



Formação Profissional em Turismo *versus* Mercado de Trabalho: Reflexões dos Discentes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense

Resumo: O crescimento do Turismo traz consigo a necessidade de capacitação profissional para o setor, organizações turísticas e, conseqüentemente, a sociedade. Analisar as percepções dos discentes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense quanto às exigências do mercado de trabalho relacionado com a sua formação profissional foi o principal objetivo desse estudo. Com relação aos procedimentos metodológicos, a natureza da pesquisa foi qualitativa. Como método de coleta de dados, foi realizado um grupo focal com os discentes do Curso de Turismo que estavam estagiando ou já tivessem estagiado. Os principais resultados foram: distanciamento existente entre o que é apreendido na graduação com as demandas do mercado de trabalho, predominância de oferta de estágios operacionais, necessidade de experiência na área de atuação e conhecimento de idiomas.

Palavras-chave: Formação profissional; Mercado de trabalho; Universidade Federal Fluminense; Curso de Turismo.

Abstract: The growth of Tourism brings with it the need for professional training for the sector, touristic organizations and, consequently, society. Analyzing the perceptions of the students of the Tourism Graduation of the Fluminense Federal University regarding the demands of the labor market related to their professional training was the main objective of this study. Regarding methodological procedures, the nature of the research was qualitative. As a method of data collection, a focus group was carried out with the students of the Tourism Course who were interns or who had already done an internship. The main results were: an existing distance between what is learned in graduation and the demands of the labor market, predominance of offer of operational internships, need of experience in the area of performance and knowledge of languages.

Key-Words: Professional qualification; Job market; Fluminense Federal University; Tourism course.

1. Introdução

O Turismo é um dos setores econômicos mais importantes do mundo. Ele mesmo é responsável por 9,8% do PIB mundial e 5,4% das exportações mundiais, o que corresponde aproximadamente 7,6 trilhões de dólares anuais (WTTC, 2016). Para sobreviver a este mercado crescente e competitivo, é necessário utilizar-se de estratégias que se preocupem com a sustentabilidade e a melhora da posição dos destinos turísticos neste mercado (BRANDÃO; JOIA; TELES, 2016).

Nesse sentido, é importante destacar que o mercado de trabalho que engloba o turismo está muito competitivo e exigindo profissionais capacitados e habilitados no que tange exercer suas atribuições. Pelo fato do turismo estar presente no setor terciário, Antunes *et al.* (2005) afirmam que a base para o desenvolvimento turístico está na prestação de serviços. Isso porque as pessoas estão cada vez mais informadas e, conseqüentemente, exigentes na hora da prestação de serviços.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Brito e Ferreira (2012) asseveram que o turismo possui diversas dimensões, sendo elas: sociais, culturais, políticas, psicológicas e econômicas. Lisbôa Filho (2001) também acrescenta que essas dimensões são permeadas de relações sociais e integrantes do espaço natural e social e, com isso, o turismo precisa, cada vez mais, ser estudado e entendido como uma ciência multidisciplinar. Contudo, para os autores citados, a dimensão que tem maior destaque, no que tange o cenário mundial, é a econômica, pois apresenta efeito multiplicador, uma vez que, são geradas receitas que repercutem de forma direta e indireta em outros setores.

Para Lisbôa Filho (2001), o turismo transcende a esfera das relações da balança comercial. O turismo, segundo o autor, é um fenômeno pertencente às ciências sociais e não às ciências econômicas. O autor ainda acrescenta que o turismo não é exclusivamente uma indústria e serve-se igualmente dos três setores: do primário para alimentação, do secundário para a construção e do terciário para todos os serviços de atendimento ao setor, por exemplo, guias de turismo, hospedagem, transporte, recreação, entre outros.

Lisbôa Filho (2001, p. 4) assegura que o turismo “é um fenômeno de interação entre o turista e o núcleo receptor e de todas as atividades decorrentes dessa interação”. Além, disso, conforme o autor, a sociedade está ávida por produtos diferenciados, os quais são encontrados no setor de serviços. Portanto, fica evidente a importância da qualificação e formação profissional dos recursos humanos que desempenham suas funções nas empresas ligadas ao setor de turismo, agregando qualidade e diferenciais na oferta do produto turístico (BRITO; FERREIRA, 2012).

