



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

FÁBIO RODRIGUES CANDEA

**CONTRIBUIÇÃO DO ENSINO SUPERIOR EM TURISMO NO EXERCÍCIO DA
PROFISSÃO DE TURISMÓLOGO: Perspectiva de Alunos do Curso de
Bacharelado em Turismo – UFOP.**

**OURO PRETO
Junho - 2022**

FÁBIO RODRIGUES CANDEA

**CONTRIBUIÇÃO DO ENSINO SUPERIOR EM TURISMO NO EXERCÍCIO DA
PROFISSÃO DE TURISMÓLOGO: Perspectiva de Alunos do Curso de
Bacharelado em Turismo – UFOP.**

**Monografia apresentada ao Curso de Turismo
da Universidade Federal de Ouro Preto, como
requisito parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Turismo.**

Orientador: Rodrigo Burkowski.

**OURO PRETO
junho – 2022**

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

C216c Candea, Fabio Rodrigues.

Contribuição do ensino superior em turismo no exercício da profissão de turismólogo [manuscrito]: perspectiva de Alunos do Curso de Bacharelado em Turismo – UFOP. / Fabio Rodrigues Candea. - 2022.
83 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Burkowski.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Turismo. 2. Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). 3. Turismo - Trabalho. 4. Turismo - Ensino. 5. Profissões - Turismólogo. I. Burkowski, Rodrigo. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48



FOLHA DE APROVAÇÃO

Fábio Rodrigues Candea

Contribuição do ensino superior em Turismo no Exercício da profissão de Turismólogo: Perspectiva de Alunos do Curso de Bacharelado em Turismo - UFOP

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovada em 15 de junho de 2022

Membros da banca

Dr. - Rodrigo Burkowski - Orientador Universidade Federal de Ouro Preto
Dr. - Bruno Pereira Bedim - Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. - Kerley Alves dos Santos - Universidade Federal de Ouro Preto

Rodrigo Burkowski, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 04/07/2022



Documento assinado eletronicamente por **Rodrigo Burkowski**, **PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/07/2022, às 11:30, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0356292** e o código CRC **532C398B**.

Agradeço a Deus.

A minha família.

As grandes amizades que construí durante a graduação.

A Universidade Federal de Ouro Preto e a todos os profissionais vinculados a mesma.

RESUMO

O mercado de trabalho está em constante mudança, por isso os profissionais buscam se adaptar a essa realidade por meio do aprendizado e da obtenção de novas competências. O objetivo deste trabalho é investigar as contribuições do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto para a vida profissional dos alunos por meio de uma pesquisa quantitativa, onde identificou-se forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. O assunto pôde ser trabalhado em conjunto com um levantamento bibliográfico, que inclui a Lei 12.591 que reconhece a profissão de turismólogo e disciplina seu exercício. O presente trabalho contribui para a compreensão acerca do turismólogo, do ensino e do campo de trabalho em turismo.

Palavras-chave: Turismo – UFOP – Trabalho – Ensino – Turismólogo.

ABSTRACT

The labor market is constantly changing, so professionals seek to adapt to this reality by learning and obtaining new skills. The objective of this work is to investigate the contributions of the Bachelor's Degree in Tourism at the Federal University of Ouro Preto to the professional life of students through a quantitative research, where strengths, weaknesses, opportunities and threats were identified. The subject could be worked on in conjunction with a bibliographic survey, which includes Law 12.591 that recognizes the profession of tourist and disciplines its exercise. The present work contributes to the understanding about the tourist, the teaching, and the work field in tourism.

Keywords: Tourism - UFOP - Work - Teaching - Tourismologist.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Componentes Curriculares do Turismo UFOP.....	39
Figura 2 - Eletivas do Turismo UFOP. Parte 1.....	40
Figura 3 - Eletivas do Turismo UFOP. Parte 2.....	41
Figura 4 - Disciplinas Obrigatórias. UFOP. - Parte 1.....	42
Figura 5 - Disciplinas Obrigatórias. UFOP. - Parte 2.....	43
Figura 6 - Classificação de Escala.....	48
Figura 7 - Escala de opções: Questão 1, parte 2.....	52
Figura 8 - Escala de opções: Questão 2, parte 2.....	53
Figura 9 - Escala de opções: Questão 11.1, parte 2.....	64
Figura 10 - Escala de opções: Questão 12.1, parte 2.....	66
Figura 11 - Escala de opções: Questão 12.2, parte 2.....	67
Figura 12 - Escala de opções: Questão 13 parte 2.....	68
Figura 13 - Estrutura da Matriz F.O.F.A.....	70

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Situação matricular dos participantes.....	49
Gráfico 2 – Motivações.....	49
Gráfico 3 – Conhecimento da Lei nº 12.591 pelos participantes.....	53
Gráfico 4 – Relação com Marketing Turístico.....	54
Gráfico 5 – Relação com planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e/ou operacionalizar.....	55
Gráfico 6 – Relação com organizar eventos.....	56
Gráfico 7 – Relação com diagnóstico de potencialidades e deficiências.....	57
Gráfico 8 – Relação com projetos que viabilizem a permanência de turistas.....	58
Gráfico 9 – Relação com lecionar em ensino técnico e superior.....	58
Gráfico 10 – Cargos exercidos por conhecidos.....	60
Gráfico 11 – Pretensão de se especializar.....	62
Gráfico 12 – Participantes que realizaram estágio obrigatório.....	63
Gráfico 13 – Experiência de estágio.....	65
Gráfico 14 – Acesso a anúncios de vagas de trabalho.....	65
Gráfico 15 – Oferta de vagas de trabalho para turismólogos.....	66
Gráfico 16 – Clareza na explicação acerca do turismólogo.....	68

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Artigos Vetados na LEI N° 12.591.....	24
Quadro 2 - Lei nº 12.591/2017, Art 2º.....	27
Quadro 3 - Lei nº 11.771/2008, Artigo 21.....	32
Quadro 4 - As diferenças entre as pesquisas qualitativa e quantitativa	46
Quadro 5 – Informações sobre o perfil dos participantes.....	51
Quadro 6 - Contribuição do ensino no exercício de atividades presentes na Lei nº 12.591, Artigo 2º.....	59
Quadro 7 – Participantes que conhecem turismólogos atuantes.....	59
Quadro 8 – Relação dos cargos de turismólogos conhecidos.....	60
Quadro 9 – Empresas que contratam turismólogos.....	61
Quadro 10 – Áreas de interesse para os participantes.....	62
Quadro 11 – Expectativas sobre o mercado de trabalho e salário.....	69
Quadro 12 – Forças.....	71
Quadro 13 – Fraquezas.....	72
Quadro 14 – Oportunidades.....	73
Quadro 15 – Ameaças.....	74
Quadro 16 – Redução das respostas.....	76
Quadro 17 – Matriz F.O.F.A.....	77
Quadro 18 - Disciplinas relacionadas diretamente ou indiretamente a Lei nº 12.591.....	79

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 PRIMEIRO CAPÍTULO - CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE O TURISMO	14
2.1 Breve revisão sobre o Turismo.	15
2.2 Conceitos e Definições.	18
2.3 Introdução a Segmentação.....	21
3 SEGUNDO CAPÍTULO - O MERCADO DE TRABALHO E OS PROFISSIONAIS DO TURISMO	24
3.1 O Turismólogo	24
3.2 Mercado que se Abre ao Turismólogo	28
4 TERCEIRO CAPÍTULO - ENSINO NO TURISMO	36
4.1 Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo - UFOP.	39
5 QUARTO CAPÍTULO - PERSPECTIVA DE ALUNOS DO CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO - UFOP	45
5.1 Metodologia	46
5.2 Resultados.....	48
5.2.1 Matriz F.O.F.A.....	70
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	82

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho surge de uma inquietação que senti durante o curso de Bacharelado em Turismo da “Universidade Federal de Ouro Preto” (UFOP). Na disciplina de “Projeto de Pesquisa” (TUR154), os alunos refletem sobre suas inquietações em relação ao fenômeno do turismo, ao curso, e a tudo que foi estudado até aquele momento. A partir destas reflexões, busca-se definir um tema para a criação de um projeto de pesquisa.

A minha maior inquietação era sobre o trabalho para bacharéis em turismo, mesmo compreendido a dimensão do turismo e sua diversidade, ainda me perguntava: a final, como vamos nos encaixar entre os inúmeros setores relacionados ao turismo? Em qual função/cargo irei trabalhar?

Tais questões geravam inúmeros questionamentos acerca do meu futuro como bacharel em turismo, eis que surge o interesse em pesquisar o que os estudantes da minha turma pensavam a respeito e quais eram as suas expectativas sobre o mercado de trabalho. Elaborei uma pesquisa exploratória e apliquei um questionário para a turma, ao ler todas as respostas notei que outros alunos também tinham os mesmos sentimentos e as mesmas dúvidas.

Sendo assim, identificou-se que o mercado de trabalho para bacharéis em turismo ainda não estava claro para alguns estudantes do curso, sabe-se que há muitos segmentos no turismo, muitos setores que estruturam e viabilizam a sua atividade, no entanto, ainda surgem dúvidas a respeito dos cargos destinados aos bacharéis em turismo.

Uma breve pesquisa bibliográfica realizada naquele momento me fez perceber que a relação entre o ensino e o mercado de trabalho no turismo poderia ser tratado de muitas formas, e que autores e autoras abordavam o tema sob diferentes recortes.

Nesse contexto surge a motivação para a criação do presente trabalho, que passou por inúmeras transformações até adquirir esta estrutura.

Trabalhou-se com o objetivo geral de investigar as contribuições advindas do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto para a vida profissional dos estudantes. Como objetivos específicos, busca-se: investigar o ensino e o mercado de trabalho no turismo; identificar forças, fraquezas, oportunidades e

ameaças no processo de graduação; e investigar a relação do curso com a Lei nº 12.591.

Os pressupostos para este trabalho são: existe uma falta de clareza acerca das atividades exercidas pelo turismólogo; a amplitude do turismo afeta a aprendizagem e a escolha de carreira; e pode ocorrer um distanciamento entre o que se estuda e o que se percebe em termos de trabalho no turismo.

Os capítulos 1 a 3 se estruturam sob uma pesquisa bibliográfica. Lacunas entre o ensino e o mercado de trabalho são apontadas pelos autores: Tomazoni (2007), Pimentel e Paula (2014), Silveira e Medaglia e Nakatani (2020), e Menezes e Célia (2020).

Para Pakman (2014) existe uma confusão conceitual no turismo. Menezes e Célia (2022) ressaltam que a identidade profissional do turismólogo é um dilema.

O capítulo um buscou realizar uma breve revisão, investigando alguns aspectos vinculados ao turismo, tais como: diversidade e complexidade. Abordou-se a confusão conceitual no turismo, e de forma introdutória, apresentou o que é a segmentação no turismo. Por meio deste capítulo entende-se que o turismo se apropria de múltiplos fatores (como por exemplo: naturais, sociais, econômicos, culturais e religiosos), e se relaciona com inúmeros produtos e serviços turísticos.

O capítulo dois busca identificar quem é o turismólogo e investigar o mercado de trabalho no turismo, entende-se que o exercício da profissão do turismólogo não pode ser generalizado em uma simples frase, pois, a mesma amplitude presente no turismo também se faz presente nas possibilidades de carreira que esse profissional pode seguir. Entretanto, os diversos empreendimentos ligados ao turismo não necessariamente beneficiam o Bacharel em Turismo.

O capítulo três buscou introduzir o ensino no turismo e investigar determinadas características do curso de Bacharelado em Turismo UFOP, entende-se que o ensino é sensível à dinâmica do turismo e passa por alguns desafios.

No capítulo quatro, aplicou-se uma pesquisa de caráter quantitativo, onde foi aplicado um formulário semiaberto a estudantes do curso de Bacharelado em Turismo da UFOP. Este formulário foi produzido a partir do conteúdo dos capítulos anteriores e com base na Lei nº 12.591. O objetivo dessa pesquisa foi investigar a perspectiva de alunos e ex-alunos do curso de Turismo da UFOP.

Essa pesquisa não é probabilística, e o número de participantes foi menor do

que o esperado, o que também afetou sua validade estatística, o que não exclui o potencial de contribuição da mesma.

Considerando que a relação entre o ensino e o mercado de trabalho pode ser amplamente explorada (principalmente quando ligada ao turismo), buscou-se conduzir o(a) leitor(a) até a pesquisa, neste percurso oferece ao leitor algumas referências importantes para o debate acerca do tema, abordando: alguns aspectos vinculados ao turismo, quem é o turismólogo e algumas de suas atribuições; o mercado de trabalho desse profissional, dando luz ao exercício da sua profissão; e o curso de Bacharelado em Turismo, a fim de criar uma base de comparação entre aquilo que o curso oferece e a perspectiva dos participantes.

2 PRIMEIRO CAPÍTULO - CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE O TURISMO

Considera-se que o turismo é um fenômeno amplo e complexo, portanto, o volume de informações acompanha essa demanda, sendo assim, o exercício de construir um conjunto de dados e apresentá-lo como introdutório ao entendimento do turismo (como um todo) demonstra ser algo labiríntico, com inúmeras arestas a se aparar.

O saber de Turismo não é linear. Não há evolução, mas “revolução”, progredindo por reformulações, por refusões no seu corpo teórico, por retificações dos seus princípios básicos. É assim que ela marcha em direção a um saber sempre mais objetivável, jamais inteiramente objetivo. (BENI e MOESH, 2016, p.10).

Logo, devido a mudanças constantes, por vezes o turismo precisa ser revisado. Os indivíduos adquirem novos hábitos, surgem novas tecnologias, os meios de transporte e de comunicação são aperfeiçoados, os hábitos de consumo mudam, os preços oscilam, etc.

Entender o que é o turismo pode parecer uma tarefa simples aparentemente, no entanto quando se trata de estudar esse fenômeno cada busca pode se tornar uma experiência com base nos próprios interesses, são diversas portas de entrada, diversos recortes que podem ser aprofundados e analisados.

Ao investigar o turismo abordando o seu campo de trabalho e o ensino, surgem discussões que vão para além da ideia de viagem, férias, descanso, lazer e prazer. Segundo Netto (2010, p,10), “essas imagens e definições são algumas das múltiplas facetas que o turismo assume na sociedade, mas, dependendo do contexto, são limitadas”.

O turismo pode se apresentar de diversas formas, e abordar desde a experiência de quem consome a atividade turística e se beneficia com o bem estar gerado pela mesma, até os trabalhadores que fazem a atividade acontecer, onde certas mazelas podem estar presentes.

Sendo assim, é possível compreender que o turismo não se trata apenas de viajar, ou de lazer e entretenimento, embora tudo isso faça parte do fenômeno e se destaque como característica.

2.1 Breve revisão sobre o Turismo.

O estudo do turismo pode adotar diferentes recortes temporais, o que implica em tratar inúmeras variáveis contidas no cenário do período adotado, como: espaço, condições geográficas, população, tradições, costumes, cultura, etc. “A abordagem sobre a origem do turismo não é única, principalmente porque o recorte temporal nas obras dos autores é bastante diverso” (NAKASHIMA e CALVENTE, 2016, p.2).

Para Oliveira (2018, p.3), “ao realizarmos uma revisão sobre a concepção de turismo, podemos perceber que o seu desenvolvimento é mais antigo do que a origem do próprio termo”. Netto (2010, p.33) reforça que “historicamente, os estudiosos não decidiram em um primeiro momento pesquisar o turismo, mas, assim o fizeram, porque o turismo "aparece" em suas pesquisas”. Com o passar dos anos o fenômeno do turismo foi sendo percebido em estudos de outras áreas, como: economia, história, geografia, entre outras.

Falar de história no turismo é falar da história de todos os segmentos que o compõem, a exemplo da tecnologia, que está fortemente ligada ao turismo como conhecemos hoje.

Dizer que as viagens feitas antes da metade do século XVIII (ano 1750) eram turísticas, seria simplório demais, pois ainda não havia condições tecnológicas, como meios de comunicação e de transportes e nem condições sociais, culturais e econômicas (NETTO, 2010, p.35).

São muitas facilidades disponíveis quando o assunto é viajar, aplicativos e sites que possibilitam: a compra de passagens aéreas e/ou rodoviárias; pesquisar o melhor local para se hospedar dentro dos próprios interesses e condições financeiras; busca de *gps (Global Positioning System)*; *delivery* de alimentos; entrega de diversos produtos em seu local de preferência; a possibilidade de buscar atrativos, eventos, restaurantes, bares, boates, entre diversos outros estabelecimentos em dada região através do celular; entre inúmeras outras possibilidades.

Muitas tecnologias não foram desenvolvidas para o turismo, no entanto, o mesmo se apropriou naturalmente dessas ferramentas, devida a própria dinâmica da sociedade que adquiriu novos hábitos.

O turismo se expande em várias direções, se trata de um fenômeno de escala global com diversas relações, que incorpora: hospitalidade, culinária, lazer, entretenimento, hospedagem, transporte, cultura, história e patrimônio, entre outras áreas. Isso revela que turismo está para além do simples ato de viajar, principalmente considerando as relações de trabalho que formam a atividade turística.

O turismo como conhecemos hoje está diretamente relacionado às transformações em diversos contextos, tais como: econômico, social, cultural, ambiental, urbano, etc.

Para Beni e Moesh, (2016, p.12) “padrões compartilhados que permitem a explicação de certos aspectos da realidade, por serem pertinentes a uma época, são biodegradáveis.

