de permitir a apresentação das respostas de forma quantificada, possibilitou descrever o perfil dos alunos que correspondem a cada um dos conjuntos definidos acima e apontar, mais uma vez, em quais níveis de atuação do turismólogo a graduação oferecida pelo curso de turismo da UFJF apresenta seus pontos positivos e negativos.

Gráfico 2. Conhecimentos obtidos pela formação *versus* utilização no ambiente de trabalho

Fonte: Elaboração própria.

Os egressos que responderam “sim”, compondo 31% da amostra, definem-se por destacar as oportunidades relacionadas à sua passagem na UFJF, alegando ter caráter decisivo para conseguirem estágios e realização de projetos. Ressaltam, também, a importância de disciplinas específicas e as de áreas administrativas e atribuem às interações com colegas alunos e professores como importantes para sua formação. Em suas falas, ressalta-se a

utilização de termos e noções de gestão e interação com pessoas de outras culturas, além da importância de variadas disciplinas e da multidisciplinaridade do curso, conforme apontado nos trechos:

[...] eu trabalho como sales manager, recepcionista, community manager e revenue manager, daí a importância de que o curso de Turismo seja multidisciplinar (administração, estatística, marketing, etc.). (Entrevistado 9).

Dediquei na minha passagem pela UFJF, aprofundar-me na área de hotelaria, fiz estágios (quase de graça/sem remuneração) que foram essenciais para contribuir com minha formação e promoção depois de formada. (Entrevistado 13).

[...] Algumas disciplinas como antropologia, psicologia, filosofia e até finanças complementam esse conhecimento e auxiliam no dia-a-dia. Afinal, estou lidando com pessoas o tempo todo e várias culturas, a começar pela tripulação a qual iremos acompanhar em uma jornada (cada um é de um lugar), pelos passageiros (que têm ou não certos costumes) [...] e até a empresa em que trabalho ou em outras empresas congêneres ou do setor turístico. Com certeza o olhar do turismólogo faz toda a diferença, quanto mais se a formação for consolidada e aliada à aptidão de cada um é o que destaca um profissional de outros. (Entrevistado 34).

Sim, no que tange ao conhecimento obtido na disciplina de Eventos, pois trabalho exatamente com isso: montagem de checklist, solução de imprevisto, sugestão de ideias, cerimonial e protocolo. (Entrevistado 24).

O segundo grupo, classificados no conjunto “parcialmente”, também apresentaram 31% dos resultados. Em alguns casos, esse grupo, diferentemente do anterior, colocam a UFJF, isoladamente do curso de turismo, como importante responsável pela sua formação. Segundo eles, a principal fonte de formação dos conteúdos utilizados no mercado de trabalho veio de sua própria procura e sempre remetem à necessidade de uma complementação da graduação oferecida. Alguns apontam experiências extracurriculares, como a Rumos (Empresa Júnior de Turismo da UFJF) e projetos de ensino, pesquisa extensão, como responsáveis “integrais” por seu aprendizado e posição atual no mercado de trabalho.

Utilizo sim os conhecimentos da minha área no meu ambiente de trabalho, contudo muitos destes eu não aprendi no curso e sim com a experiência. (Entrevistado 6).

Sim, hoje trabalho na área de treinamento e desenvolvimento em uma empresa de Administração Hoteleira e devo integralmente este rumo que minha carreira tomou à minha participação na Rumos [...], pois o curso se foca muito em disciplinas teóricas/políticas públicas e deixa de explorar áreas administrativas que, ao meu ver, são as que apresentam maior possibilidade de sucesso na carreira. (Entrevistado 25).

Com relação à complementação da formação também é destacada por esse grupo a importância do conhecimento adquirido por meio dos profissionais não formados em turismo, mas com muito tempo de trabalho na área, que são responsáveis pela complementação ou integralidade da formação do egresso.

Quase nada! Tudo que faço hoje eu aprendi com pessoas que nem formadas em turismo são, mas que já trabalham na área (há) muito tempo. (Entrevistado 7).

Alguns afirmam não trabalhar mais com a área de turismo, mas mesmo assim enxerga aplicabilidade do conteúdo no que faz atualmente. Outra citação de destaque apontada por esse grupo é a procura por complementar os conceitos apresentados no curso de turismo através de outros cursos, eventos, experiências e especialização, como pode ser observado nos depoimentos:

São pouco utilizados no ambiente de trabalho, mas a formação em si é essencial para a formação pessoal e desenvolvimento necessários para ingressar no mercado de trabalho. (Entrevistado 8).