O presente estudo tem como objetivo analisar as percepções dos discentes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense quanto às exigências do mercado de trabalho relacionado com a sua formação profissional. Para tal, foi realizada uma pesquisa qualitativa e o método de coleta de dados foi um grupo focal com sete alunos participantes, que estavam estagiando ou tivessem concluído algum tipo de estágio. Como resultados percebe-se o distanciamento existente entre o que é apreendido na graduação com as demandas do mercado de trabalho, predominância de oferta de estágios operacionais, necessidade de experiência na área de atuação e conhecimento de idiomas. A importância desta pesquisa é evidenciada na medida em que o mercado cada vez mais competitivo exige que o profissional tenha diferenciais



que o destaquem no ambiente laboral, uma vez que se faz necessário entender a relação entre a formação e as exigências do mercado de trabalho.

2. Referencial Teórico

Lara (2010) analisa que, nos últimos 50 anos, diversas transformações ocorreram e incidiram sobre o crescimento e desenvolvimento do turismo. Ansarah (2002) observa que a evolução do mercado de trabalho em turismo no Brasil tem relação com a demanda nacional e internacional de turistas. Atualmente, para Fornari (2006), o crescimento do turismo traz consigo a necessidade de capacitação profissional para o setor e agregação de valor às empresas. Ainda de acordo com autora, todas as profissões, não somente as que estão ligadas ao turismo, como condição de empregabilidade e sucesso no mundo dos negócios, estão exigindo de seus profissionais autonomia intelectual, maior capacidade de raciocínio, senso crítico, atitudes inovadoras e empreendedoras, além de aptidão para prever cenários e sanar problemas.

A busca por profissionais com melhores qualificações é constante. A identificação com a área de atuação, somando as habilidades específicas da área podem se tornar um diferencial positivo ao profissional que trabalha com o turismo (FERREYROS; ROSINI, 2006). Além disso, Diettrich e Paiva (2012) acrescentam que o capital humano tem como papel-chave ser um elemento competitivo básico e diferenciador no contexto internacional. No entanto, conforme ressaltam Ferreyros e Rosini (2006), essa capacitação exigida ao profissional da área do turismo será obtida por meio do ensino superior.

Csordas (2009) destaca como dificuldades enfrentadas por turismólogos a essência de sua base educacional que é fortemente relacionada a um campo inter/multidisciplinar e exige do profissional a procurar meios de agregar à sua formação conhecimentos de diferentes áreas e ciências. A graduação também tem tido um expressivo aumento no número de cursos de turismo, sobretudo pelas instituições particulares, com significativa presença do Sistema S (por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) em todas as regiões do país e de estabelecimentos públicos federais e estaduais de educação superior (REJOWSKI, 2001).



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Rejowski (2002) ressalta que o mercado de trabalho para os bacharéis em turismo, na década de 70, ficava restrito ao trinômio agência de viagens-hotelaria-transporte. Conforme Ferreyros e Rosini (2006), o motivo se devia “ao fato do mercado consumidor ser pouco exigente e da falta de estrutura no mercado turístico que pudesse proporcionar novas atribuições ao profissional do turismo.” Porém, Souza (2008) assegura que, nos dias de hoje, é possível perceber a diversificação das possibilidades de atuação para o profissional.

Ansarah (2000) assevera que o turismo abrange atividades de diversas naturezas. Além do mais, segundo a autora, são tarefas complexas, que demandam a atuação de profissionais especializados, com conhecimento e formação na área, como os bacharéis em turismo. Antunes *et al.* (2005, p. 2) observam que, de acordo “com as tendências internacionais que indicam um crescente interesse por viagens e lazer, surgem e se aprimoram as mais diversas áreas profissionais e investimentos ligados ao turismo”. Desse modo, surgem também inúmeros cursos em turismo, de níveis técnico, médio e superior, os quais têm por objetivo capacitar pessoas e gerar mão de obra qualificada para o atendimento das expectativas e necessidades da demanda turística.

Lara (2010) atenta que, para se vivenciar o turismo, é preciso uma formação plural do bacharel em turismo. Com isso, para o autor, os recursos humanos assumem destaque considerável frente às práticas pedagógicas desenvolvidas pelas instituições de ensino superior. O processo de ensino/aprendizagem se torna significativo na formação do bacharel em turismo, pois esse profissional será capaz de participar do desenvolvimento do turismo. Fornari (2006, p. 26) acrescenta que, como o turismo também é uma atividade de prestação de serviços, a qualificação dos recursos humanos “favorece o aproveitamento racional e rentável para o setor, auxiliando do desenvolvimento da atividade turística”.