Essa realidade sugere que determinados estudos no turismo precisam ser constantemente revisados, como por exemplo: estudos que classificam perfis de turista, leis que se relacionam ao trabalho no turismo, assim como estudos relacionados ao campo de trabalho e do ensino no turismo e “conceitos unívocos” (NETTO, 2010, p.21).

Assunção (2012, p.19) aponta que “muitas cidades tiveram um crescimento marcado pela ocupação não planejada, fruto de realidades socioeconômicas desiguais, o que permitiu um processo de urbanização pouco homogêneo”.

O crescimento de bairros, cidades, estados ou mesmo países, por vezes não apontam um espaço bem planejado, bem construído, ou mesmo pensado no bem estar do indivíduo e na atividade sustentável do turismo, carrega-se o impacto de transformações insustentáveis, de elementos inseridos ou retirados, de recursos utilizados, de paisagens alteradas, e de novas relações com aquele espaço.

O turismo sendo uma atividade com expressivo valor econômico fomenta também atividades predatórias e exploratórias, onde, por vezes os interesses financeiros acabam “atropelando” a importância de se pensar em preservação, conservação ou sustentabilidade, e no cuidado que se deve ter ao trabalhar com heranças culturais, com tradições, e com o meio ambiente, sustentando assim, um crescimento desordenado e prejudicial.

Logo, surgem preocupações no campo do turismo que vão para além do valor econômico, observando à intervenção humana em áreas naturais, rurais e urbanas.

Sendo assim, existe hoje a preocupação de se trabalhar sob determinados

valores, o turismólogo pode sentir essa cobrança no curso de graduação através de disciplinas voltadas a essa discussão.

Emerge então a necessidade de adaptar os profissionais à demanda da sociedade e da própria natureza, e de compreender a dinâmica do turista para além da lógica capitalista, para Beni e Moesh (2016, p.11):

Essa postura, de uma cultura de mercado capitalística, desconhece e desconsidera a essência do fenômeno turístico, o qual exerce uma pressão crescente sobre a produção da subjetividade social, o ecossistema, o modo estético e a herança cultural, existentes nas localidades, gerando agenciamentos possíveis de ressignificação junto à realidade, através da relação entre visitantes e visitados cada vez mais fugaz.

Segundo Nakashima e Calvente (2016, p.19) “a importância de compreender o processo histórico pode ser exatamente esta: entender o mundo social e o espaço geográfico em interação e contínuo movimento, portanto apreender o turismo em sua incessante transformação”.

Entende-se que o turismo é sensível a diversos fatores, devido à sua correlação com inúmeras variáveis. Em meio a pandemia do Covid-19 que teve início nos primeiros meses de 2020, por exemplo, profissionais do turismo de diferentes áreas sentiram o impacto da queda do número de turistas, portanto, tiveram sua renda afetada, realidade essa que impactou o mercado como um todo.

2.2 Conceitos e Definições.

Mas afinal, o que é o turismo? Existem lacunas em diversas definições presentes na literatura, uma das definições de turismo que provoca inúmeros debates na literatura e no campo acadêmico foi desenvolvida pela OMT (Organização Mundial do Turismo), que diz:

O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos (ONU/OMT, 1999, p. 5, apud PAKMAN, 2014, p.13).

Essa definição apresenta lacunas, onde emergem questões como: quais atividades realizadas durante as viagens são consideradas turísticas? O que define o entorno habitual de um indivíduo? E se este indivíduo tem em seu hábito o deslocamento para diversas regiões distintas? Por que mencionar o período de um ano? Quais outros motivos para viajar seriam abarcados pelo turismo e quais seriam excluídos?

Mais importante do que responder essas questões e trazer diversas definições e apontá-las como certas ou erradas nesse momento, é compreender que o próprio fenômeno do turismo passa por inquietantes questões identitárias, relacionadas a problemática em torno do conceito de turismo.

A identidade, de forma ampla, pode ser compreendida como um conjunto de caracteres próprios e exclusivos com os quais se podem diferenciar pessoas, grupos sociais, manifestações culturais uns dos outros, quer diante do conjunto das diversidades, quer ante seus semelhantes. Consiste na soma nunca concluída de um aglomerado de signos, referências e influências que definem o entendimento relacional de determinada entidade, humana ou não humana, pela diferença ante as outras, por si ou por outrem (CARVALHO & VIANA, 2014, p. 694).

Entende-se que a confecção de conceitos e definições pode estar relacionada com questões identitárias, sendo assim, pressupõe que no turismo, diante sua abrangente relação com outros fatores, exista dificuldade em construir um conjunto de aspectos e torná-lo claro, objetivo e abrangente ao mesmo tempo, e que seja capaz de conferir ao turismo uma definição de identidade.

Segundo Pakman (2014, p.2) “a confusão conceitual na área do Turismo é grande, e parece distante o momento em que se disporá de conceitos básicos, consensuais e de ampla aceitação”.

Na realidade existem tantas definições de turismo quanto o número de autores da temática, pois cada autor tem a sua visão pessoal. Esse conceito não é unívoco, mas sim análogo. Ou seja, existem várias formas de analisá-lo e compreendê-lo, algumas mais próximas da realidade, outras distantes (NETTO, 2010, p.21).

Segundo Parente (2016, p.13), “observa-se que no Turismo não existe, assim como na Ciência Econômica um campo teórico totalmente definido, da mesma forma que tais teorias ou definições vêm se aperfeiçoando”.

Para Netto (2010, p.20) “uma definição de turismo não é fácil de ser criada e, ao mesmo tempo, de ser aceita, entre os profissionais e estudiosos devido à grande diversidade de empresas, serviços e profissionais que constituem esse setor”.

O trabalho de sintetizar essas informações em harmonia aos fatos de forma generalizada torna-se complexo, sendo um dos fatores que dificultam a construção de um conceito unívoco.

É frequente ouvir a reivindicação para se ter uma definição única, consensual, de turismo. Esta seria de aplicação geral, trazendo tranquilidade definitiva a todos, que não mais se veriam na necessidade de começar seus trabalhos fazendo uma revisão sobre os diversos entendimentos do conceito de turismo (PAKMAN, 2014. p,3).

Considera-se relevante o exercício de investigação e de revisão, para então, desenvolver um pensamento crítico e atuar de forma consciente em meio aos desafios iminentes da problemática em torno da identidade profissional do turismólogo e suas representações sociais.

Nota-se que a idealização de um conceito unívoco pressupõe: promoção ao fortalecimento da identidade profissional do turismólogo; incentivo a melhoria do ensino, que poderia oferecer habilidades que por si mesmas, distinguem o graduado em turismo dos demais profissionais advindos de outras áreas, e que por vezes concorrem às mesmas vagas de trabalho; maior procura por esse profissional devido ao reconhecimento da sua capacidade de resolver questões fundamentais no sistema urbano, social, político, econômico, geográfico, ambiental, entre outras esferas; e

consequentemente, melhor remuneração.

E aqui fica o convite a reflexão para outros pressupostos, e se de fato, os mesmos dependem realmente de se haver ou não uma lista com conceitos e definições no turismo.

Buscar uma definição é importante, mas pode trazer um problema também, qual seja: uma perspectiva limitada da realidade e da verdadeira abrangência do fenômeno, pois quando procuramos definir, devemos (de)limitar, enquadrar e selecionar, assim a compreensão do todo pode ser prejudicada (NETTO, 2010, p. 20).

Para Oliveira (2018, p.14) “O turismo não pode estar limitado apenas às questões econômicas, financeiras, políticas ou sociais. Deve ser considerado, também, as relações culturais e o reflexo temporal dessas influências em um determinado espaço”.

Não se desqualifica o trabalho de buscar definições, pelo contrário, o mesmo contribui em partes para o avanço do conhecimento, e tem demonstrado certo nível de eficiência em casos específicos como no entendimento das segmentações do turismo.

Essa busca de característica própria, entretanto, não se converteu em atividades profissionais consolidadas ou exclusivas decorrentes parcial ou totalmente da formação em turismo, como ocorreu com cursos como design, fonoaudiologia ou até mesmo arquitetura em tempos anteriores. (SILVEIRA, MEDAGLIA e NAKATANI, 2020, p.85)

Por vezes, julga-se importante ter um objeto de estudo bem entendido, mas com base no entendimento sobre a dinâmica do turismo, esse trabalho não se sustenta em respostas objetivas. E sendo assim, esse fator pode ser capaz de gerar certa inquietação nos estudantes, afetando a percepção do graduando sobre o mercado de trabalho e sobre o turismo no geral, gerando uma sensação de estar perdido em meio a tantas lacunas.

Em meio a confusões conceituais e pouca experiência profissional dos estudantes, identifica-se a necessidade de aproximar o campo acadêmico, das demandas de mercado e do ensino, auxiliando assim, na orientação dos estudantes.

O mais importante, portanto, é ter uma visão geral que compreende o turismo como o fenômeno de saída e retorno do ser humano do seu lugar habitual de residência, por motivos revelados ou ocultos, que pressupõe hospitalidade,

encontro e comunicação com outras pessoas e utilização de tecnologia, entre inúmeras outras condições, o que vai gerar experiências variadas e impactos diversos (NETTO, 2010, p.33).

Entende-se que a problemática gerada a partir da confusão conceitual identificada no turismo, decorre da possibilidade de a mesma gerar certas inquietações nos estudantes, deixando-os confusos diante dessa discussão.

Para Oliveira (2018, p.15), “a tentativa de criar tipologias baseadas nas funções turísticas, se monta num esforço em classificar as mais diversas atividades realizadas no espaço geográfico”.

Existem algumas classificações dentro do turismo, que visam dividir esse grande campo de estudo e investir esforços de forma isolada, focando em determinada "área" do turismo a fim de compreendê-la com mais eficiência.

2.3 Introdução a Segmentação.

Há diferentes gostos e motivações que influenciam na busca pelo turismo. A princípio, o trabalho de segmentar o turismo apresenta vantagens para o mesmo, ajudando no entendimento da atividade buscando empregar esforços em análise e pesquisa de forma concentrada.

O mercado de trabalho para Bacharéis em Turismo pode ser considerado diversificado a partir do entendimento de que envolve múltiplos empreendimentos ligados, por exemplo, à hospedagem, à alimentação, aos transportes, ao lazer e ao entretenimento, o que gera efeitos diretos na formação dos profissionais desta área. (SILVEIRA, MEDAGLIA e NAKATANI, 2020, p.84).

Em outro capítulo será tratado as questões que envolvem o trabalho no turismo, sendo assim, fica aqui o exercício de compreender a segmentação no turismo.

No turismo existem diferentes setores, classificados e estudados de forma que permita compreender suas características.

O MTur admite, por enquanto, a existência dos seguintes tipos de turismo: Ecoturismo; Turismo Cultural; Turismo de Estudos e Intercâmbio; Turismo de Esportes; Turismo de Pesca; Turismo Náutico; Turismo de Aventura; Turismo de Sol e Praia; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo Rural; Turismo

Gastronômico; Turismo Religioso; e Turismo de Saúde. (OLIVEIRA, 2018, p.17).

Dentro de cada “tipo de turismo”, ou seja, de cada segmento, existem diversos serviços e produtos que viabilizam a atividade, e um objetivo que o caracteriza. Exemplo: dentro do Ecoturismo podemos encontrar serviços de hospedagem, transporte, alimentação, aluguel de equipamentos diversos, guias de turismo, agências especializadas, entre outros.

O Ecoturismo terá como objetivo oferecer uma experiência diferenciada de outros segmentos, visando a aproximação do indivíduo com a natureza.

O ecoturismo ou turismo de natureza é um segmento de atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentivando sua conservação e buscando a formação de uma consciência ambientalista, promovendo o bem-estar das populações (FREEWAY. n.p. 2021).

Desta forma, o turismólogo recebe em sua formação uma grade multidisciplinar que busca torná-lo consciente dessa diversidade, sendo necessário dividir esse conhecimento a fim de organizar e compreender as particularidades de cada segmento.

Sabendo que o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo e exigente, torna-se relevante conhecer sobre tais segmentos, que se apresentam como possibilidades de carreira ao turismólogo à medida que o mesmo se especializa. Esse conhecimento respeita uma certa ordem, pois, antes de realizar uma especialização é fundamental compreender o fenômeno do turismo de forma abrangente, ampla e diversificada.

Antes de se aprofundar na relação mercadológica do turismo, em como atuar em meio a determinado segmento e como buscar subsistência por meio da geração de renda no mesmo, torna-se importante compreender que a atividade do turismo no geral pode causar certos impactos na sociedade e, portanto, exige um trabalho organizado e planejado.

Entende-se que a segmentação no turismo é um trabalho que precisa ser constantemente revisto e repensado, devido às constantes mudanças do mercado e da sociedade, onde nascem novos tipos de práticas e experiências com frequência, e que por vezes, não se limitam às definições anteriores.

Os turistas mudam seus interesses e exigências, alguns fornecedores melhoram, outros saem da atividade, o processo de comercialização ganha ou perde parceiros. Logo, a percepção do mercado também deve ser constantemente atualizada, junto com as modificações ocorridas em todo o cenário de negócios. (BRASIL, Ministério do Turismo. 2010, p.19).

São inúmeras as possibilidades de aprofundamento, a exemplo do estudo de Transportes Turísticos, e das diversas motivações que se relacionam à prática do turismo, tais como: arte, religião, esporte, shows, eventos, compras, turismo social, entre outras.

A segmentação no turismo, compreende também os tipos de público, podendo considerar faixa etária, região, e faixa socioeconômica.

O mercado de trabalho no turismo começa a ser iluminado, a partir da identificação de tais segmentos, sendo assim, busca-se investigar algumas características relacionadas ao mercado de trabalho no turismo sob uma perspectiva geral.

3 SEGUNDO CAPÍTULO - O MERCADO DE TRABALHO E OS PROFISSIONAIS DO TURISMO

Antes de prosseguir, vale ressaltar a importância do trabalho em equipe em uma organização, onde profissionais de formações e especializações distintas se unem em prol do mesmo objetivo, e somam experiências e conhecimento uns aos outros, sendo assim, o intuito aqui é buscar tratar o turismólogo de forma isolada, buscando compreender melhor o seu diferencial, sem desconsiderar a importância do trabalho em equipe.

Pressupõe que o entendimento das capacidades práticas do turismólogo por vezes não é claro e objetivo, assim como o conceito de turismo, causando inquietação em quem busca compreender o papel desse profissional no mercado de trabalho e na sociedade. Parte dessa falta de clareza pode ocorrer devido a uma característica marcante no estudo do turismo, que é sua amplitude e sua multidisciplinaridade.

Considera-se esse fator no estudo do mercado de trabalho para os profissionais do turismo, que estão distribuídos entre inúmeros setores que compõem a atividade turística. Agora, neste capítulo busca-se investigar quem é o turismólogo e sua relação com o mercado de trabalho.

3.1 O Turismólogo

O título de turismólogo não é dado somente a quem é graduado em turismo, foi realizada a tentativa de inserir esse pré-requisito na LEI N° 12.591, de 18 de janeiro de 2012, entretanto, o artigo que colocaria isso em vigor foi vetado.

Quadro 1 - Artigos Vetados na LEI N° 12.591.

Art.1°	<p>“A profissão de Turismólogo será exercida:</p> <p>I - pelos diplomados em curso superior de Bacharelado em Turismo, ou em Hotelaria, ministrados por estabelecimentos de ensino superior, oficiais ou reconhecidos em todo o território nacional;</p>
---------------	--

	<p>II - pelos diplomados em curso similar ministrado por estabelecimentos equivalentes no exterior, após a revalidação do diploma, de acordo com a legislação em vigor;</p> <p>III - por aqueles que, embora não diplomados nos termos dos incisos I e II, venham exercendo, até a data da publicação desta Lei, as atividades de Turismólogo, elencadas no art. 2º, comprovada e ininterruptamente há, pelo menos, cinco anos.”</p>
Art 3º	<p>“O exercício da profissão de Turismólogo requer registro em órgão federal competente mediante apresentação de:</p> <p>I - documento comprobatório da conclusão dos cursos previstos nos incisos I e II do art. 1º, ou comprovação do exercício das atividades de Turismólogo, previsto no inciso III do art. 1º ;</p> <p>II - Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), expedida pelo Ministério do Trabalho e Emprego.”</p>
Art 4º	<p>“A comprovação do exercício da profissão de Turismólogo, de que trata o inciso III do art. 1º, far-se-á no prazo de cento e oitenta dias, a contar da publicação desta Lei.”</p>

fonte: BRASIL. Lei nº12.591. 2012.

Sendo assim, a razão dos vetos apresentada na Lei nº12.591 foi: “A Constituição, em seu art. 5º, inciso XIII, assegura o livre exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, cabendo a imposição de restrições apenas quando houver a possibilidade de ocorrer algum dano à sociedade” (BRASIL. 2012).

Como visto no primeiro capítulo, a atividade do turismo pode se tornar predatória quando existe falta de preparo por parte dos profissionais a frente do trabalho, ou seja, quando mal planejada, executada, e/ou gerenciada, a atividade turística pode trazer danos à sociedade.