A parte conceitual do mercado turístico adquirida na universidade serviu de base para eu buscar por meio de cursos, bibliografias, eventos, experiências, etc., o conhecimento da realidade do mercado (fluxos, estrutura das empresas, ordenação do mercado, instituições públicas e privadas envolvidas, tendências, programa de incentivo, produção associada, foco em segmentos específicos) para poder desenvolver meus projetos e trabalhos nos quais me envolvi [...]. (Entrevista 19).

Por atuar, como turismóloga, em órgão público da área de meio ambiente tive, ainda, que buscar conhecimento específico sobre administração pública e gestão ambiental. (Entrevistado 19).

Atualmente estou terminando uma especialização e trouxe para esta nova área conhecimentos que iniciaram na graduação. (Entrevistado 1).

Composto pelos egressos que afirmaram não utilizar o conteúdo oriundo da graduação (29%), o último grupo apresenta considerações peculiares e um perfil bem distinto. As duas características marcantes é o abandono da área por alguns e a impossibilidade de estabelecer relações entre a formação e o trabalho que exerce na área de turismo. Alegando que a formação em turismo falhou em não alcançar todas as atividades possíveis de um turismólogo, esses egressos adquirem os conhecimentos necessários através de profissionais da área não formados e/ou pela pró-atividade com relação aos estudos:

Não, trabalho com vendas de pacotes turísticos e em nenhum momento do curso aprendi sobre como vender destinos. O que sei hoje é reflexo de pesquisas e cursos feitos fora da formação em Bacharel em Turismo. (Entrevistado 35).

Os egressos também apresentaram os motivos que os levam a abandonar a área de turismo. A maioria das razões está ligada a problemas encontrados no trabalho devido: (1) a não regulamentação da profissão que dificulta o reconhecimento do profissional pela sociedade; (2) não existência de planos de carreira e perspectiva de crescimento uma vez que qualquer profissional pode realizar as atividades do turismólogo; (3) os salários são baixos na relação entre custo e benefício quando se considera os anos na Universidade e esforços durante esse período. Além disso, alguns egressos consideram realizar outra formação acadêmica.

A pesquisa procurou uma averiguação por parte dos entrevistados com intuito de ressaltar consonâncias entre a satisfação com o curso e o posicionamento do egresso no mercado, visando identificar se o egresso atribui relações entre sua formação e seu lugar no mercado. Assim, quando indagados sobre como *avalia seu posicionamento no mercado com sua formação*, cerca de 40% responderam estar bastante satisfeitos, 20% razoavelmente

satisfeitos, 14,3% muito insatisfeitos, 11,4% pouco satisfeitos. Apenas 8,6% indicou estar extremamente satisfeito e 5,7% não responderam.

Aos entrevistados insatisfeitos com sua colocação no mercado, a pergunta destinada era: *a quais áreas de trabalho se voltaria caso mudasse de atividade profissional?* Em sua maioria, destacaram o serviço público, seguidos por ensino e pesquisa. Alguns também destacaram a possibilidade de trabalhar com áreas relacionadas ao turismo, uma vez que não as desenvolvem atualmente. Esses últimos citaram como principal destino as agências, operadoras, hotelaria e eventos.

Por exemplo, ao se questionar a sobre a *visão dos egressos sobre o mercado de trabalho* de um Bacharel em Turismo, cerca de 20% respondeu que há muitos profissionais formados e poucas vagas de trabalho. Outros 20% afirmou que as instituições de ensino estão descoladas da realidade prática do setor e do que as empresas precisam. Com uma característica muito similar com a afirmação anterior 17,1% dos entrevistados acredita que o perfil desejado pelas empresas não é o mesmo daquele dos profissionais formados nas instituições de ensino. Há entrevistados (14,3%) que consideram que existem vagas não preenchidas em postos mais elevados porque as empresas querem “superprofissionais”, enquanto que os postos de trabalho mais baixos são essencialmente operacionais. Por outro lado, 8,6% dos entrevistados destacam que há vagas para todos e instituições que fornecem uma ótima formação, devendo o aluno exercer um papel ativo neste processo. Outros motivos somaram 11,4% e 7,2% dos entrevistados afirmou que todas as questões estão corretas.