Por outra perspectiva, Rejowski (2001, p. 53) aponta uma dicotomia entre algumas abordagens acadêmicas “incoerentes, inconsistentes e mal formuladas” com o amadurecimento dos cursos expandidos fora das capitais com propostas “diferenciadas, adaptadas ou direcionadas às necessidades e realidades locais e regionais”.

No entanto, apesar desse amplo leque de opções, Faria (2006) expõe que frequentemente nos estágios de graduação são desenvolvidas atividades de complexidade aquém a capacidade e da formação dos estudantes da área.



Nota-se que o mercado muitas vezes nega oportunidades ao profissional do turismo de desenvolver seu empreendedorismo e iniciativa e a possibilidade de atuação responsável, a níveis mais elevados. Os estudantes de Turismo têm muitas vezes a base teórica, mas não tem a oportunidade de complementar na prática sua experiência, principalmente nas áreas de administração, gestão e planejamento, uma vez que a maior parte dos estágios está direcionada a área operacional, evidenciando-se uma carência na oferta em estágios que possam agregar valor à formação do estudante de turismo (FARIA, 2006, p. 30).

Portanto, tal situação acontece por conta que desde a gênese da educação em hospitalidade e turismo, há uma série de dificuldades ainda não resolvidas, entre elas, a questão do desenvolvimento do setor e da fundamentação teórica da área (FARIA, 2006).

3. Procedimentos Metodológicos

Inicialmente, para a realização desse estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e de campo. De acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituída principalmente de livros e artigos. Quanto à pesquisa de campo, é a parte empírica da pesquisa, proporcionando a interação do pesquisador com o campo estudado (MINAYO, 2002).

É válido destacar que esse trabalho foi de natureza qualitativa. De acordo com Gil (2008), o método qualitativo é bastante indicado para estudos que objetivam apreender percepções, olhares, sentimentos, motivações e atitudes, informações de caráter subjetivo que vão além daquilo que uma pesquisa quantitativa pode oferecer.

Segundo Dias (2000, p. 8), “dentre as técnicas mais utilizadas em pesquisas qualitativas, destacam-se as entrevistas não direcionadas e semiestruturadas, as técnicas projetivas e os grupos focais”, sendo o último realizado nesse trabalho. Desse modo, foi realizado um grupo focal com sete estudantes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense, que já tivessem estagiado ou que estavam estagiando, com objetivo de analisar as percepções dos discentes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense quanto às exigências do mercado de trabalho relacionado com a sua formação profissional. Todos os integrantes foram convidados para participar do grupo focal pela rede social *facebook*, em específico, no grupo oficial do Curso de Turismo da



Universidade Federal Fluminense. Os nomes dos alunos foram mantidos em total sigilo com intuito de não os expor. Logo, foram dados nomes fictícios aos participantes.

As questões tiveram uma sequência lógica. O primeiro bloco (quebra-gelo) identificava em qual período estavam, além de terem informado o nome, idade, se estava estagiando ou havia estagiado e o qual era o segmento do estágio que tinham atuado ou estavam atuando. O segundo bloco abordava questões específicas, como: teoria aprendida no Curso de Turismo, atendimento de expectativas e planos profissionais. Por fim, o terceiro bloco foi composto por questões de encerramento, sendo elas: principais discussões e algum tópico não discutido.

Logo, é necessário esclarecer que dos sete alunos, dois estavam estagiando e cinco não estavam estagiando no momento que a pesquisa foi aplicada. Três alunos eram do 6º período e quatro do 8º período. As áreas de atuação que estavam atuando ou atuaram eram: hotelaria, órgãos públicos de Turismo, transporte marítimo e agenciamento.

Finalmente, após a coleta dos dados, obtidos mediante a realização do grupo focal, os diálogos dos participantes foram submetidos a uma análise qualitativa que originou a seguinte categoria de análise: Curso de Turismo *versus* mercado de trabalho. Ressalta-se que algumas falas foram extraídas na íntegra com intuito de garantir a veracidade das informações. A discussão e análise de tal categoria será exposta na próxima seção.

4. Resultados

Da literatura estudada sobre a temática formação profissional em Turismo emergiu uma categoria de análise, que foi Curso de Turismo *versus* mercado de trabalho. Uma questão levantada por uma participante do grupo focal foi a falta de estágios relacionados com o que se aprende na Faculdade de Turismo da Universidade Federal Fluminense. O objetivo da faculdade é formar bacharéis aptos para trabalharem com gestão e planejamento turístico (DIETRICH; PAIVA, 2012).