Isso torna a razão do veto questionável do ponto de vista prático, de um lado, pode-se defender o veto com a justificativa de que a capacitação desses profissionais (turismólogos) não depende de curso superior em turismo, sendo essa capacidade

adquirível por outros meios. Do outro lado, pode-se criticar a ação de veto, ressaltando a importância de se haver uma formação superior obrigatória, alegando que a mesma é capaz de garantir a segurança e a eficiência do trabalho na atividade turística.

Pode-se destacar acidentes que ocorrem todo ano dentro da atividade do turismo, como por exemplo o desabamento de um paredão no Lago de Furnas, em Capitólio - MG, que ocorreu no dia 8 de janeiro de 2022, em uma postagem no site do G1 (2022), Joana Paula Sanchez, especialista em turismo geológico e professora da Universidade Federal de Goiás, apontou que “um mapeamento técnico da região poderia ter evitado que pessoas estivessem tão próximas de uma área de risco”.

Essa questão não terá aprofundamento aqui, no entanto, o intuito do exemplo anterior é ilustrar a necessidade de se haver uma boa capacitação no turismo, para que haja um bom funcionamento, e isso se dá por meio de equipes de trabalho multidisciplinares, onde, o olhar do turismólogo se torna fundamental, e se torna uma ferramenta eficiente no planejamento em prol da segurança.

Segundo a lei que reconhece a profissão, entre as atividades exercidas por esse profissional estão a de gerir estabelecimentos ligados ao turismo; coordenar a seleção e classificação de locais e áreas de interesse turístico, formular e implantar prognósticos e proposições para o desenvolvimento do turismo; criar e implantar roteiros e rotas turísticas; desenvolver e comercializar novos produtos turísticos e organizar eventos entre outras. (BRASIL. Ministério do Turismo. 2016)

Compreende-se que o turismólogo não necessariamente é um Bacharel em turismo, mas sim, o(a) profissional que trabalha com a atividade do turismo em determinadas funções, sem que o mesmo tenha a obrigação de ter realizado curso superior, o que pode gerar inquietação em alguns estudantes que buscam se fortalecer como categoria de trabalho.

A lei nº12.591 “reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício” (BRASIL. 2012). Sendo assim, ela apresenta diversas atividades que podem ser exercidas pelo turismólogo, como releva o artigo 2º, inciso I, que considera as seguintes atividades: “planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo” (BRASIL, 2012).

O turismólogo é capacitado a realizar atividades em empresas turísticas, relacionadas a eventos, meios de hospedagem, gastronomia, patrimônio, agenciamento, processos de gestão e intervenção no espaço em que estão inseridas atividades afins. Há também a opção de atuação na área acadêmica

de pesquisa, pós-graduação e docência (UFOP, Turismo).

Percebe-se que o turismólogo é colocado diante o mercado como um profissional capaz de liderar, gerir, planejar, e/ou organizar processos ligados ao turismo, podendo se integrar tanto no setor privado quanto no setor público. Isso não necessariamente significa que a graduação deve preparar (ou está preparando) os estudantes para tais funções.

Quadro 2 - Lei nº 12.591/2017, Art 2º.

LEI Nº 12.591/2017, Art 2º Consideram-se atividades do Turismólogo:
I - planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo;
II - coordenar e orientar trabalhos de seleção e classificação de locais e áreas de interesse turístico, visando ao adequado aproveitamento dos recursos naturais e culturais, de acordo com sua natureza geográfica, histórica, artística e cultural, bem como realizar estudos de viabilidade econômica ou técnica;
III - atuar como responsável técnico em empreendimentos que tenham o turismo e o lazer como seu objetivo social ou estatutário;
IV - diagnosticar as potencialidades e as deficiências para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação;
V - formular e implantar prognósticos e proposições para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação;
VI - criar e implantar roteiros e rotas turísticas;
VII - desenvolver e comercializar novos produtos turísticos;
VIII - analisar estudos relativos a levantamentos socioeconômicos e culturais, na área de turismo ou em outras áreas que tenham influência sobre as atividades e serviços de turismo;
IX - pesquisar, sistematizar, atualizar e divulgar informações sobre a demanda turística;
X - coordenar, orientar e elaborar planos e projetos de marketing turístico;
XI - identificar, desenvolver e operacionalizar formas de divulgação dos produtos turísticos existentes;
XII - formular programas e projetos que viabilizem a permanência de turistas nos centros receptivos;
XIII - organizar eventos de âmbito público e privado, em diferentes escalas e tipologias;
XIV - planejar, organizar, controlar, implantar, gerir e operacionalizar empresas turísticas de todas as esferas, em conjunto com outros profissionais afins, como agências de viagens e turismo, transportadoras e terminais turísticos, organizadoras de eventos, serviços de animação, parques temáticos, hotelaria e demais empreendimentos do setor;
XV - planejar, organizar e aplicar programas de qualidade dos produtos e empreendimentos turísticos, conforme normas estabelecidas pelos órgãos competentes;

XVI - emitir laudos e pareceres técnicos referentes à capacitação ou não de locais e estabelecimentos voltados ao atendimento do turismo receptivo, conforme normas estabelecidas pelos órgãos competentes;

XVII - lecionar em estabelecimentos de ensino técnico ou superior;

XVIII - coordenar e orientar levantamentos, estudos e pesquisas relativamente a instituições, empresas e estabelecimentos privados que atendam ao setor turístico.

Fonte: BRASIL. Planalto. Lei nº 12.591. 2012.

Contudo, percebe-se que uma identidade profissional clara e objetiva ainda não se formou em relação ao turismólogo (como foi discutido no capítulo 1.2),

3.2 Mercado que se abre ao Turismólogo

Entende-se que uma análise aprofundada munida de recortes específicos e de delimitações mais precisas pode apresentar melhores resultados, no entanto, não é este o objetivo do presente capítulo. Busca-se elucidar o mercado que se abre ao turismólogo em uma perspectiva geral, sem se aprofundar em cada segmento.

Diversos empreendimentos no turismo quando explorados separadamente podem revelar certas particularidades, a exemplo dos ligados à culinária, hospedagem, transporte, lazer e cultura.

Em outras áreas o exercício de imaginar um profissional graduado e sua atividade se torna mais intuitivo. Na medicina, por exemplo, a demanda da sociedade por saúde pode ser facilmente compreendida, conseqüentemente, imagina-se a importância de se haver bons profissionais (médicos) capazes de fornecer o devido tratamento às pessoas que necessitam desse serviço, que é indispensável.

Assim também ocorre com outras formações, como: engenharia, administração, psicologia, direito, arquitetura, entre outros, pressupõe que alguns em maior ou menor nível de entendimento, o que se torna complexo de investigar e mensurar.

Em outras áreas esse entendimento pode não ser intuitivo, considerando que uma ideia intuitiva não significa compreender determinado fenômeno ou profissão em sua totalidade, torna-se imprudente realizar determinadas generalizações.

Compreende-se a partir da obra de Netto (2010), que a construção do

imaginário sobre determinado profissional pode se aproximar ou se distanciar de seu respectivo valor, uma vez que, certas profissões já se consolidaram e se provaram indispensáveis e fundamentais na sociedade.

Logo, as mesmas não necessitam tanto se reafirmar, ao contrário de outras profissões mais recentes e menos consolidadas, ou que possuem a mão de obra menos qualificada e menos remunerada.

Considerando que o turismo se caracteriza como um fenômeno complexo, que envolve múltiplos empreendimentos e incorpora diversas relações de trabalho, pode-se provocar uma ideia onde exista vantagem, gerada a partir do aumento das possibilidades de inserção no mercado de trabalho dada por tal diversidade.

Entretanto, dentro dessa diversidade podem existir certas mazelas, que conseqüentemente, podem se relacionar com a perspectiva do estudante que busca se encaixar neste amplo mercado de trabalho que se apresenta ao turismólogo.

Para Pimentel e Paula (2014, p. 277):

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.

Entende-se que parte dos postos de trabalho no turismo não são condizentes com as funções de “planejar, organizar, controlar, implantar, gerir”. Percebe-se ainda que o turismo incorpora uma grande demanda por funções operacionais que não se limitam a necessidade de ser Bacharel em Turismo, esta perspectiva comprime ainda mais a visão sobre as oportunidades para o turismólogo graduado.

“O descompasso entre as perspectivas dificulta o processo de consolidação da identidade profissional e de emprego, donde uma divergência é mais clara nas áreas de planejamento e gestão no turismo frente a atividades operacionais” (PAULA. CARVALHO e PIMENTEL, 2017, p.68).

Menezes e Célia (2020, p.537) reforçam a ideia de concentração do trabalho em áreas operacionais e apontam certas inquietações que emergem nesse contexto.

Aí se chega a outros questionamentos, trabalhar em meios de hospedagem em quais funções? Em agências de viagens em que funções? E assim sucessivamente, considerando que a maioria dos postos de trabalho em

turismo encontra-se em áreas operacionais (MENEZES e CÉLIA, 2020, p.537).

A ideia de trabalho no turismo tal como a lei n°12.591 transmite ao “reconhecer e disciplinar o exercício do turismólogo”, se contrasta com a percepção de trabalho que se cria a partir da visão dos autores citados neste capítulo até o presente momento, onde apontam que a “maioria” dos postos de trabalho no turismo se aproxima mais de “ocupações” do que como atividades profissionais e se concentram em “áreas operacionais”.

Para Cazes (1987, p. 80), apud Meliane (2015. p.106):

[...] se, de um lado, o turismo depende da criação abundante de empregos, notadamente indiretos (artesanato, comércio, construção, serviços diversos, alimentação, etc.), ele sublima, por outro lado, a precariedade destes trabalhos (sazonalidade, absenteísmo, sub qualificação, contratação de jovens e mulheres por menor remuneração).

Sendo assim, condições ocultas de trabalho podem estar presentes no campo do turismo, podendo se revelar de diversas formas, seja no trabalho do microempreendedor individual, ou seja, na grande empresa e na sua relação com os funcionários.

Por vezes o cliente não tem uma visão aprofundada das relações de trabalho na atividade turística e de suas mazelas durante a experiência, já o turismólogo graduado estuda e identifica essas questões, e pode ser afetado diretamente por essa realidade.

Vale a pena realizar algumas considerações a respeito da interpretação que se pode ter sobre “áreas operacionais”.

As organizações adotam diferentes estruturas de acordo com suas necessidades, sendo assim, buscam construir um organograma alinhado aos seus próprios objetivos e procedimentos. Para Fernandes (2020), “as atividades exercidas dentro da área operacional de uma empresa podem variar de acordo com o seu próprio organograma e com aquilo que a mesma define como operacional”, para Freitas (2020):

Os processos operacionais podem ser definidos como um conjunto de atividades desenvolvidas pelos colaboradores de uma empresa com o objetivo de transformar entradas em saídas. Isso significa que a matéria

prima, os equipamentos e a mão de obra são convertidos em produtos, serviços e vendas. Os processos operacionais são a base da empresa, sendo responsáveis por permitir que ela continue funcionando.

Sendo assim, o setor operacional de uma organização é fundamental para o seu funcionamento, ou seja, presume-se que o seu bom funcionamento deveria ser um objetivo na organização, o que conseqüentemente, inclui a saúde e o bem estar do trabalhador, assim como condições dignas de trabalho, compatíveis com a sua produção.

Entre os cargos que podem ser compreendidos como operacionais no turismo, encontra-se: atendentes, garçons, cozinheiros, caixa, vendedores, guias, entre outros. No organograma de uma organização, é possível ainda encontrar gerentes e diretores operacionais.

Vale ressaltar que algumas organizações alocam cargos de liderança no setor operacional, e ainda, funções técnicas que requerem um conjunto de saberes específicos, tais como: uso de maquinário, uso de informática e ferramentas digitais, confecção de materiais, transformação de matéria prima, e manuseio de produtos perigosos.

As exigências para os que atuam no campo operacional não são mais simples que as dos trabalhadores que gerenciam seu trabalho, pois o 'autônomo' tem de se desdobrar em capacidades e habilidades, além de improvisar formas de prestar serviços aos turistas, para poder assim manter sua condição de existência (MARTONI e ALVES, 2019 p.213).

Pressupõe que uma conotação pejorativa por vezes é atribuída ao trabalho operacional, associando-o a características como: trabalho braçal; um baixo nível de qualificação; instabilidade; informalidade; baixa remuneração; condições insalubres de trabalho; e abuso de mão de obra.

O objetivo aqui não é aprofundar nos desafios que podem estar presentes no mercado de trabalho do turismo, sabe-se que diversos problemas sociais podem estar relacionados a esse assunto, tais como: desigualdade, exploração do trabalho, "escravidão moderna" (BUENO e CARDOSO, 2016), abuso de animais, entre outros.

Portanto, tal aprofundamento pode se estender para além do objetivo deste trabalho, no entanto, não se desconsidera tais questões.

O fato é que o trabalho operacional está associado ao turismólogo, em função disto buscou-se compreender algumas de suas características, mesmo que

superficialmente.

Segundo Barros, Silva, Granero e Filho (2008, p.1): “O turismo está inserido no setor terciário da economia e seu efeito multiplicador compreende um imenso número de empresas, atuando direta e indiretamente no seu desenvolvimento”. O setor terciário corresponde a área de comércio e também dos serviços.

Esse setor da economia oferece diversos tipos de produtos para a sociedade, tanto bens materiais quanto bens imateriais. Os bens materiais são as mercadorias produzidas ao longo dos setores primário e secundário e comercializadas no terciário. Já os bens imateriais referem-se aos serviços, ou seja, à mão de obra prestada para o atendimento da população, tais como os professores, advogados, médicos, garçons, vigilantes, pedreiros, empregados domésticos e muitos outros (PENA, 2022).

A lei nº 11.771 de 17 de Setembro de 2008 “dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico [...]” (BRASIL, 2008). O artigo 21 considera alguns prestadores de serviços turísticos, onde, sua leitura pode ilustrá-los a fim de esclarecimento.

Quadro 3 - Lei nº 11.771/2008, Artigo 21.

Art 21	<p>Consideram-se prestadores de serviços turísticos, para os fins desta Lei, as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> I - meios de hospedagem; II - agências de turismo; III - transportadoras turísticas; IV - organizadoras de eventos; V - parques temáticos; e VI - acampamentos turísticos. <p>Parágrafo único. Poderão ser cadastradas no Ministério do Turismo, atendidas as condições próprias, as sociedades empresárias que prestem os seguintes serviços:</p> <ul style="list-style-type: none"> I - restaurantes, cafeterias, bares e similares; II - centros ou locais destinados a convenções e/ou a feiras e a exposições e similares;
---------------	--

	<p>III - parques temáticos aquáticos e empreendimentos dotados de equipamentos de entretenimento e lazer;</p> <p>IV - marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva;</p> <p>V - casas de espetáculos e equipamentos de animação turística;</p> <p>VI - organizadores, promotores e prestadores de serviços de infra-estrutura, locação de equipamentos e montadoras de feiras de negócios, exposições e eventos;</p> <p>VII - locadoras de veículos para turistas; e</p> <p>VIII - prestadores de serviços especializados na realização e promoção das diversas modalidades dos segmentos turísticos, inclusive atrações turísticas e empresas de planejamento, bem como a prática de suas atividades.</p>
--	--

Fonte: BRASIL. Planalto. Lei nº 11.771, Art 21. 2008.

O cadastro pode ser feito no site do CADASTUR (2022), sendo esse obrigatório para os itens mencionados no Artigo 21, incisos I ao VI (antes do parágrafo único) da Lei 11.771 (BRASIL, 2008). “O cadastro também é obrigatório para exercer a profissão de Guia de Turismo, conforme Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993 (CADASTUR, 2022).

O CADASTUR (2022) “visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor”.

Não se pretende no presente trabalho investigar o desempenho do CADASTUR naquilo que o mesmo se propõe a fazer, o foco é identificar alguns prestadores de serviços turísticos e buscar dar luz à atributos do turismólogo, assim como apresentar algumas leis que se vinculam ao turismo.

A visão que se tem sobre trabalhadores no turismo pode ser muito ampla, atingindo desde o garçom e o cozinheiro, até mesmo o CEO e a diretoria de uma empresa.

O turismólogo (graduado) compete em vagas de trabalho com profissionais advindos de inúmeras formações, principalmente nos cargos de nível superior, o que também acontece em outras formações e profissões. Segundo Martoni (2012, p.55):

A depender da função em uma empresa de hospedagem, agenciamento ou transportes, pode ser absorvido o profissional da administração, da educação física ou aquele que, mesmo não possuindo formação superior em nível bacharelado ou técnico, domine um idioma ou técnicas de venda, de acordo

com níveis de qualificação requeridos.

Ao observar a competitividade entre graduados em turismo e outros profissionais percebe-se que a falta de clareza e objetividade na identidade profissional do turismólogo graduado e na compreensão das suas habilidades pode ser um fator prejudicial.

Nesse aspecto, a problemática decorre em compreender quem são esses profissionais e se sua formação tem percorrido o caminho que levará a sua empregabilidade, tendo em vista que a crise que ocorre no ensino superior em turismo pode ser consequência do descompasso entre formação profissional, identidade profissional e mercado de trabalho (MENEZES e CÉLIA, 2020, p. 536).

Logo, surgem inquietantes perguntas: A intenção do turismólogo ao se graduar em turismo é trabalhar em funções operacionais tais como as ligadas a hotéis, restaurantes, agências e canais de venda no geral? Ou, ao realizar a graduação o mesmo estaria em busca de trabalhar em funções ligadas à gestão, planejamento, organização e/ou promoção do turismo?