Tentamos captar e identificar o significado subjacente às questões fechadas, de forma mais profunda, recorreremos à análise qualitativa do mercado de trabalho do turismólogo, conforme os trechos aludidos:

Há uma distribuição irregular de profissionais e vagas. Há lugares que existe uma grande dificuldade de contratação de profissionais da área enquanto em outros lugares estão sobrando recém-formados desempregados. A remuneração das ocupações principalmente operacionais fica aquém do esperado. Isso desestimula o profissional a continuar trabalhando na área. (entrevistado 8).

Um bacharel em turismo, na minha concepção – ou pela minha vivência no mercado - , é só mais um profissional. Hoje, diploma universitário é básico, todo mundo tem. É o mínimo! O exercício e a dedicação tornarão qualquer jovem num ótimo profissional,

tenha ele formação ou não. Especialmente nessa área. (entrevistado 29).

Complementarmente, a pesquisa buscou identificar, segundo a percepção dos entrevistados, *como o mercado de trabalho percebe o turismólogo*. Dos dados coletados, 51,4% afirma que o mercado percebe a profissão de turismólogo como uma atividade razoavelmente conhecida, mas pouco profunda, carecendo ainda de maior profissionalização. Ainda em um ambiente de incertezas sobre a profissão, 37,1% acha que o mercado de trabalho considera o turismólogo como um profissional que exerce atividades ainda desconhecidas e com pouca clareza sobre que se pode fazer, assim como em que segmento de mercado atuar. Cerca de 6%, por sua vez, afirma que a área é bem conhecida e com um mercado de trabalho já claro e bem definido, enfatizando a atividade como bem desenvolvida e com uma ótima inserção no mercado de trabalho.

4.3. Identificação da aquisição de habilidades e competências durante os estudos

Uma vez identificadas a participação relativa do bacharel em turismo no mercado de trabalho, as competências requeridas pelas organizações que absorvem desse profissional e a percepção do mercado em relação à profissão, bem como do profissional em relação ao mercado; buscou-se num terceiro momento identificar as habilidades utilizadas no mercado de trabalho e as aptidões que foram desenvolvidas no período acadêmico, que diferenciam os egressos dos demais profissionais.

Os dados mostraram que 22,9% responderam ter domínio de idiomas e capacidade de lidar com o público. Outro diferencial dos graduados, conforme a pesquisa, se refere ao domínio de técnicas de análise e gestão aplicadas a empreendimentos turísticos (11,4%). Cerca de 6% citaram a capacidade de analisar fluxos turísticos, indicadores e estatísticas do setor e planejar um sistema turístico, a fim de adequá-lo aos turistas. Nessa questão 14,3% marcaram a opção “outra” e 37,1% não respondeu.

É importante ressaltar o elevado índice de não respostas a essa questão, o que sugere ainda a falta de uma competência específica do turismólogo, nomeadamente, frente à diversidade de áreas em que pode atuar, conforme sugeriram teoricamente (Mota, 2007; Hoerner & Sicart, 2003; Ruschmann, 2002; Barretto, 2001). Além disso, as aptidões associadas ao domínio de idiomas e à gestão, oriundas de outras áreas do conhecimento, não são exclusivas do profissional em turismo, mas apenas meios para desenvolver as suas

habilidades características. Apesar disso, elas são mais enfatizadas do que a análise de fluxos e sistemas turísticos, que supostamente seria uma habilidade específica do turismólogo e concentra apenas 6% das respostas, ficando em quinto lugar.

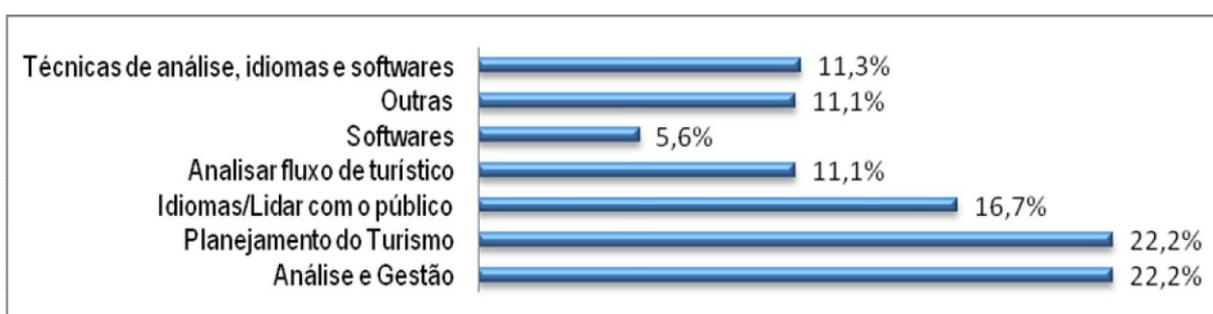
A partir dos dados, é possível inferir que os graduados não têm clareza sobre o domínio de uma competência específica do profissional turismólogo. Como consequência parece haver alguma dificuldade em estabelecer relações entre suas tarefas e habilidades com a carga formativa adquirida na graduação. Isso é corroborado pelas palavras de um dos entrevistados:

[não desenvolvi habilidade específica] Nenhuma, visto que o idioma eu aprendi em curso particular fora da universidade, e não se aprende a mexer em sistemas específicos do setor. Não é a toa que o cargo que ocupo no hotel, dos oito integrantes deste mesmo cargo apenas eu e mais um somos formados em turismo, e somente eu e mais dois sabemos falar outro idioma. (Entrevistado 12).

Em minha atuação profissional, essas habilidades técnicas não são requeridas. (Entrevistado 18).

Quando questionados sobre as *habilidades que os diferenciam dos outros profissionais* ou quais delas deveriam ter desenvolvido na formação acadêmica, a amostra apresentou uma considerável evasão: 48,6% não responderam a essa questão. Entretanto, conforme o gráfico 4, dos 51,4% que a respondeu, destacou as dificuldades com idiomas, uso de softwares, análises de fluxos turísticos, além de aspectos relacionados ao planejamento e a gestão do turismo, bem como de atendimento ao público.

Gráfico 3. Habilidades que poderiam ter desenvolvidas



Fonte: Elaboração própria.

A partir da heterogeneidade das percepções dos alunos com relação a sua faculdade e seu desdobramento no mercado de trabalho, fez-se necessário avaliar as interfaces e a aplicação que os alunos dedicaram à sua formação acadêmica. Baseado na premissa da avaliação do curso, o entrevistado foi convidado a autoavaliar sua dedicação estudantil e, a partir daí, delinear um perfil capaz de apresentar respostas às indagações da pesquisa. Essa abordagem procura destacar pontos em comum entre a dedicação ao estudo e o êxito profissional. Cerca de 54,3% diz ter se dedicado muito e conseguiu um bom emprego. Outros 14,3% dizem ter realizado uma significativa dedicação, porém a oferta de profissionais no mercado, por ser muito grande, dificulta a obtenção de um “bom emprego”¹.

Os demais 31,9% afirmam não ter se dedicado da forma que deveria. Entretanto, ocupam variados tipos de trabalhos chamados por eles de “bons empregos” e “empregos ruins”, atividades fora da área do turismo, empresas familiares, entre outras considerações colocadas pelos entrevistados. Um exemplo da dedicação dos alunos foi aferido através das horas disponíveis para estudo *versus* as horas efetivamente dedicadas aos estudos semanalmente.

Quanto às *horas de estudo disponíveis* dos formados enquanto alunos de graduação, 34,3% responderam que dispunham de 2 a 5 horas por semana aos estudos; 25,7% de 5 a 10 horas, 22,9% de 10 a 20 horas; 11,4% até duas horas; 5,7% mais de 20 horas. Quanto às *horas efetivamente dedicadas aos estudos*, obteve-se que 45,7% dedicaram mais de 5 horas, 37,1% dedicaram de 2 a 5 horas (em média, menos de uma hora por dia útil), 8,6% de 1 a 2 horas, 5,7% até 1 hora, 2,9% não respondeu.

Na sequência, foram questionados se aos mesmos consideravam que *o tempo dedicado aos estudos fora de aula era suficiente* para o aprendizado e 71,4% respondeu que sim. Os demais responderam que não, e utilizaram justificativas como: a falta tempo (5,7%); desinteresse/desmotivação (5,7%); preguiça (2,9%); falta de aplicabilidade do que está sendo estudado (5,7%) entre outros aspectos como motivos que os levaram a um estudo aquém do estimado.

¹ A expressão “bom emprego”, utilizada pelos entrevistados, compreende um sentido vago em que a presente pesquisa não se ateve em descrevê-lo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou um levantamento realizado junto aos egressos, descrevendo as percepções e expectativas dos graduados do curso de turismo quanto à formação profissional e qualificação em turismo, antes, durante e após a sua formação superior, a fim de correlacionar estas informações à sua inserção e posição atual no mercado de trabalho.