Todavia, quando chegam ao estágio, que geralmente é o primeiro contato com o mercado de trabalho, como exposto na fala de Jéssica, e se deparam com estudantes ocupando cargos operacionais, como é evidenciado também na fala de Raquel:



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

O meu estágio foi minha primeira experiência de trabalho com turismo. Com meu estágio consegui realizar o sonho de fazer intercâmbio, viajar e pagar até outras coisas pra mim (Jéssica).

O choque que a gente encontra aqui na faculdade, bem... A gente aprende muitas teorias e no mercado de trabalho quando vai começar, nunca começa da parte que aprende aqui na faculdade, começamos pelo operacional. Como não tem muito o lado operacional aqui dentro, temos esse choque. Se a gente fosse estagiário na área de planejamento, de pensar o turismo, no realizar, no implantar o turismo.... Se fosse esse nosso estágio a faculdade ajudaria muito. Mas, como a maioria dos estágios não é assim... É operacional. A faculdade não está sendo boa nesse ponto, porque ela tinha que visar esse lado mercadológico (Raquel).

O processo de busca por um trabalho requer um tempo de amadurecimento e paciência de esperar pelas janelas de oportunidades. Todos os participantes do grupo focal abordaram o afastamento entre a sua formação com os desejos do mercado. Além disso, destacaram que ter experiência é o mais valorizado pelo mercado de trabalho. Ter uma formação superior em turismo não garante oportunidades. Essas afirmações podem ser compreendidas nas falas dos discentes:

No setor de turismo eles querem que você tenha línguas, experiência, cursos e eles não dão esse retorno pra gente. Então, acabamos criando muita expectativa, tentando sempre se aprimorar, tendo feito uma faculdade, ter diploma de inglês, francês, espanhol... A pessoa que está lá que não necessariamente tenha feito as mesmas coisas que você, mas ela sendo mais ágil, tendo uma postura melhor, sabendo falar melhor, sendo mais extrovertido, ela vai passar na sua frente (Bruno).

Na área do turismo, além de saber falar várias línguas, o ideal é que a pessoa saiba se virar sozinha, seja pró ativa (Luciana).

O mercado de trabalho em turismo exige experiência. Então, se você fez cursos, faculdade e chega ao mercado de trabalho de turismo sem experiência, a pergunta é: porque você fez turismo? Essa é a real. Se chegar uma pessoa que fez Engenharia, tem quatro idiomas e uma que fez turismo sem idiomas, é a pessoa que fez Engenharia que vai entrar (Rafael).

Segundo os entrevistados, para o mercado, o que basta é a experiência na área de atuação e não a formação ser específica em Turismo. Por isso, muitos profissionais de outras áreas conseguem obter trabalhos em áreas de atuação que seriam designadas aos bacharéis em turismo, pois sob o ponto de vista do mercado, ter experiência e conhecimento de idiomas já é o suficiente para garantir uma vaga de trabalho.



Entretanto, a fala de uma aluna evidencia que não são todos que sairão desmotivados da Faculdade de Turismo. Por mais que haja disparidade entre a academia e o mercado, não significa que não poderão tentar resolver essa questão. Esses profissionais são jovens, muitos estão começando a entender o funcionamento do mercado neste momento. Ainda moram com os pais e estão entrando na fase adulta e ganhando maturidade com essa dicotomia. A aluna Helena indaga sobre como se poderia pensar numa solução para resolver essa temática, a respeito da formação em turismo não ser exigência nem pré-requisito para o mercado de trabalho na área. Além disso, a discente ainda sugere que os próprios alunos tenham papel fundamental no que se refere a propor maior diálogo entre a faculdade e as empresas concedentes de estágios.

Desse modo, para Souza (2008), as instituições de ensino superior não podem ser voltadas estritamente para o viés mercadológico. Segundo Souza (2008, p. 27), “essas instituições não podem subordinar a qualificação humana às leis do mercado e à sua adaptabilidade e funcionalidade aos organismos que os representam”. É preciso haver diálogo entre as instituições de ensino superior e o mercado, para que haja articulação da teoria com a prática.