De acordo com a lei nº12.591, artigo 2º, inciso XIV, o turismólogo pode exercer as seguintes atividades:

Planejar, organizar, controlar, implantar, gerir e operacionalizar empresas turísticas de todas as esferas, em conjunto com outros profissionais afins, como agências de viagens e turismo, transportadoras e terminais turísticos, organizadoras de eventos, serviços de animação, parques temáticos, hotelaria e demais empreendimentos do setor (BRASIL. 2012).

Percebe-se que confere ao turismólogo na interpretação da Lei nº12.591 certa habilidade em planejamento e gestão, busca-se investigar se os estudantes estão encontrando tais oportunidades e se estão adquirindo tais habilidades por meio da graduação.

Pressupõe que as organizações delegam essas funções a profissionais que já possuem certa experiência e um conjunto de habilidades que por vezes não é gerado nas instituições de ensino superior.

Para Tomazoni (2007. p.214) “o conceito de educação e formação como garantias de emprego está ultrapassado, e a situação de angústia se agrava pela estagnação da economia, cujos índices de desenvolvimento têm sido pífios e

desanimadores”.

O mercado passa a apresentar cobranças que vão para além do diploma universitário, onde as organizações necessitam de novas habilidades práticas que o ensino universitário ainda não incorporou ou que ainda não assumiu a responsabilidade de ensinar. Sendo assim, o mercado de trabalho pede por habilidades extracurriculares, tais como: fluência em língua estrangeira, experiência em vendas e atendimento ao cliente, domínio de ferramentas digitais, entre outros conhecimentos que variam de acordo com a proposta de trabalho.

O profissional que deseja melhores condições de trabalho e conseqüentemente maior remuneração, pode buscar além de empreender, adequar o seu currículo às demandas do mercado, inserindo novas habilidades e se capacitando para exercer atividades que podem aumentar o seu valor produtivo para a organização.

O turismólogo pode encontrar oportunidades tanto no setor privado quanto no público.

Segundo Pereira (2014, n.p) apud Herzer, Lescura e Filho (2016, p.7), existem duas formas para a contratação desse servidor público:

[...] a primeira é por meio de método de indicação ou confiança (comissionada), na qual a contratação está baseada apenas nos interesses e necessidades do contratante, a segunda é por meio de concurso público (provimento efetivo), onde pode-se exigir prévio conhecimento técnico da área, avaliado por meio de provas, do mesmo jeito que pode-se exigir uma formação acadêmica específica

Aparece ao turismólogo também a “opção” de empreender, onde inúmeras possibilidades se apresentam como nichos ligados ao turismo, nesse caso, o mesmo precisaria ter capital intelectual, financeiro e de pessoas, algo que não está na realidade da maioria dos casos.

Contudo, entende-se que o trabalho no turismo é marcado por múltiplas relações de trabalho, e comporta diferentes formatações de empresa, e ainda, incorpora o setor público.

Percebe-se que um perfil profissional ainda não foi consolidado em relação ao turismo, entretanto, torna-se relativo tal afirmação, considerando que determinadas organizações e contratantes possuem níveis diferentes de conhecimento acerca do turismo.

Deseja-se investigar a percepção dos alunos e ex-alunos do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP, a respeito da oferta de vagas para turismólogo. Mas antes disso, considera-se relevante criar uma base comparativa de dados acerca do ensino no turismo, pois, tal pesquisa investiga as contribuições do ensino no exercício da profissão do turismólogo.

Considera-se que o exercício da profissão do turismólogo não se resume em uma breve definição, sendo assim, buscou-se investigar no presente capítulo algumas relações de trabalho no turismo. Entende-se que a Lei nº12.591 aponta algumas atividades desse profissional, abordou-se o terceiro setor e o trabalho operacional, que estão associados ao turismo.

4. TERCEIRO CAPÍTULO - ENSINO NO TURISMO.

A análise da percepção do estudante sobre o desempenho da instituição de ensino torna-se interessante, no entanto, deseja-se construir e apresentar aos leitores uma base comparativa, auxiliando no desenvolvimento de novas discussões que podem ir para além do presente trabalho e abrir novas possibilidades de investigação.

À medida que o turismo se expande e se consolida em diferentes nichos, torna-se relevante além de investigá-lo, instruir e educar os indivíduos que desejam fazer parte desse mercado. Abordar o ensino no turismo não é abordar somente o ensino superior, existe entre outros, cursos técnicos e profissionalizantes em áreas específicas que contribuem para uma formação profissional.

Ressalta-se que o ensino no turismo não se resume à adequação do indivíduo às demandas do mercado de trabalho, ou seja, não busca operar unicamente sob uma lógica capitalista, o que pode ser percebido na matriz curricular do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP.

O fenômeno do turismo vai para além dessas questões e, portanto, deve ser investigado a partir desse entendimento. O preparo para o mercado de trabalho é necessário, mas não deve ser o único objetivo em um curso superior, sendo assim, os estudantes são estimulados a compreender o fenômeno como um todo.

Logo, as instituições de ensino superior devem elaborar um currículo que permita formar um profissional com visão integral do Sistema Turístico, bem como também de conhecimentos específicos para exercer funções nos diversos tipos de empresas de turismo. (MENEZES e CÉLIA, 2020, p. 537)

Segundo Tomazoni (2007, p.200), a “questão da qualificação, na perspectiva marxiana, é colocada, de certo modo, de maneira inversa à teoria do capital humano, e o que é valorizado é o saber-fazer associado à experiência profissional”

Para Silveira, Medaglia e Nakatani (2020, p.84): “O que se percebe, então, é uma lacuna de diálogo, gerando ruídos que diminuem a integração entre mercado e formação”.

Sendo o estudo do “saber, saber-fazer e saber-ser”, e da perspectiva marxiana, algo para além da proposta do presente trabalho, os mesmos não terão aprofundamento, ficando assim o convite para que o(a) leitor(a) realize as próprias investigações a respeito.

Aceita-se que o “saber-fazer” significa de forma resumida: “Conhecimento que resulta de experiência prática ou técnica acumulada” (SABER-FAZER, 2022). Logo, pressupõe-se que a qualificação, o ensino, e o “saber-fazer” podem estar correlacionados.

Havendo essa relação, investiga-se uma possível lacuna, onde exista uma expectativa por parte do estudante de que o ensino superior seja capaz de formar o seu “saber-fazer”, gerando assim, sua qualificação para o mercado de trabalho.

Sabendo que o mercado costuma requisitar a experiência de trabalho, a formação acadêmica, e outras habilidades como por exemplo o domínio de língua estrangeira, verifica-se que o ensino superior por si próprio pode apresentar uma certa insuficiência, a depender da vaga de trabalho desejada.

Contudo, busca-se compreender as características do ensino superior em turismo, assim como os desafios presentes no processo de formação.

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. [...] Sendo assim, 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 (PIMENTEL e PAULA, 2014, p. 276).

Entende-se que é difícil associar uma identidade profissional clara e objetiva

ao turismólogo, pressupõe que esta dificuldade pode estar ligada a própria diversidade presente na dinâmica do turismo, que para Beni e Moesh (2016, p.11) se caracteriza como um “fenômeno marcadamente multissetorial na sua produção objetiva, subjetivo na sua prática social e transdisciplinar na sua teoria”.

Para Tomazoni (2007, p.214):

A reconstrução da relação entre educação e mercado de trabalho torna-se, portanto, um desafio cada vez mais complexo para a escola, numa época em que a formação, apesar de ser um fator favorável e vantajoso no processo de inserção profissional, não é mais determinante.

A internet hoje possibilita o acesso a inúmeras oportunidades de ensino e qualificação, pode-se citar por exemplo a oferta de cursos de língua estrangeira, que hoje tornou-se um grande diferencial em processos seletivos, e em alguns casos se apresenta como requisito básico. Sendo assim, muitas habilidades e muitos saberes podem ser alcançados fora da graduação, o que não diminui a sua importância.

A graduação se coloca como porta de entrada para um vasto campo, onde, negligenciar a possibilidade de realizar especializações após estar graduado pode distanciar esse profissional de diversas oportunidades e mantê-lo na parte mais abrangente do mercado de trabalho, onde o mesmo irá “disputar” vaga com um maior número de profissionais oriundos de outras formações.

O curso de bacharelado em turismo da Universidade Federal de Ouro Preto apresenta como objetivo:

[...] a formação de profissionais que tenham o domínio do significado e da importância do Turismo e da Hospitalidade. Capacita o profissional a desenvolver habilidades nas áreas de gestão do patrimônio e dos meios de hospedagem e, como empreendedor, contribuir para o crescimento da economia (UFOP, Turismo).

De forma geral, para as autoras Aranha e Rocha (2014, n.p) apud Menezes e Célia (2020, p.537) “a impressão que se tem é que o sujeito, quando se forma em turismo, tem visão de toda essa totalidade citada, mas de forma superficial, e a própria grade curricular pode afirmar isso”.

Buscou-se conferir alguns detalhes em relação a grade curricular do curso de Bacharelado em Turismo da UFOP: Primeiramente, se a mesma tem sido atrativa para os estudantes; segundo, se em comparação com a Lei nº12.591 tem demonstrado

eficiência na perspectiva dos alunos participantes da pesquisa.

Aceitar que uma grade curricular é superficial ou não se torna relativo, sabendo que cada curso pode ter a sua proposta e suas diferenças em oferta de disciplinas, além da possibilidade de se buscar por disciplinas eletivas e facultativas, dando assim uma responsabilidade ao estudante que não pode ser negligenciada.

A grade curricular do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP pode-se tornar um dado comparativo com as perspectivas coletadas na pesquisa.

4.1 Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo - UFOP.

O estudante deve cumprir uma carga horária obrigatória para se graduar, que inclui disciplinas eletivas. Algumas disciplinas eletivas são disponibilizadas no ajuste de matrícula, e os estudantes podem escolher por conta própria entre as opções disponíveis.

Figura 1 - Componentes Curriculares do Turismo UFOP.

Componentes Curriculares Exigidos para Integralização no Curso	Carga Horária
Disciplinas Obrigatórias	1935
Disciplinas Eletivas	390
Disciplinas Optativas	0
Disciplinas Facultativas	0
Atividades	540
Total	2865

Extraído de: UFOP. Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo. Adaptado. 2022.

As disciplinas facultativas, “são aquelas que não pertencem ao currículo do curso e que o aluno pode cursar durante sua permanência na Universidade” (DECOM, 2022). O aluno deve observar os pré-requisitos e também a disponibilidade das disciplinas facultativas para concluir o ajuste de matrícula.

Tais possibilidades abrem um leque de opções ao graduando, que pode transitar entre diversas disciplinas de acordo com seu próprio interesse, o que lhe confere maior responsabilidade sobre sua formação dentro da Universidade.

Percebe-se ao visualizar a matriz curricular no geral, a relação que o curso possui com outros departamentos.

Figura 2 - Eletivas do Turismo UFOP. Parte 1.

TUR400	INTRODUCAO A CARTOGRAFIA
TUR403	FOLCLORE
DIR751	DIREITO AMBIENTAL
LET309	LINGUA FRANCESA I LEITURA
TUR406	EDUCACAO AMBIENTAL APLICADA AO TURISMO
ALI101	ALIMENTOS E BEBIDAS I
ART415	LEGISLACAO DE INCENTIVO A CULTURA
BEV208	ECOSSISTEMAS
DIR573	NOCOES DE DIREITO INTERNACIONAL
DIR742	CONTRATOS COMERCIAIS
LET302	LEITURA E PRODUCAO DE TEXTOS I
LET412	LINGUA INGLESA II
LET903	ESPAÑHOL I
LET904	ESPAÑHOL II
LET966	INTRODUCAO A LIBRAS
PRO301	EMPREENDEDORISMO
PRO318	PLANEJAMENTO ESTRATEGICO
PRO340	GESTAO PUBLICA CONTEMPORANEA
TUR164	EDUCACAO PATRIMONIAL
TUR165	PLANEJAMENTO INTERPRETATIVO
TUR166	GEOGRAFIA GERAL II: TURISMO E ESPACO BRASILEIRO E DE MINAS GERAIS
TUR407	SAUDE MENTAL E TRABALHO NO TURISMO

Extraído de: UFOP. Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo. Adaptado. 2022

Dentro do quadro de eletivas, pode-se encontrar, entre outras, disciplinas nas áreas de: Direito, Língua Estrangeira, Gastronomia, Educação Patrimonial, Planejamento, Gestão Pública, Empreendedorismo, Geografia, Cultura, Eventos, Hotelaria e Museologia, como consta nas figuras 2 e 3.

Figura 3 - Eletivas do Turismo UFOP. Parte 2.

TUR166	GEOGRAFIA GERAL II: TURISMO E ESPACO BRASILEIRO E DE MINAS GERAIS
TUR407	SAUDE MENTAL E TRABALHO NO TURISMO
TUR408	TURISMO, TRABALHO E GENERO
TUR409	GASTRONOMIA E CULTURA
TUR410	FACETAS DA HOSPITALIDADE
TUR411	HISTORIA DO TURISMO NO BRASIL
TUR412	HISTORIA DAS VIAGENS E DO TURISMO
TUR413	TRABALHO E EMPREGO NO TURISMO
TUR414	GESTAO MUNICIPAL DO TURISMO
TUR420	LABORATORIO DE MUSEUS
TUR421	TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVACAO
TUR422	TOPICOS ESPECIAIS: EDUCACAO NO TURISMO
TUR423	TOPICOS ESPECIAIS EM TURISMO
TUR424	PRATICA DE EVENTOS
TUR427	TURISMO E CULTURA
TUR430	ADMINISTRACAO HOTELEIRA I
TUR431	ADMINISTRACAO HOTELEIRA II
TUR432	MARKETING II
TUR433	LEGISLACAO DE INCENTIVO A CULTURA APLICADA AO TURISMO
TUR434	TOPICOS ESPECIAIS EM TURISMO III: INOVACAO
TUR435	TOPICOS ESPECIAIS EM TURISMO IV

Extraído de: UFOP. Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo. Adaptado. 2022

Torna-se imprudente generalizar a grade de disciplinas eletivas como “superficial” a princípio, pressupõe que o aluno não irá alcançar a fluência em determinado idioma somente através de uma disciplina, assim como não irá se tornar um(a) gestor(a) público, ou um(a) administrador(a) de hotéis, entre outros possíveis exemplos. No entanto, não se deve desconsiderar o papel do graduando em seu processo de aprendizagem.

Em relação às disciplinas Obrigatórias, percebe-se que a primeira metade do curso possui um número maior de disciplinas por período, nos dois primeiros os estudantes têm acesso a disciplinas introdutórias e de teoria geral, além de abordarem áreas como: Geografia, História, Cálculo, Psicologia e Antropologia. Nota-se também a preocupação em desenvolver a percepção dos estudantes em relação ao patrimônio ambiental urbano, o que contribui para que o turismólogo desenvolva a habilidade de leitura do espaço.

No terceiro e no quarto período, insere-se disciplinas nas áreas de: Lazer, Economia, Hospitalidade, Eventos, Cultura e Arte Barroca, Ética e a disciplina de Evolução Urbana.

Na disciplina de Estágio I, os estudantes compreendem toda a dinâmica do estágio obrigatório, o que lhe prepara para buscar a partir do 5º período a sua experiência de estágio. Em algumas disciplinas como Evolução Urbana e Cultura e Arte Barroca, entre outras ao longo do curso, o estudante geralmente participa de visitas técnicas, o que pode contribuir para sua formação e para o entendimento do conhecimento teórico.

Figura 4 - Disciplinas Obrigatórias. UFOP. - Parte 1.

CÓDIGO	DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS
EDU303	METODOLOGIA CIENTIFICA
EST203	NOCOES DE ESTATISTICA
HIS300	INTRODUCAO A SOCIOLOGIA
PRO400	TEORIA GERAL DA ADMINISTRACAO
TUR114	HISTORIA DA CULTURA
TUR142	GEOGRAFIA GERAL I: TURISMO E ESPACO MUNDIAL
TUR301	TEORIA GERAL DO TURISMO I
TUR303	PERCEPCAO E INTERPRETACAO DO PATRIMONIO AMBIENTAL URBANO
EFD310	INTRODUCAO AO ESTUDO DO LAZER
EST201	CALCULO FINANCEIRO
HIS177	INTRODUCAO A HISTORIA ECONOMICA DO BRASIL
HIS301	ANTROPOLOGIA CULTURAL
LET411	LINGUA INGLESA I
MED162	PSICOLOGIA GERAL
TUR302	TEORIA GERAL DO TURISMO II
DIR301	INTRODUCAO AO ESTUDO DO DIREITO
EFD311	LAZER E ANIMACAO TURISTICA
HIS236	HISTORIA DE MINAS GERAIS
PRO241	ECONOMIA I
TUR300	CULTURA E ARTE BARROCA
TUR304	HOSPITALIDADE
TUR306	ORGANIZACAO DE EVENTOS
FIL108	ETICA
MUL100	INTRODUCAO A MUSEOLOGIA
PRO242	ECONOMIA II
TUR146	EVOLUCAO URBANA
TUR391	ESTAGIO I

Extraído de: UFOP. Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo. Adaptado. 2022

Na primeira metade do curso, identifica-se a amplitude do turismo, onde disciplinas de diversas áreas (relacionadas ao turismo) são inseridas.