Quanto ao perfil sócio demográfico, a amostra é majoritariamente composta por alunas, brancas, entre 22 e 26 anos, que moram com os pais. Os recursos financeiros que permitem sua manutenção na universidade têm origem de sua atividade remunerada. Estão presentes no mercado de trabalho de sua área, majoritariamente em hotelaria e agências de viagens. O conhecimento adquirido na graduação não é de todo utilizado no trabalho destacando o deslocamento da realidade prática com as propostas pedagógicas do curso, dificuldade essa levantada por Hoemer e Sicart (2003).

No tocante à expectativa quando ao mercado de trabalho, afirmam que o turismo é razoavelmente conhecido e pouco aprofundado, carecendo de profissionalização. Avaliam sua aplicação ao estudo como suficiente e, primavam antes de sua formação por um conteúdo amplo e geral com parte teórica generalizante e um foco aplicativo a uma das áreas específicas (hotelaria, agências, entre outras).

Os egressos possuem dificuldades de estabelecer relações entre as tarefas e habilidades e a carga formativa, como também não possuem de forma consolidada as competências específicas do profissional turismólogo, característica apontada por Degrazia (2005), Barretto, Tamanni e Silva (2004), Hoerner e Sicart (2003), Trigo (1998) e Ansarah (2002).

Para os entrevistados, o diferencial no mercado de trabalho que apresentam é o planejamento do turismo e análise de gestão. Ademais destacam que a expectativa com relação ao curso não foi atendida, identificando dilemas entre a teoria e a prática, a generalização e funções específicas, bem como a atualização da grade curricular. A sociedade por sua vez, segundo os entrevistados, coloca a formação do turismólogo como desnecessária de graduação.

REFERÊNCIAS

Airey, D., & Tribe, J. (2008). *Educação Internacional em Turismo*. São Paulo: Editora SENAC.

Ansarah, M. G. R. (2002). *Formação e capacitação em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil*. São Paulo: Aleph.

Ansarah, M. G. R. (2000). Teoria Geral do Turismo. In: *Turismo: Como aprender, como ensinar*. São Paulo: Editora Senac, 2, 11-36.

Árias, A. R., & Zamboni, R. A. (2006). *Sistema integrado de informações sobre o mercado de trabalho no setor turismo no Brasil: a experiência do IPEA*.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 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*, São Paulo, 2(1).

Demo, P. (2005). *Universidade, aprendizagem e avaliação: horizontes reconstitutivos*. Porto Alegre: Mediação.

Dencker, A. F. M. (2006). Estado e Educação no Brasil: o Caso do Ensino de Turismo. *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, UnB.

Figueiredo, F. (2007). *Estatística Descritiva e Probabilidades*. (1a ed.) Portugal: 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. In: *Anais do IV SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL*. Disponível em http://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/gt02. Acesso em 20 fev. 2013.

Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. (5a ed.) São Paulo: Atlas.

Hoerner, J., & Sicart, C. (2003). *La science du tourisme: précis franco-angais de tourismologie*. França: Balzac.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2010). *Posição ocupada pelos 100 maiores municípios, em relação ao Produto Interno Bruto a preços correntes e participações percentuais relativa e acumulada, segundo os municípios e as respectivas Unidades da Federação - 2010*. Disponível em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Pib_Municipios/2010/pdf/tab01.pdf. Acesso em 20 fev. 2013.

Lacerda, A. C. (2006). *Economia brasileira*. (3a ed.) São Paulo: Saraiva.

Machado, F. A. (2006). Atuação profissional dos egressos dos cursos de turismo: estudo de caso em uma instituição de ensino superior de Belo Horizonte. In: AGUIAR, M. F.; BAHL, M. (Org.). *Competência profissional no turismo e compromisso social*. Coletânea do XXVI CBTUR, Congresso Brasileiro de Turismo 2006. São Paulo: Roca.

Malhotra, N. (2006). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. (4a ed.) Porto Alegre:

Bookman.

Mota, K. M. (2007). *Formação Superior em Turismo na Unifor/CE: Proposta, realidade e reflexo*. Mestrado em Turismo (Dissertação) . Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul.

Ruschmann, D. (2002). *Turismo no Brasil*. Barueri: Manole.

Tomelin, C. A. (2001). *Mercado de Viagens e Turismo: como competir diante das novas tecnologias*. São Paulo: Aleph.

Trigo, L. G. G. (2008). Prefácio. In: Airey, D.; & Tribe, J. *Educação Internacional em Turismo*. São Paulo: Editora SENAC.

Triviños, A. R. S. (1987). *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: Pesquisa Qualitativa em Educação*. São Paulo: Atlas.