5. Considerações Finais

Verificou-se o distanciamento existente entre formação e atuação do bacharel em turismo perante a realidade do mercado. Além disso, é válido destacar que, o referencial teórico também auxiliou no que se refere obter mais explicações sobre esse dualismo. Os diálogos expostos pelos participantes do grupo focal também apresentaram as reflexões dos estudantes da Universidade Federal Fluminense pertencentes ao Curso de Turismo. Com isso, nas falas, foi possível perceber considerações acerca, não apenas do Curso, como também de seus planos profissionais, quais são as expectativas sobre o mercado de trabalho e entendimento sobre o que é ter uma carreira promissora.

No que tange ao Curso de Turismo, muitos abordaram o distanciamento existente entre ao que é ensinado na faculdade e o que se vivencia, de fato, no mercado de trabalho. Muitos alunos se queixaram que o curso apresenta uma grande bagagem teórica quando, na realidade, o mercado oferece aos profissionais de turismo vagas em



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

setores operacionais. Contudo, esse conflito não ocorre apenas no Curso de Turismo. Como discutido, esse problema está sendo corriqueiro frente a outras áreas de atuação, já que, são oferecidas vagas operacionais para quem não tem experiência.

Dessa forma, esta pesquisa poderá contribuir com comunidade acadêmica, na medida em que promove uma maior reflexão das razões que levam os estudantes a estarem insatisfeitos com o curso de graduação escolhido e reunir ideias, a fim de serem implementadas com propósito de tentar suprir os problemas enfrentados pelos discentes quando é chegada a hora de ingressar no mercado de trabalho.

Referências

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

ANTUNES, A. C.; RIBEIRO, K. C. C.; GOMES, M. F. I.; VALE, M. L. A. do. Educação e formação profissional em turismo. **Revista Eletrônica Aboré**, Amazonas, p. 1-15, 2005.

BRANDÃO, M.; JOIA, L. A.; TELES, A. Destino turístico inteligente: um caminho para transformação. **Anais do Seminário da ANPTUR** – 2016. São Paulo.

BRITO, G. A. P.; FERREIRA, A. O. Bacharel em turismo, formação profissional e inserção no mercado de trabalho. **Carpe Diem: Revista cultural e científica do UNIFACEX**, Natal, v. 10, n. 10, p. 1-15, 2012.

CSORDAS; M. **O Turismólogo como Agente Social:** Limites e Possibilidades. São Paulo: EDUC, São Paulo, 2009.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** 3. ed. São Paulo: Futura, 2000.

DIAS, C. A. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. **Revista Informação e Sociedade**, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 7-22, 2000.

DIETRICH, L. C., PAIVA, L. da S. A atuação profissional do bacharel em turismo formado pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. In: VII SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 16, 2012, Caxias do Sul-RS, **Anais...** Rio Grande do Sul: Semintur, 2012.

FARIA, P. M. **O papel da empresa júnior na formação do profissional do turismo.** 2006. 86 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Turismo) – Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2006.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

FERREYROS, A. R. S.; ROSINI, F. Situação profissional dos egressos da primeira e segunda turma do curso de turismo da faculdade Estácio de Sá de Ourinhos – SP. **Revista Hórus**, São Paulo, Ano 1, n.1, p. 1-16, jun., 2006.

FORNARI, I. S. **Educação superior em turismo**: o profissional de turismo frente às competências exigidas pelo mercado de trabalho do setor hoteleiro em Natal. 2006. 170 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LARA, L. F. O ensino da administração nos cursos de turismo no Brasil e a formação do turismólogo. **Revista eletrônica turismo, visão e ação**, Santa Catarina, v. 12, n. 3, p. 277-298, set./dez., 2010.

LISBÔA FILHO, F. F. O fenômeno do turismo e as oportunidades para o profissional de comunicação social – relações públicas. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO, set., 2001, Campo Grande-MS, **Anais...** Mato Grosso do Sul: INTERCOM, 2001.

MINAYO, M. C. S. (org.) **Pesquisa Social**: Teoria, Método e Criatividade. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

REJOWSKI, M. (org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.

_____. **Ensino em Turismo no Brasil**: Reflexões sobre a Realidade do Ensino de Graduação de 1970 a 2000. Caxias do Sul: Educus, 2001.

SOUZA, T. R. **Inserção profissional dos bacharéis em turismo formados pela UFMG nos anos de 2005-2007**. 2008. 75 f. Monografia (Especialização) — Curso de Turismo, Departamento de Geografia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Economic Impact 2016 World**. 2016. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2018.