Na segunda metade do curso o número de disciplinas obrigatórias por período diminui, abrindo espaço para os estudantes inserirem disciplinas eletivas e participarem de atividades práticas. Nota-se, entre outras, a inserção de disciplinas relacionadas a: Recursos Humanos, Marketing, Administração Financeira, Direito do Consumidor, Políticas Públicas, Planejamento. Nesta segunda parte os alunos também evoluem na área de pesquisa, através de “Projeto de Pesquisa”, onde a proposta de Monografia, também conhecida como TCC (Trabalho de Conclusão de Curso), começa a ser construída e aprimorada até a sua entrega final.

Figura 5 - Disciplinas Obrigatórias. UFOP. - Parte 2.

PRO314	GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
TUR149	TURISMO E PRODUCAO DO ESPACO
TUR305	PATRIMONIO HISTORICO E CULTURAL
TUR307	MARKETING I
TUR404	POLITICAS PUBLICAS PARA O TURISMO
PRO321	ADMINISTRACAO FINANCEIRA
TUR153	GESTAO E TRANSPORTE EM TURISMO
TUR154	PROJETO DE PESQUISA
TUR310	PLANEJAMENTO E ORGANIZACAO DO TURISMO I
TUR429	AGENCIAMENTO E ELABORACAO DE ROTEIROS TURISTICOS
TUR311	PLANEJAMENTO E ORGANIZACAO DO TURISMO II
TUR316	MONOGRAFIA I
TUR425	TURISMO E MEIO AMBIENTE
DIR752	DIREITO DO CONSUMIDOR
TUR317	MONOGRAFIA II
TUR392	ESTAGIO II
TUR426	ESTUDO DE VIABILIDADE EM PROJETOS TURISTICOS

Extraído de: UFOP. Matriz Curricular do Curso de Bacharelado em Turismo. Adaptado. 2022

Além das disciplinas obrigatórias e eletivas, o graduando obrigatoriamente precisa apresentar 150 horas em Atividades Complementares em Turismo, 150 em Atividades Práticas, e 240 de estágio.

O curso é capaz de levar os alunos até determinado nível de conhecimento, para quem deseja se aprofundar e se especializar, há outros níveis e modalidades de ensino a se considerar, tais como: especialização, pós-graduação, MBA, mestrado, doutorado, entre outros.

Percebe-se a relação entre a segmentação do turismo e o ensino, onde cria-se disciplinas que focam em determinado segmento a fim de compreendê-lo.

E assim, por meio de adequações e a partir do ganho de experiência que por vezes não se dá logo após a graduação, esse indivíduo poderá desenvolver a capacidade de gerar valor e intervir de forma consciente e efetiva no mercado e assim adquirir sua fonte de renda.

Pressupõe que a Lei nº12.591 onde o exercício do turismólogo é abordado, pode apontar uma direção para as instituições de ensino, e também, para as instituições que procuram por profissionais capazes de exercer tais funções citadas nas leis.

5 QUARTO CAPÍTULO - PERSPECTIVA DE ALUNOS DO CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO - UFOP

Realizou-se um estudo bibliográfico antes de se chegar no momento de apresentar a pesquisa realizada com alunos do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP.

Esse estudo buscou investigar o ensino e o exercício da profissão de turismólogo, e ainda, reconhecer o turismólogo e realizar algumas considerações iniciais sobre o turismo. Com base nas informações que foram levantadas, busca-se investigar a perspectiva dos alunos a respeito de:

- Questões do capítulo um, tais como: ação da amplitude no turismo; influência da “confusão conceitual” (PAKMAM, 2021) no turismo; interesse por determinado segmento do turismo; motivações ao ingressar no curso.
- Questões do capítulo dois, tais como: expectativa (salarial inclusive) sobre o mercado de trabalho no turismo; conhecimento da Lei nº12.591; absorção de Bacharéis do Turismo em funções de planejamento, gestão e organização; empresas que contratam profissionais para exercer tais funções; condições de estágio; anúncio de vagas para Turismólogos e seus requisitos.
- Questões do capítulo três, tais como: interesse em complementar a formação profissional através de especializações; contraste entre o que se oferece na matriz curricular e a perspectiva dos estudantes; e em síntese, investigar as contribuições do ensino para a formação profissional dos participantes.

Pressupõe que o conjunto de questões contido no formulário aplicado pode contribuir para o debate acerca das contribuições do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP para o exercício da profissão de turismólogo, tal conjunto apresenta o potencial de gerar uma análise “SWOT”, também conhecida como “matriz F.O.F.A”, onde classifica-se certas características como: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças.

Sendo assim, esta investigação oferece abertura a outras possibilidades de debate, onde fica o convite para o(a) leitor(a) realizar as próprias reflexões e críticas.

5.1 Metodologia

A presente pesquisa se estruturou sobre o caráter quantitativo, Proetti (2017, p.18) apresenta algumas características desse tipo de pesquisa.

Quadro 4 - As diferenças entre as pesquisas qualitativa e quantitativa.

PESQUISA QUANTITATIVA
Objetiva (há acordo intersubjetivo – convenções).
Testa teorias.
Permite a percepção de forma quantificada do fenômeno estudado.
Permite selecionar população e amostras e identificar suas propriedades. O pesquisador consegue medir, correlacionar e estabelecer estatísticas/escalas.
Compara os objetos de estudo e registra-os quantitativamente por suas variações por tabelas, quadros e relatórios quantitativos.
Reduz (delimita) e controla os dados (variáveis) e delimita-os de forma precisa.
É mecanicista. Os dados são iguais ao todo. Comprova numericamente.
Utiliza-se do método dedutivo para conclusão e aborda análises estatísticas.
Os elementos básicos de dados para análises são numéricos e expressam valores conclusivos.
O pesquisador mantém distância do processo de estudo (do objeto).
Independente do contexto e registra o fato de forma mensurada.
Pode formular hipóteses e testá-las.
O raciocínio é lógico e dedutivo.
Estabelece relações e causas do fato estudado.
Busca generalizações.
Preocupa-se com a importância nas quantificações.
Utiliza-se de instrumentos específicos de coleta de dados de forma numérica.

Fonte: PROETTI. 2017, p. 18. Adaptado.

Para investigar a perspectiva dos alunos do curso de Bacharelado em Turismo da UFOP, foi aplicado um formulário semi-aberto. Segundo Gunther (2006, p.201):

Sob a ótica das ciências sociais empíricas existem três aproximações principais para compreender o comportamento e os estados subjetivos: a) observar o comportamento que ocorre naturalmente no âmbito real; b) criar situações artificiais e observar o comportamento diante das tarefas definidas para essas situações; c) perguntar às pessoas sobre o seu comportamento, o que fazem e fizeram e sobre os seus estados subjetivos, o que, por exemplo, pensam e pensaram.

Sendo assim o formulário foi confeccionado a partir do estudo bibliográfico e dos pressupostos apresentados, possuindo relação com a Lei n °12.591, e busca investigar o que os entrevistados pensam e fazem (comportamento) em relação a um conjunto de informações.

Considerando o período de incertezas em relação a Covid-19, optou-se por realizar a aplicação do formulário por meio de ferramentas online, utilizando-se o *Google Forms* como plataforma. O período de aplicação foi entre: 01/05/2022 até 20/05/2022.

Foram utilizados para a divulgação do formulário, os grupos de Whatsapp de alunos e ex-alunos do curso de Bacharelado em Turismo da UFOP. Ao todo, possuem 231 participantes.

Notou-se dada dificuldade em atrair a atenção dos estudantes por meio de ferramentas online, pois, o número de pessoas alcançadas é significativamente maior do que o número de respostas obtidas.

A pesquisa obteve 20 respostas, o que pode gerar determinados ruídos considerando que esta pesquisa busca se caracterizar como quantitativa. Esperava-se a participação de pelo menos 70% do grupo de 231 participantes.

Para algumas questões utilizou-se um modelo adaptado de escala *Likert*, que segundo Frankenthal (2022. n.p):

Conceitualmente, e para os especialistas da área, a escala Likert combina a matemática aplicada (estatística) à psicologia para promover uma profunda e lógica imersão na mente de quem consome. Uma abordagem capaz de extrair insights qualitativos de uma pergunta estruturada de forma quantitativa.

A escala possui diferentes classificações, na questão 2 por exemplo, ela se divide entre: ruim, regular, bom e ótimo.

Figura 6 - Classificação de Escala.

Ruim (Pontuação 1 a 3)			Regular (Pontuação 4 a 6)			Bom (Pontuação 7 a 9)			Ótimo (Pontuação 10 a 12)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022.

Cada classificação possui 3 proporções, que medem o nível de intensidade da resposta. Essa abordagem busca oferecer maior liberdade de expressão aos entrevistados. As cores visam ajudar os participantes a encontrarem a resposta mais adequada a sua percepção.

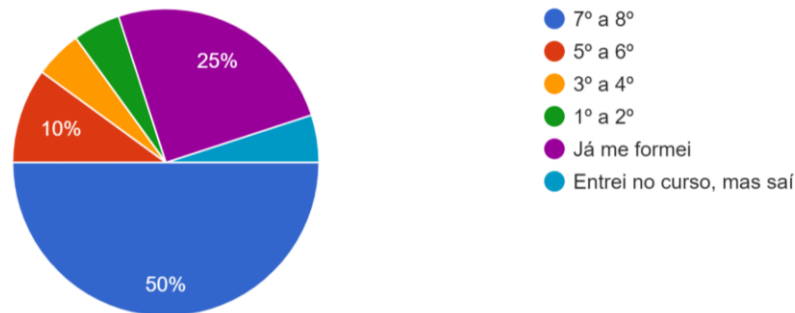
Para a interpretação dos dados, utilizou-se o sistema de apresentação de dados do *Google Forms*, e também o *Excel*.

O formulário conta com 2 partes, na primeira buscou-se investigar o perfil dos entrevistados, na segunda, buscou-se compreender a percepção dos mesmos sobre as contribuições do curso para sua formação profissional, embasando-se na Lei nº12.591.

5.2 Resultados

Durante a apresentação dos dados, todas as pessoas entrevistadas serão mencionadas como “participante” e um número de identificação, visando manter o sigilo acerca da sua identidade, buscou-se apresentar a resposta dos participantes na íntegra, no entanto, algumas palavras podem revelar informações pessoais, portanto, as mesmas serão modificadas sem que a resposta perca a sua essência.

Sobre o perfil dos entrevistados, 60% dos participantes estão mais avançados no curso, estando entre o 5° e o 8° (último) período, sendo assim, entende-se que já possuem um nível maior de conhecimento sobre o fenômeno do turismo, tendo concluído 50% ou mais do curso. Todos os participantes possuem acima de 21 anos, 65% são mulheres e 35% homens. A figura abaixo mostra a distribuição por períodos e graduados, onde apenas o participante 16 saiu do curso antes de se graduar:

Gráfico 1 – Situação matricular dos participantes.

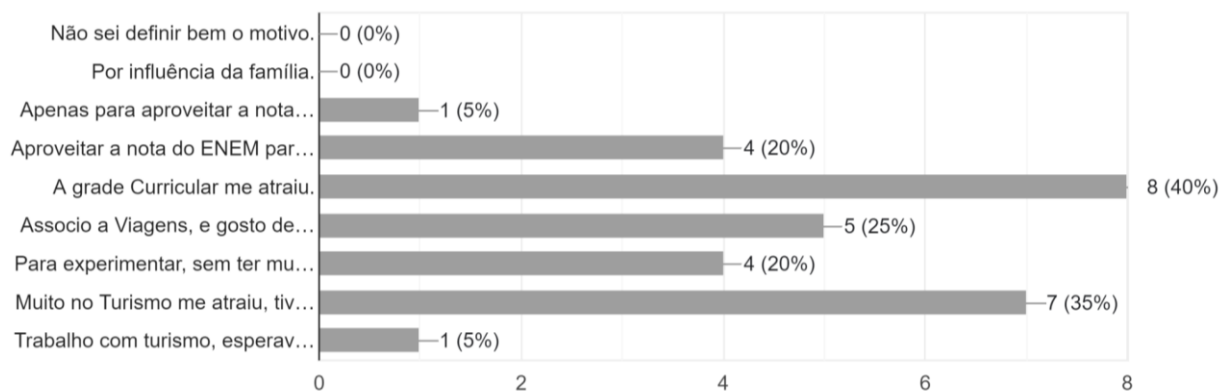
Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

Na questão 5 da primeira parte, questionou-se o motivo pelo qual decidiram entrar no curso, foi dada a liberdade de marcarem até duas opções. Além dos pressupostos apresentados como opção de escolha, os participantes também tiveram a opção de selecionar “outros” e escrever o motivo nas próprias palavras, apenas o participante 16 utilizou essa opção, afirmando: “Trabalho com turismo, esperava poder melhorar meus conhecimentos”. O mesmo participante saiu durante o curso, e não planeja realizar nenhuma especialização, no entanto, alega estar trabalhando no turismo, e sobre a expectativa de salário afirma: “Ganho muito bem, estou satisfeito”.

Gráfico 2 – Motivações.

5) Pensando no motivo que te levou a escolher o Turismo como Graduação, marque os que mais se aproximam do seu caso (até 2), ou cite o motivo em "outros":

20 respostas



Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

Observa-se que a grade curricular do curso foi um fator importante na decisão de 8 participantes (40%), portanto, cabe investigar se a mesma pode ser considerada uma força para o curso, ou se ainda precisa realizar melhorias para ser classificada assim, sob a perspectiva dos entrevistados.

Sete participantes marcaram: “Muito no Turismo me atraiu, tive certeza quando escolhi”. A opção “Associo a Viagens, e gosto de viajar” obteve 5 marcações. Sendo assim, vale refletir se o curso de turismo está atraindo estudantes por meio de características como lazer, férias, e viagens. Onde por vezes, tais experiências se aproximam mais do consumidor (de serviços e/ou um produtos turístico), do que dos trabalhadores, esse contraste aumenta ao observar determinadas funções operacionais no turismo.

Considerando que a experiência de consumo no turismo se diferencia da experiência de se trabalhar no turismo, pressupõe que os estudantes se atraem pelas características do fenômeno enquanto observado pelo consumidor.

Ainda sobre as motivações, quatro participantes (6, 10, 12 e 14) afirmaram ter entrado no curso “para experimentar, sem ter muita certeza”.

A opção “aproveitar a nota do ENEM para trocar de curso depois” obteve quatro marcações pelos participantes 7, 8, 12 e 14.

Entende-se que estes estudantes viram no curso uma oportunidade de usá-lo como ponte para outro curso, e não o escolheram como possibilidade de carreira a princípio, no entanto, hoje os participantes 12 e 14 estão graduados no curso de Bacharelado em Turismo UFOP, o participante 14 já concluiu uma especialização em “Empreendedorismo Desenvolvimento de Negócios”, e o participante 12 pretende se especializar em “Turismo Religioso e de experiência”, o participante 7 pretende se especializar em “áreas de Gestão, negócios, comércio exterior, marketing... algo assim”. O participante 8 não pretende se especializar, mas está entre o 5° e 6° período do curso. Mesmo buscando trocar de curso a princípio, todos se mantiveram no curso de turismo.

Somente o participante 3 marcou a opção “Apenas para aproveitar a nota do ENEM”, ou seja, viu na sua pontuação da prova uma oportunidade de entrar na Universidade, esta pessoa não se especializou e nem pretende se especializar, mas já está graduada no curso de Bacharelado em Turismo - UFOP.

Nenhuma pessoa marcou a opção “Por influência da família”, o que não aponta

especificamente para uma determinada causa, mas abre possibilidades de investigação que não foram abordadas no presente trabalho.

O quadro a seguir ilustra de forma geral o perfil de cada participante no que se refere a situação matricular e sua intenção em relação ao ensino após a graduação, a grande maioria dos graduandos e graduados visam se especializar em alguma área após a graduação.

Quadro 5 – Informações sobre o perfil dos participantes.

Situação matricular; Sobre Especialização; Motivos para escolher o curso.	PARTICIPANTES																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Graduado	X		X		X							X		X						
Graduando		X		X		X	X	X	X	X	X		X		X		X	X	X	X
Saíram do curso																X				
Visam se Especializar	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X		X		X	X	X	X
Se Especializaram														X						
Não visam Especialização			X					X								X				
Visavam trocar de curso							X	X				X		X						
Aproveitaram a nota ENEM			X																	
Visavam experimentar						X				X		X		X						
Atraiu-se pela Grade Curricular		X			X	X			X		X						X		X	X
Associa a viagens	X			X					X									X	X	
Identifica-se com o turismo		X			X						X		X		X		X			X
Outro Motivo																X				
PARTICIPANTE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Fonte: Participantes. Google Forms – Adaptado 2022.

Motivos ocultos motivaram os alunos que pensavam em trocar de curso a permanecerem no mesmo. Pressupõe que essa conversão pode estar associada à

qualidade do curso.

Na segunda parte do formulário utilizou-se um modelo adaptado de escala *Likert* nas questões de 1 a 7, e nas questões: 11.1; 12.1; 12,2; e 13.

As questões de 1 a 7 buscam compreender se o ensino está se adaptando à Lei nº 12.591 na perspectiva do aluno.

1) Em uma escala de 1 a 9, o quanto você conhece a LEI Nº 12.591 de 2012 que “reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício”?

Na questão número um investigou-se o nível de conhecimento sobre a Lei nº 12.591. A resposta média foi 5,8, sendo que, três participantes (3, 8 e 9) apontaram que não conhecem a lei, enquanto nove participantes já “ouviram falar” e oito a “conhecem”.

Figura 7 – Escala de opções: Questão 1, parte 2.

Desconheço	Já ouvi falar	Conheço
Nunca ouvi falar, não sabia que existia essa lei.	Já ouvi falar, mas nunca me aprofundei ou parei para refletir sobre esse assunto.	Conheço, já parei para analisá-la e discutir a respeito com outros alunos e/ou professores.

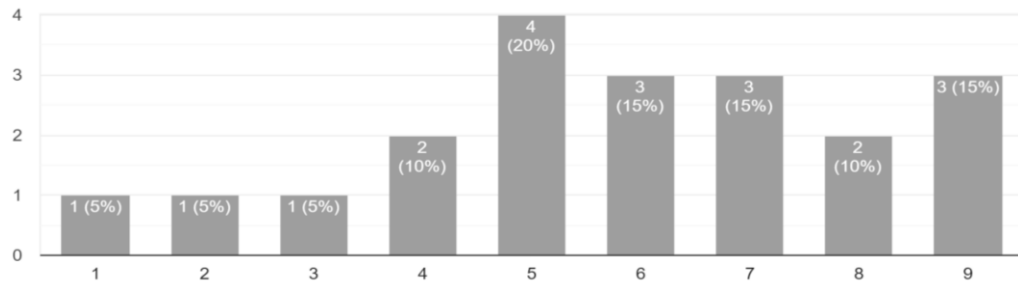
1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022.

No geral, a maioria dos participantes tiveram contato com esta Lei, o participante 3 que afirma não conhecer a Lei se graduou entre 2021 e 2022, e os outros dois que afirmaram o mesmo estão entre o 5º e 8º período.

Torna-se um caso curioso o fato dessas pessoas não conhecerem tal Lei, mesmo estando mais avançadas no curso e um já ter se graduado.

O fato de a maioria das pessoas terem algum contato com a Lei pode contribuir para o entendimento das mesmas nas próximas questões.

Gráfico 3 – Conhecimento da Lei nº 12.591 pelos participantes

Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

2) Através da Graduação em Turismo - UFOP, em uma escala de 01 a 12. Qual é o nível de contribuição do curso para que o(a) aluno(a) se torne capaz de: “coordenar, orientar e/ou elaborar planos e projetos de marketing turístico”? (Art. 2º; Inciso X da LEI Nº 12.591).

A segunda questão busca compreender o nível de contribuição do ensino para o desenvolvimento de habilidades relacionadas ao marketing turístico. A resposta média foi 5, se classificando como Regular. Sete participantes consideraram “ruim”, cinco “regular”, sete “bom”, e apenas o participante 19 respondeu o valor 10, estando na casa do “ótimo”.

Figura 8 - Escala de opções: Questão 2, parte 2.

Ruim (Pontuação 1 a 3)	Regular (Pontuação 4 a 6)	Bom (Pontuação 7 a 9)	Ótimo (Pontuação 10 a 12)
A Graduação não aborda o tema , somente com a graduação os alunos não serão capazes de coordenar, orientar e elaborar planos e projetos de marketing turístico.	A Graduação aborda o tema , mas ela mesma não oferece aos alunos a capacidade de exercer tais atividades, no entanto, ela mostra como se capacitar para isto fora da graduação.	A Graduação oferece aos alunos noções básicas , são capazes de realizar. É necessário buscar se especializar fora da graduação para aperfeiçoar essa capacidade.	A graduação oferece o devido conhecimento para que os alunos sejam capazes de exercer com segurança todas as atividades citadas.



Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022.

Considerando apenas a média, para os entrevistados o ensino ligado ao marketing turístico está com a média abaixo de “bom”, ou seja, requer melhoria.

Apenas o participante 1 conhece algum turismólogo que trabalha na área de Marketing, o mesmo atribuiu a nota 7 nessa questão.

Quatro participantes (5, 7, 13, 18) apresentam interesse em especializar em Marketing.

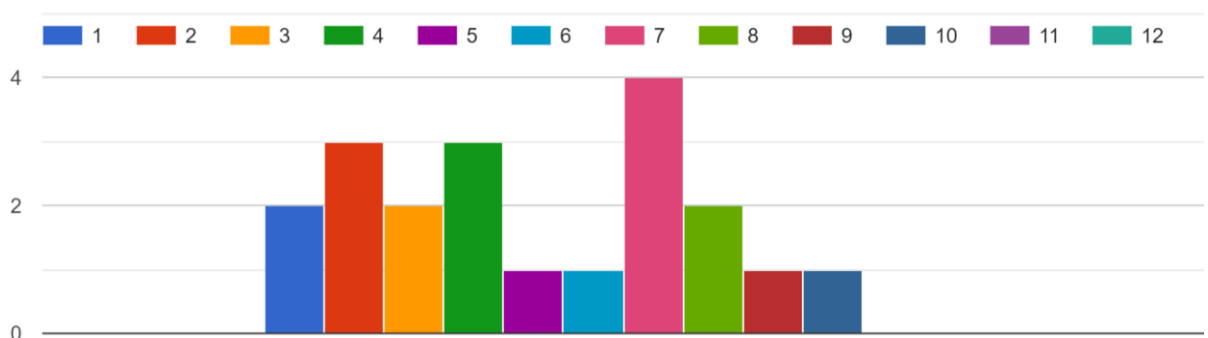
Os participantes 4, 8 classificaram como “ruim”, considerando todas as respostas desses participantes nas questões 1 ao 7, observa-se que a média dos dois foi igualmente 3, entende-se que ambos podem ter uma percepção negativa em relação ao curso, o que pode estar relacionado a inúmeros fatores, inclusive motivos pessoais.

O participante 16 apontou a nota 1, estando no nível máximo da classificação “ruim”, no entanto, o mesmo não concluiu o curso e não foi verificado o período que o mesmo saiu, portanto, pode haver a possibilidade do mesmo não ter realizado alguma disciplina relacionada a Marketing.

O participante 2 também atribuiu a nota 2, o mesmo declarou interesse em se especializar em “Área Pública/ e ou Social Media”, considera-se que a área de Social Media possui relação com o Marketing, ele coloca como forças do curso “Hospitalidade e competência dos professores”. Como hipótese, tem-se que o mesmo possa estar construindo uma expectativa acima daquilo que a disciplina de Marketing I pode oferecer, não é investigado se o mesmo buscou se matricular em Marketing II, sendo esta uma eletiva (opcional).

Diante a variedade das notas e considerando o tamanho da amostra frente ao número de estudantes, não é adequado atribuir conotações negativas às disciplinas de Marketing.

Gráfico 4 – Relação com Marketing Turístico.



Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

3) Através da Graduação em Turismo - UFOP, em uma escala de 01 a 12. Qual é o nível de contribuição do curso para que o(a) aluno(a) se torne capaz de: “planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e/ou operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo (como agências de viagens e turismo, transportadoras e terminais turísticos, organizadoras de eventos, serviços de animação, parques temáticos, hotelaria e demais empreendimentos do setor)?” (Art. 2º; Incisos I e XIV, LEI 12.591).

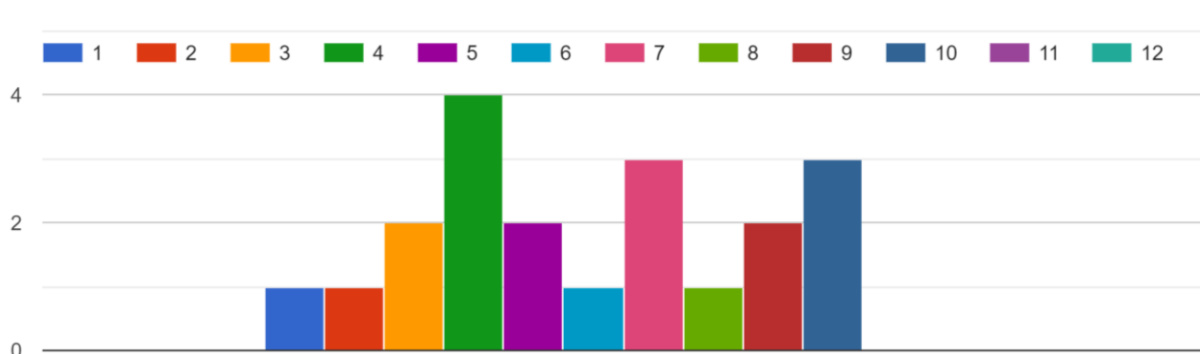
No desenvolvimento da questão 3, juntou-se os Incisos I e XIV do Artigo 2º da Lei Lei nº 12.591 (BRASIL, 2012) pelo fato de se complementarem.

Observa-se diversas atividades mencionadas na mesma questão, como: planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar. Entende-se que ambas se atribuem a cargos mais elevados e/ou de liderança.

Essa questão teve uma média de 5,9 pontos, sendo considerada regular. Quatro participantes classificaram como “ruim”, sete como “regular”, seis como “bom” e três como “ótimo”. Percebe-se que apesar da média estar classificada como regular, as respostas foram bem distribuídas na escala, nota-se a presença de disciplinas na área de gestão, planejamento e organização na matriz curricular do curso de Bacharelado em Turismo UFOP.

Diante disto, surgem alguns pressupostos, como: uma expectativa maior por parte dos participantes em relação às disciplinas; os participantes podem não estar buscando se matricular em disciplinas eletivas que se relacionam às atividades mencionadas na questão; ou, as disciplinas correlacionadas não estão proporcionando um nível de conhecimento satisfatório para os participantes.

Gráfico 5 – Relação com planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e/ou operacionalizar.



Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

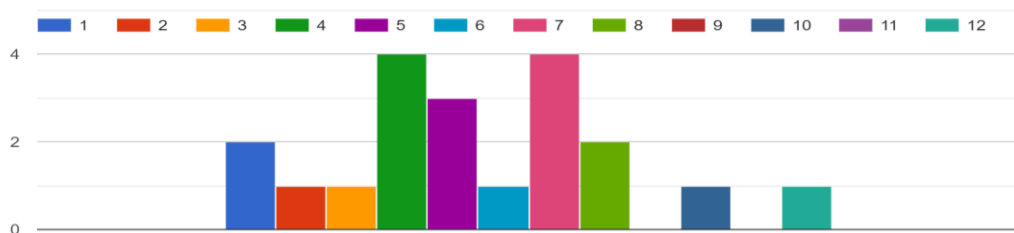
4) Através da Graduação em Turismo - UFOP, em uma escala de 01 a 12. Qual é o nível de contribuição do curso para que o(a) aluno(a) se torne capaz de: “organizar eventos de âmbito público e privado, em diferentes escalas e tipologias”? (Art. 2º; Inciso XIII da LEI 12.591).

A média obtida nas respostas foi 5,5, qualificando-se como regular. O curso oferece a disciplina de Organização de Eventos no terceiro período, apenas o participante 19 está abaixo desse período, e deu a nota 10. Caso o mesmo não tenha adiantado essa disciplina, o mesmo ainda não a concluiu.

O participante 20 deu a nota 12, e o participante 19 atribuiu a nota 10, estando estas na classificação ótimo, seis participantes classificaram como bom, o que pode apontar que as disciplinas relacionadas a Eventos podem apresentar um bom desempenho.

Dos quatro participantes (2, 4, 8, 16) que atribuíram a classificação ruim, um saiu do curso (participante 16) e não investigou-se o mesmo concluiu a disciplina de Organização de Eventos.

Gráfico 6 – Relação com organizar eventos



Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

5) Através da Graduação em Turismo - UFOP, em uma escala de 01 a 12. Qual é o nível de contribuição do curso para que o(a) aluno(a) se torne capaz de: "diagnosticar as potencialidades e as deficiências para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação"? (Art. 2º; Inciso IV da LEI 12.591).

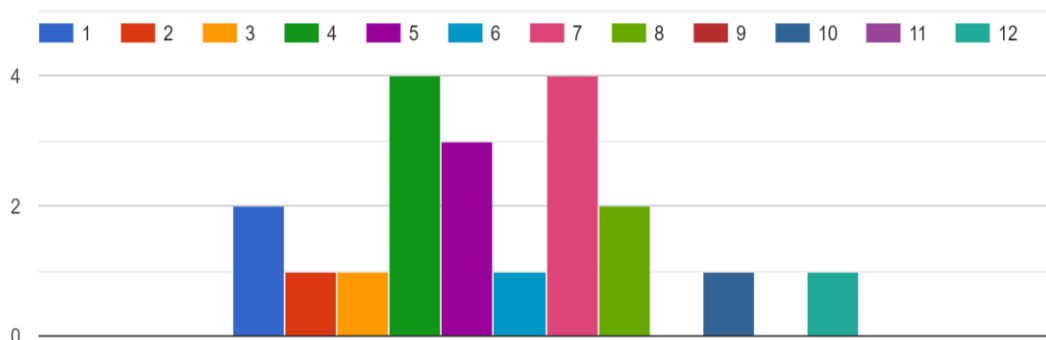
Essa questão apresentou a média mais alta, sendo essa 6,9, classificando-se como “bom” se for arredondado.

Na classificação “ruim”, encontram-se os participantes 8 e 16, sendo que o 16 saiu durante o curso, e não se sabe o período que isso ocorreu. As disciplinas de Planejamento e Organização do Turismo I e II, Políticas Públicas para o Turismo, e

Estudo de Viabilidade em Projetos Turísticos, podem apresentar relação com as atividades citadas na questão. O que aponta para um bom desempenho das mesmas em contribuir para o entendimento acerca do que menciona a Lei nº12.591 no Artigo 2º, Inciso IV (BRASIL, 2012).

Considerando que ao retirar as notas do participante 16, que na soma de suas respostas nas questões 1 a 7 possui uma média 2, pressupondo que o mesmo não teve contato com determinadas disciplinas dependendo do período em que saiu do curso, a média nessa questão seria 7,2.

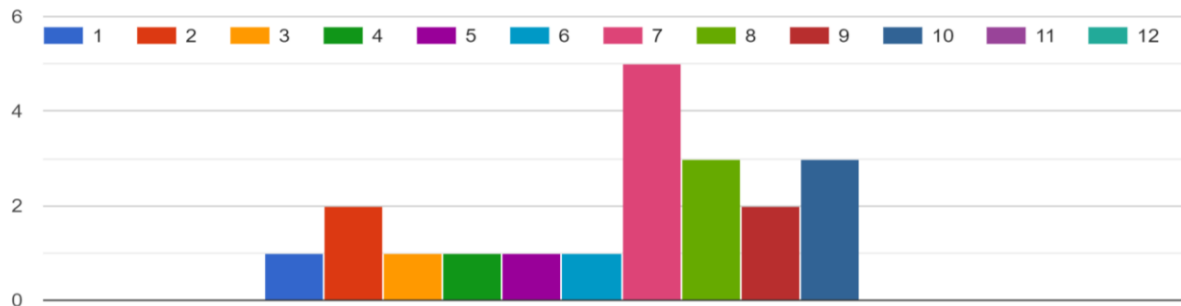
Gráfico 7 – Relação com diagnostico de potencialidades e deficiências.



Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

6) Através da Graduação em Turismo - UFOP, em uma escala de 01 a 12. Qual é o nível de contribuição do curso para que o(a) aluno(a) se torne capaz de: formular programas e projetos que viabilizem a permanência de turistas nos centros receptivos”? (Art. 2º; Inciso XII da LEI 12.591)

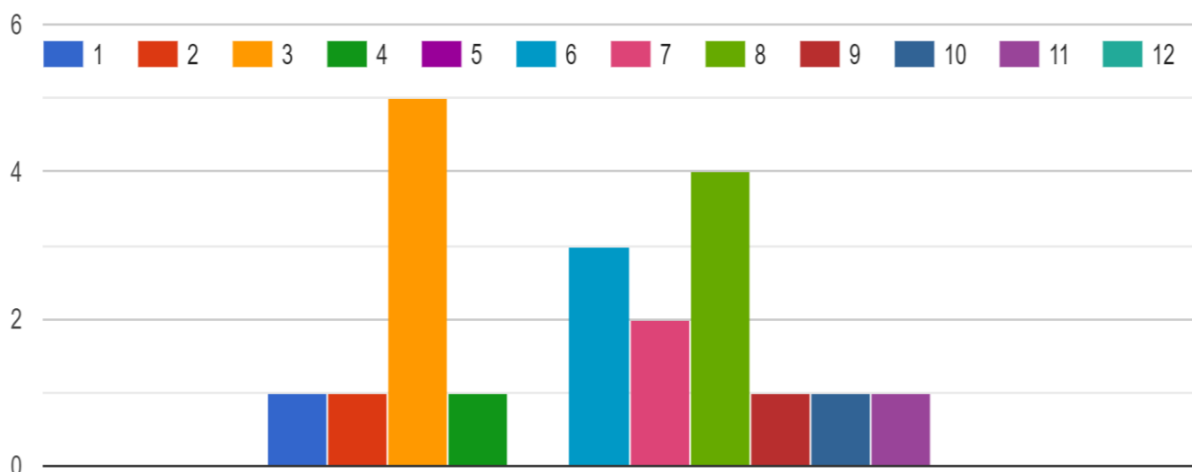
A média obtida foi 6,5, classificando-se como regular. Retirando a nota do participante 16 a média fica 6,8, ao arredondar estaria classificado como bom. Quatro participantes (4, 8, 10, 16) classificaram como ruim, três como regular, dez como bom, e três participantes classificaram como ótimo. Entende-se que a disciplina de Estudo de Viabilidade em Projetos Turísticos se associa às atividades citadas, e apresentam um bom desempenho.

Gráfico 8 – Relação com projetos que viabilizem a permanência de turistas.

Fonte: Participantes. Google Forms, 2022.

7) Através da Graduação em Turismo - UFOP, em uma escala de 01 a 12. Qual é o nível de contribuição do curso para que o(a) aluno(a) se torne capaz de: “lecionar em estabelecimentos de ensino técnico ou superior”? (Art. 2º; Inciso XVII da LEI 12.591).

A média obtida foi 5,8, classificando-se como regular. Retirando a nota do participante 16 que saiu do curso, a média seria 6,1. Sete participantes classificaram como ruim, quatro como regular, sete como bom, e dois como ótimo. Apenas dois participantes (19 e 20) estão se graduando na primeira metade do curso.

Gráfico 9 – Relação com lecionar em ensino técnico e superior.

Fonte: Participantes. Google Forms 2022.

Quadro 6 - Contribuição do ensino no exercício de atividades presentes na Lei nº 12.591, Artigo 2º.

INCISOS	PARTICIPANTES																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	NOTAS																			
I e XIV ¹	7	7	9	2	4	9	5	3	4	3	7	5	8	4	10	1	4	6	10	10
IV	8	12	7	4	4	7	11	3	7	4	7	9	8	8	11	1	5	6	10	6
X	7	2	1	2	4	8	7	2	3	3	5	9	8	6	7	1	4	4	10	7
XII	8	7	7	2	4	9	7	2	7	3	7	9	8	8	10	1	5	6	10	10
XIII	7	1	4	3	4	7	6	2	5	4	7	8	7	5	8	1	4	5	10	12
XVII	9	3	8	2	3	6	11	3	6	3	8	6	8	7	7	1	4	3	10	8
CONHECIMENTO SOBRE A LEI	8	5	1	6	7	9	9	3	2	7	7	8	5	6	6	9	4	5	5	4
MÉDIA DO PARTICIPANTE	8	5	6	3	4	8	8	3	5	3	7	8	8	6	9	2	4	5	10	9

Fonte: Participantes. Google Forms.- Adaptado. 2022.

8) Você conhece algum profissional graduado em Turismo que realiza alguma das atividades citadas nas questões 2 a 7 (que se fundamentam na LEI 12.591)? Não vale contar os docentes do próprio curso.

Dos entrevistados, 70% conhecem turismólogos graduados que exercem as atividades citadas nas questões 2 a 7. Sendo assim, os que responderam sim passaram para a questão 8.1, os que responderam não passaram para a questão 9.

Quadro 7 – Participantes que conhecem turismólogos atuantes.

	PARTICIPANTES													
SIM	1	4	5	6	7	8	9	10	11	12	15	16	18	19
NÃO	2	3	13	14	17	20								

Fonte: Fonte: Participantes. Google Forms.- Adaptado. 2022.

marketing	X						X													
PARTICIPANTES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Fonte: Participantes. Google Forms.- Adaptado. 2022.

9) Você conhece empresas que contratam Graduados em Turismo nas funções citadas nas questões 2 a 7 (que se fundamentam na LEI 12.591)?

Dos participantes, 70% afirmaram que não conhecem, e 30% conhecem. Os participantes que conhecem empresas que empregam turismólogos nas funções citadas nas questões 2 a 7 são: 1, 6, 9, 12, 15, 16. Os que responderam sim foram para a questão 9.1, os que responderam "não" foram para a questão 10.

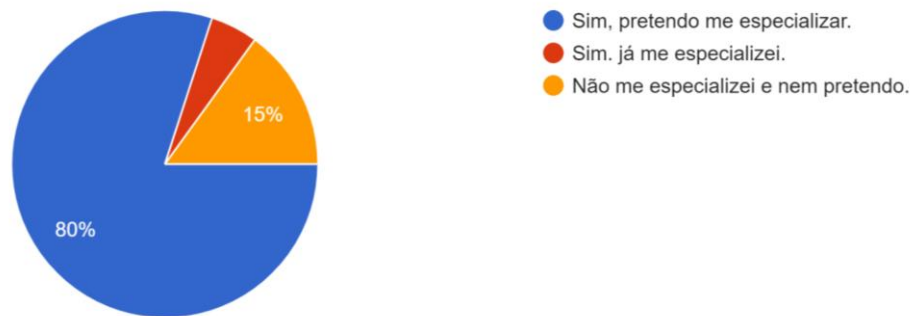
9.1) Cite tais empresas:

Quadro 9 – Empresas que contratam turismólogos.

PARTICIPANTES	EMPRESAS
1	Hotel Urbano
6	Secretaria de Turismo
9	Plano A - Engenharia Turística
12	Egali
15	Diversas agências e operadoras turismo
16	Tecnitur, Instituto Vivejar, Instituto Ekos, Raizes, etc

Fonte: Participantes. Google Forms – Adaptado 2022.

10) Você planeja se especializar, ou, já se especializou em algum segmento do turismo?

Gráfico 11 – Pretensão de se especializar.

Fonte: Participantes. Google Forms. 2022

Os participantes que responderam: “Sim, já me especializei”, e “Sim, pretendo me especializar”, foram para a questão 10.1, as que responderam “Não me especializei e nem pretendo” foram para a questão 11. Apenas o participante 14 já se especializou em “Empreendedorismo Desenvolvimento de Negócios”.

10.1) Em que pretende se especializar, ou, em que se especializou?

Quadro 10 – Áreas de interesse para os participantes.

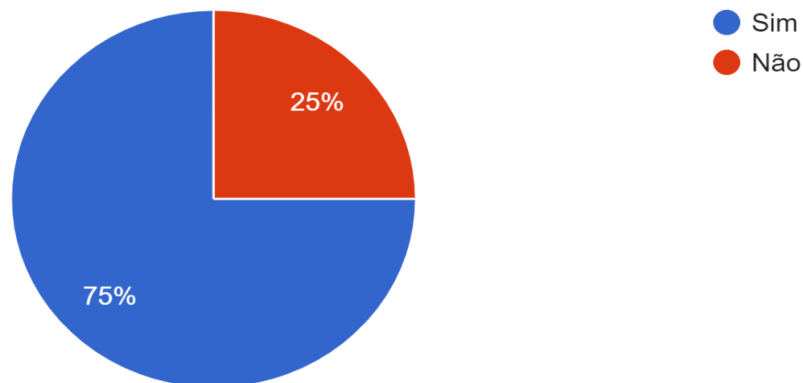
PART.	RESPOSTAS
1	Turismo de aventura / ecoturismo
2	Área Pública/ e ou Social Media
4	Turismo de base comunitária
5	Gestão/marketing
6	Gestão pública
7	Pretendo me especializar em áreas de Gestão, negócios, comércio exterior, marketing... algo assim.
9	Gestão de Projetos
10	Não tenho certeza ainda
11	Em Gestão de Projetos, Gestão do Patrimônio e Mestrado em Turismo e Patrimônio
12	Turismo Religioso e de experiência
13	Marketing / Administração

14	Empreendedorismo Desenvolvimento de Negócios
15	Meio ambiente e sustentabilidade
17	patrimônio ambiental
18	Em Marketing de Destinos Turísticos ou Gerenciamento de Hotel
19	Guia de Turismo
20	Pretendo me especializar em hotelaria, organização de eventos e/ou marketing

Fonte: Participantes, Google Forms, Adaptado, 2022

11) Você já fez o Estágio Obrigatório?

Gráfico 12 – Participantes que realizaram estágio obrigatório.



Fonte: Participantes, Google Forms. 2022

Os participantes 4, 8, 17, 19 e 20 não concluíram o estágio obrigatório. Os demais foram encaminhados para a questão 11.1.

11.1) Em uma escala de 1 a 12, como foi sua experiência no Estágio Obrigatório?

Figura 9 - Escala de opções: Questão 11.1, parte 2.

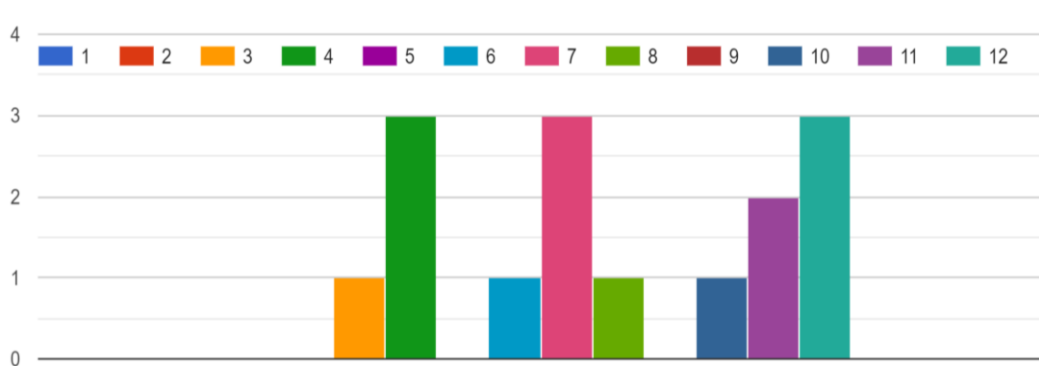
Ruim (Pontuação 1 a 3)	Regular (Pontuação 4 a 6)	Bom (Pontuação 7 a 9)	Ótimo (Pontuação 10 a 12)
Fiz estágio na primeira oportunidade que me apareceu, não tive interesse pela área, as condições de trabalho foram ruins. Tive vários problemas. Não indico.	Tenho pouco interesse pela área que estagiei, as condições de trabalho eram básicas, tive dificuldades. Talvez indicaria.	Tenho interesse na área, pude aprender algumas coisas com o estágio, tinha boas condições de trabalho, não tive muitas dificuldades. Indico.	Estagiei na área que mais tenho interesse, tive facilidade em dominar todas as tarefas, apesar dos desafios aprendi muito, faria tudo novamente. Há chance de contratação após o estágio. Indico



Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022

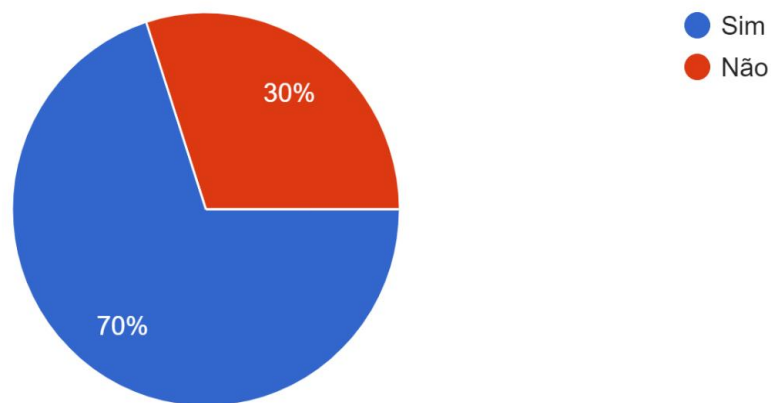
A média obtida foi 8, estando classificado como bom. O que aponta que a maioria dos participantes tiveram uma boa experiência. O participante 10 classificou sua experiência no estágio como ruim, os participantes 2, 5, 13 e 16 classificaram como regular, considerando que o 16 saiu do curso, existe a possibilidade do mesmo ter saído após o 5º período, pois, para o aluno ser liberado para realizar o estágio obrigatório é necessário concluir a disciplina de Estágio I, e a mesma pertence ao 4º período, e possui dois pré-requisitos (do 3º período) que dificultam o seu adiantamento.

Outra hipótese é que o estágio realizado pelo participante 16 não teve vínculo com a UFOP, o que anularia a sua resposta, e a média ficaria 8,1.

Gráfico 13 – Experiência de estágio.

Fonte: Participantes, Google Forms, 2022

12) Você já teve acesso a anúncios de vagas para Turismólogo através de sites de emprego e outros meios de comunicação?

Gráfico 14 – Acesso a anúncios de vagas de trabalho

Fonte: Participantes, Google Forms. 2022

Os participantes que responderam "não" foram encaminhados para a questão 13, os que responderam "sim" foram encaminhados para as questões 12.1, e 12.2. Os participantes que responderam "não" foram: 2, 3, 7, 14,19 e o 20.

12.1) Segundo a sua percepção sobre a oferta de vagas para Turismólogo, e considerando a experiência de outros estudantes do curso de Turismo - UFOP que conhece, você acha que o número de vagas ofertado em tais meios de comunicação é:

Figura 10 - Escala de opções: Questão 12.1, parte 2.

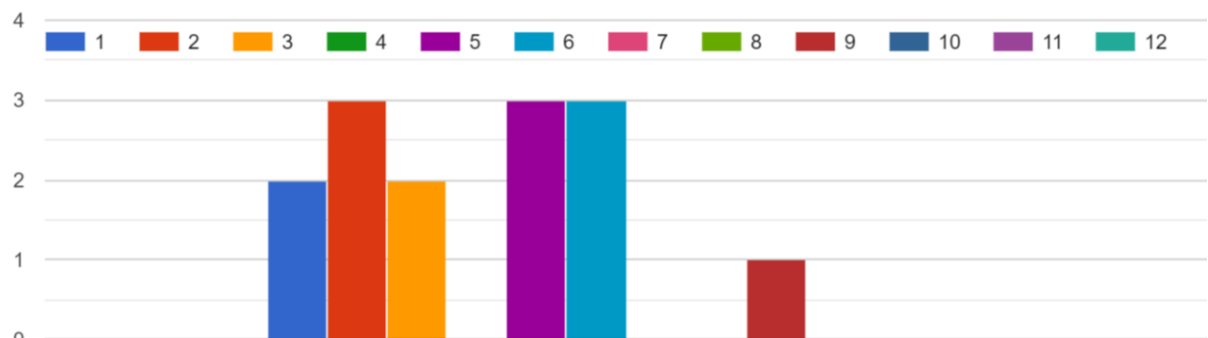
Ruim (Pontuação 1 a 3)	Regular (Pontuação 4 a 6)	Bom (Pontuação 7 a 9)	Ótimo (Pontuação 10 a 12)
Escasso a ruim, raramente se encontra vagas de trabalho. Beira o impossível ser contratado.	Baixo a mediano. com muita dificuldade pode ser empregado. Eu e a maioria dos graduandos e graduados que conheço temos dificuldade nisso.	Acessível a bom, consegue-se vaga, porém, ainda não comporta parte dos graduados que conheço. Consegue-se emprego com uma boa busca.	Ótimo a abundante, comporta a maior parte dos graduados que conheço com facilidade. Há grande chance de ser contratado



Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022

A média obtida foi 4, sendo assim, considera-se que em média os participantes entendem que o número de vagas ofertadas aos turismólogos é regular, ou seja, baixa a mediana. Apenas o participante 1 classificou como bom.

Gráfico 15 – Oferta de vagas de trabalho para turismólogos.



Fonte: Participantes, Google Forms. 2022

12.2) Sobre os requisitos para vagas de trabalho para Turismólogo, em uma escala de 1 a 9, qual nota você daria para o nível de exigência que instituições e estabelecimentos apresentam para além da Graduação?

Figura 11 - Escala de opções: Questão 12.2, parte 2.

Alto	Médio	Baixo
Somente a Graduação não tem sido o suficiente. Pedem requisitos que demoram ser adquiridos, tais como: fluência em língua estrangeira, experiência, especialização, entre outros.	Pedem a Graduação e mais alguns requisitos que podem ser adquiridos com certa facilidade, como cursos online, conhecimentos básicos, entre outros.	Somente a Graduação já é suficiente para gerar o interesse dos contratantes e a contratação em si.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022

A média obtida foi 3,8, classificando como alto, arredondando para 4 estaria classificado como médio. Apenas o participante 5 classificou como baixo, o mesmo já se graduou.

13) Quando te perguntam algo como: “O que é um(a) Bacharel em Turismo? O que é um(a) Turismólogo(a)? Com que trabalha? O que faz?”. Avaliando o tempo e aquilo que você responderia, você considera o nível da sua resposta:

A média obtida foi 6,2, o que aponta que em média os participantes possuem um desempenho regular ao realizar explicações acerca do Bacharel em Turismo e do seu campo de trabalho. Entende-se que os participantes 2, 7 e 12 conseguem realizar tais explicações com clareza e objetividade.

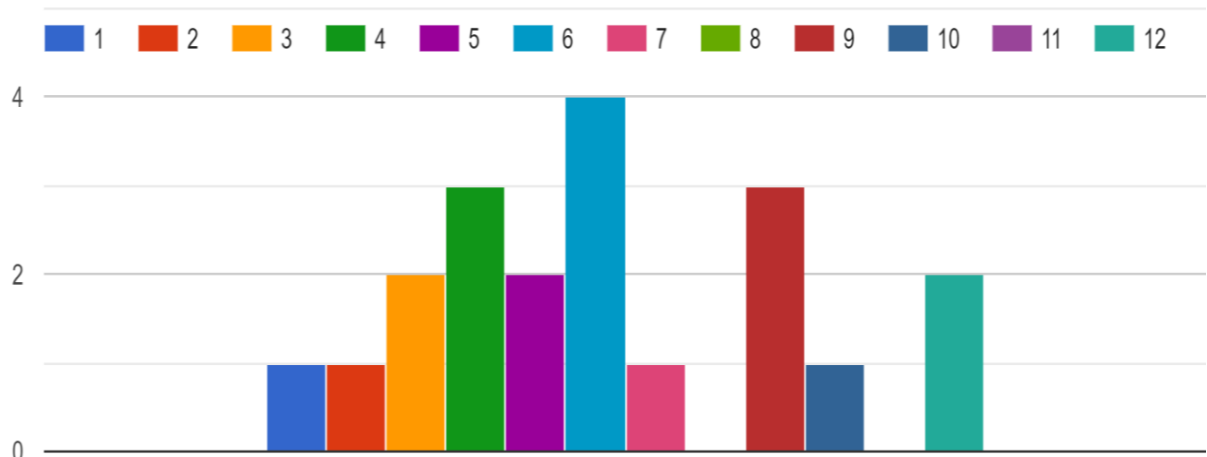
Figura 12 - Escala de opções: Questão 13 parte 2.

Ruim (Pontuação 1 a 3)	Regular (Pontuação 4 a 6)	Bom (Pontuação 7 a 9)	Ótimo (Pontuação 10 a 12)
Confusa e Insuficiente. Não consigo explicar muito bem, e acabo dizendo algo genérico ou relacionado ao senso comum sobre Turismo (viagem).	Demorada mas Satisfatória. A pessoa apresenta dúvidas a partir da minha primeira explicação, o que exige uma explicação mais longa. No final ela compreende o que é um(a) Bacharel em Turismo.	Breve e Satisfatória. A pessoa não demonstra muitas dúvidas a partir da minha primeira explicação e logo compreende o que é um(a) Bacharel em Turismo.	Clara e Objetiva. Com poucas palavras tiro a dúvida da pessoa e digo o que é ou o que faz um(a) Bacharel em Turismo.



Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022

Gráfico 16 – Clareza na explicação acerca do turismólogo



Fonte: Participantes, Google Forms. 2022

14) Qual sua expectativa em relação ao salário ao ingressar no mercado de trabalho?

Quadro 11 – Expectativas sobre o mercado de trabalho e salário

PART	RESPOSTA
1	Um salário no nível em que esperam de nós para os cargos e funções exigidas
2	Sei que de início poderá não ser tão boa, mas vou estar sempre em busca de algo que me satisfaça
3	Totalmente frustrante, devido a não regulamentação da profissão, não possuímos um piso salarial, e nem valorização dos salários, pois, acabamos muitas vezes indo para o subemprego
4	sinceramente a média de 1800
5	A partir de R\$2.000,00
6	Espero que seja um salário satisfatório
7	Baixa
8	Depende muito de qual ramo você vai seguir no turismo, pois o leque de áreas que você pode atuar é grande. Mas eu vejo que um salário de 4 a 5 mil justo dependendo do cargo.
9	baixa
10	Mantendo baixa
11	Atualmente estou recebendo, via MEI, cinco mil reais. Espero receber mais ao me formar e me especializar em gestão de projetos.
12	4.000,00
13	Visto que a profissão de turismólogo não é regulamentada, eu não tenho muitas expectativas sobre atuar no mercado e receber um bom salário.
14	Salário Condizente com a formação
15	Obviamente gostaria de uma boa remuneração, mas pelas vagas que tenho visto... as minhas expectativas estão bem baixas
16	Ganho muito bem, estou satisfeita
17	regular
18	Baixas expectativas. O salário é baixo, muitas exigências e a carga horária é alta.

19	Baixas nos cargos iniciais, altas nos cargos de gerência.
20	Minha expectativa é baixa

Fonte: Participantes, Google Forms – Adaptado 2022

Observa-se que nove participantes possuem uma expectativa baixa, alguns não deixaram claro em relação ao nível e valores. Os participantes 11 e 16 afirmam estar recebendo um salário satisfatório. Os participantes 4, 5, 8 e 12 esperam acima de um salário mínimo.

5.2.1 Matriz F.O.F.A

Considerando as respostas das questões anteriores, e analisando as respostas das questões 15 a 18 que visam investigar a perspectiva dos participantes em termos de Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças relacionadas ao curso de Bacharelado em Turismo - UFOP, busca-se confeccionar uma “Matriz F.O.F.A”.

A figura abaixo foi utilizada no formulário aplicado para apontar aos participantes os objetivos de cada item.

Figura 13 – Estrutura da Matriz F.O.F.A.

INTERNO (Acontece dentro do curso e da universidade)	EXTERNO (Acontece fora do curso e da universidade)
FORÇAS <ul style="list-style-type: none"> • O que fazemos bem? • O que de bom diferencia o nosso curso? • O que gosta no curso? • O que está bom dentro do curso? 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • O que pode ajudar o curso? • Quais recursos podemos usar a nosso favor? • Existe demanda por aquilo que podemos entregar?
FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none"> • O que pode melhorar? • O que te prejudica? • O que está com pouco desempenho? • O que enfraquece o curso? 	AMEAÇAS <ul style="list-style-type: none"> • Sobre o que está acontecendo à nossa volta, o que pode nos afetar? • Quais mudanças podem nos preocupar? • O que pode nos prejudicar?

Extraído de: Formulário produzido pelo Autor. 2022.

As Forças e as Fraquezas se referem a condições internas do curso, ou seja, aquilo que ocorre dentro do mesmo. As Oportunidades e as Ameaças se referem a condições externas, que não estão sob o controle do curso.

15) Cite abaixo FORÇAS do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP (Pontos positivos dentro do curso).

Quadro 12 – Forças.

PART	RESPOSTA
1	Gosto das atividades práticas , nelas eu consigo desenvolver mais meu lado criativo e o aprendizado fica mais interessante. Informações e estudo de várias áreas de atuação dentro da profissão de turismólogo.
2	Hospitalidade e competência dos professores
3	Professores qualificados
4	o curso tem uma boa base teórica política e social
5	Os docentes, área de pesquisa.
6	Ensino público, professores qualificados
7	Projetos de iniciação científica e empresa Junior
8	Uma forte parte teórica. Os assuntos tem um grande embasamento.
9	As poucas visitas técnicas que fazemos
10	Excelentes professores especialistas na área e ótima grade
11	Maior parte dos docentes serem turismólogos e turismólogas; grade que aborda várias áreas do turismo.
12	Abordagem profunda e completa acerca dos segmentos de ecoturismo e políticas públicas voltadas ao turismo; Bom relação interdisciplinar com as áreas de estatística e cálculo financeiro.
13	Ótimos professores/ empresa Jr.
14	Curso multidisciplinar, Excelentes professores, Abertura para atuar em outras áreas, Visão sobre políticas públicas aplicadas ao turismo.
15	Excelente professores
16	Zero

17	leva o nome da instituição UFOP, professores qualificados na área
18	Curso interdisciplinar, professores capacitados e alunos com interesses semelhantes.
19	Grade rica
20	Aprendizado excepcional que só no curso de turismo somos capazes de adquirir

Fonte: Participantes, Google Forms – Adaptado. 2022

16) Cite abaixo FRAQUEZAS do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP (Pontos negativos dentro do curso).

Quadro 13 – Fraquezas.

PART	RESPOSTA
1	Acho que ficamos muito na parte teórica , poderia ter mais atividades práticas,
2	falta de parte prática e “mão na massa”... algumas disciplinas puxam isso, mas no mercado não será só a teoria, precisamos saber na prática
3	O curso não capacita os alunos para atuar no mercado de trabalho
4	falta aplicação na prática, deixa a desejar
5	A grade curricular defasada
6	Poucas visitas técnicas, pouca prática
7	Muita teoria e pouca prática
8	Não te prepara de fato para o mercado de trabalho. Foca mais em quem quer seguir um caminho mais acadêmico.
9	Distanciamento entre a prática e a teoria
10	Pouco conteúdo prático
11	Algumas disciplinas obrigatórias de outros departamentos que o plano de aula não condiz com a realidade dos turismólogos e turismólogas, ficam só pra constar; alguns docentes não terem uma boa didática de ensino; pessoas que entram para mudar para o direito atrapalha muito.
12	Baixa aplicabilidade prática- falta de matérias práticas nas áreas de marketing, organização de eventos, patrimônio.
13	Poucos projetos que incentivem os alunos a ter maior contato com as diversas áreas que o turismo possibilita.

14	Pouca oferta de disciplinas sobre empreendedorismo, Dificuldade em encontrar estágios, falta de aprofundamento em disciplinas sobre gestão empresarial ou administrativa
15	Acho que tem algumas disciplinas muito boas no nosso curso que tratam mais da prática, porém elas tem uma carga horária muito baixa, sinto que o conteúdo é passado muito correndo e que poderíamos ter aprendido mais coisas. Um exemplo, é a disciplina de Viabilidade em Projetos turísticos.
16	Pode melhorar o conteúdo das disciplinas, pois, muitas não abordam o objeto do curso. Prejudica o fato que os professores não atuam no turismo, desconhecem a realidade da profissão. Falta de prática é o que falta
17	profissão não regulamentada
18	Poucas atividades interessantes e instigantes dentro do curso, poucas visitas técnicas, horário do curso podendo ser só a tarde e à noite
19	Baixo incentivo para demandas externas
20	O foco na área de patrimônio enfraquece as outras vertentes do curso

Fonte: Participantes, Google Forms – Adaptado 2022

17) Cite abaixo OPORTUNIDADES do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP (Pontos positivos fora do curso que podem nos beneficiar).

Quadro 14 – Oportunidades.

PART	RESPOSTA
.	
1	Expandir além do senso comum , visões e experiências , abrindo novos caminhos para as pessoas que investem no trabalho desses profissionais , aumentando assim a reputação e valorização desses profissionais .
2	Viagens e plano de carreira em grandes empresas
3	Ouro Preto ser uma cidade turística
4	existe pouca demanda na área de turismo mesmo, muitos vai trabalhar em outros setores
5	A universidade se encontrar na cidade de Ouro Preto.
6	Ej
7	Focar em áreas de gestão pública, uma vez que tem crescido a procura por turismólogos em secretarias de turismo.
8	Estudar um pouco mais na prática Assuntos mais voltados ao mercado de trabalho

9	Adequar o curso as leis
10	Variedade nas áreas de atuação
11	A cidade de Ouro Preto ser pequena e facilitar a rede de contatos; outros cursos da UFOP como história e museologia que podem colaborar na formação do futuro turismólogo ou turismóloga; o PPGTURPATRI; a pós em gestão do patrimônio do IFMG-OP;
12	Eventos culturais que acontecem na cidade como meio de promover a integração prática à disciplina de eventos/marketing; Região de Ouro Preto e entorno ser extremamente favorável em termos ambientais ao desenvolvimento de planejamento e estruturas para se explorar o ecoturismo (mto mal explorado/divulgado na região).
13	Casa de hóspedes, cidade turística e calendário de eventos da cidade, são oportunidades para os estudantes irem a prática ou estagiar.
14	Por ser um curso multidisciplinar é possível atuar em diversos seguimentos e até outra área.
15	Acho que uma força do nosso curso, é o fato da universidade estar em uma cidade turística, sendo assim temos um laboratório gigante. E que vale considerar, vai muito além do Patrimônio histórico.
16	Só o fato do curso acontecer em Ouro Preto é uma grande oportunidade, mas, não é aproveitada como laboratório
17	concursos públicos
18	A oportunidade fora do curso e que pode beneficiar o curso é a universidade estar dentro de uma cidade turística o que facilita e muito o contato com a área do turismo.
19	Trabalhos internacionais
20	Maior contato com turismólogos que realmente exercem a profissão

Fonte: Participantes, Google Forms – Adaptado 2022

18) Cite abaixo AMEAÇAS do curso de Bacharelado em Turismo - UFOP (Pontos negativos fora do curso que podem nos prejudicar).

Quadro 15 – Ameaças.

PART	RESPOSTA
.	
1	Outra pandemia , uma possível guerra mundial
2	Falta de oportunidade para pessoas que tem formação específica no curso de Turismo
3	Outros cursos mais interessantes na UFOP

4	governos Bolsonaro que cortou muito investimento na área da educação e impossibilita de modo geral que o curso possa ter recursos para uma melhor aplicação na prática
5	A pouca diversidade de estágio na cidade.
6	Concorrência
7	matérias de outros cursos que não tem funcionalidade, uma vez que são materias generalizados e não há metodologia voltada para aplicação personalizada na área do turismo.
8	Muito mal falado.
9	falta de reconhecimento e de demanda por esse profissional
10	A não regulamentação da profissão
11	a difícil inserção no mercado de trabalho me diferentes áreas além da hotelaria
12	Baixa adesão ao curso como opção a se cursar; diminuição da procura pelo curso devido a necessidade de maior aplicabilidade ao mercado; queda na qualidade do ensino médio (e queda no ingresso desses à faculdade).
13	Qualidade de outros cursos de turismo (concorrência)
14	Pessoas que não são formadas atuando como Turismólogos ou em seguimentos que envolvem o Turismo.
15	Acredito que uma ameaça, é a questão de supostamente a nossa função ser facilmente substituída por outros profissionais
16	Apos a pandemia muitos destinos estão se profissionalizando com seriedade, o curso UFOP ficou pra tras
17	trabalho informal
18	Falta de reconhecimento do mercado.
19	Falta de regulamentação, reconhecimento e oportunidades
20	A falta da regulamentação da profissão de turismologo é algo que ameaça e prejudica muito

Fonte: Participantes, Google Forms – Adaptado 2022

Identificou-se alguns padrões nas respostas dos participantes, buscou-se reduzir as respostas em frases curtas e palavras, notou-se a reincidência de alguns termos. Em alguns casos apenas um participante fez determinado apontamento. Deseja-se considerar todos os participantes, entretanto, pode haver a exclusão de determinados apontamentos devido a sua semelhança com outros termos. A interpretação do autor pode gerar algum ruído em relação à representação dos dados

obtidos.

Sendo assim, no quadro a seguir apresenta-se os termos identificados na percepção do autor, o próximo passo foi categorizá-los na “Matriz F.O.F.A”.

Quadro 16 – Redução das respostas

Atividade Prática	Pouca Prática	Diversidade	Regulamentação
Docentes	Relação com o Mercado	Leis	Inserção no Mercado
Interdisciplinaridade	Aplicação	Network	Reconhecimento do Curso
Base Teórica	Relação entre Prática e Teoria	Ecoturismo em OP	Reputação do Curso
Políticas Públicas	Pouco Empreendedorismo	Casa de Hóspedes	Pandemia
Empresa Júnior	Relações Externas	Concursos Públicos	Trabalho Informal
Projetos	Ouro Preto	Pandemia	Substituição do Turismólogo
Visitas Técnicas	Cidade Histórica	Guerra	Trabalhos Internacionais
Grade Curricular	Cidade Turística	Governo	Absorção de Egressos no Mercado
Aprendizado	Gestão Pública	Corte de Verba	Competitividade
Hospitalidade	Secretarias de Turismo	Concorrência	Variedade na oferta de Estágio
Destinos não Profissionalizados.	Graduados de outras Áreas	Baixa Adesão ao Curso	Multidisciplinaridade
Área de Pesquisa	Ensino Público		

Fonte: Autor com base nas respostas dos participantes. 2022

Buscou-se tratar os dados com imparcialidade, no entanto, não se desconsidera possíveis ruídos na apresentação dos resultados. Devido a isso, alguns termos estão presentes em mais de um quadrante, como o caso das Atividades Práticas, onde entende-se que podem ser uma força presente no curso para alguns participantes, no entanto, ainda são consideradas poucas por outros participantes.

Busca-se no presente trabalho se ater ao caráter investigativo, onde, por vezes, são apresentados alguns pressupostos e algumas hipóteses, assim como, algumas correlações entre as questões e os participantes. Demais observações estarão presentes em considerações finais.

A pesquisa realizada no presente trabalho visa contribuir para futuros debates

acerca das contribuições do ensino no exercício da profissão do turismólogo, assim como, orientar trabalhos futuros e os indivíduos que possuem interesse em ingressar no curso de Bacharelado em Turismo UFOP.

Quadro 17 – Matriz F.O.F.A.

FORÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Docentes; ● Base Teórica; ● Abordagem sobre Políticas Públicas; ● Empresa Júnior; ● Visitas Técnicas; ● Aprendizado; ● Hospitalidade; ● Grade Curricular; ● Atividades Práticas. ● Qualificação dos Docentes; ● Docentes Turismólogos; ● Interdisciplinaridade; ● Multidisciplinaridade; ● Abordagem sobre Patrimônio; ● Área de Pesquisa; ● Ensino Público. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ouro Preto; ● Cidade Histórica; ● Cidade Turística; ● Outros Setores; ● Gestão Pública; ● Secretarias de Turismo; ● Adequação às Leis; ● Diversidade; ● Network; ● Ecoturismo em Ouro Preto; ● Casa de Hóspedes; ● Concursos Públicos; ● Trabalhos Internacionais.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Pouca Prática; ● Relação com o Mercado; ● Aplicação do curso; ● Relação entre Prática e Teoria; ● Pouco Empreendedorismo; ● Pouca Relação Externa; ● Pouco Aprofundamento em Gestão Empresarial; ● Pouco Aprofundamento em Gestão Administrativa; ● Defasagem na Grade; ● Capacitação para atuar no Mercado; ● Disciplinas com carga horária baixa. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pandemia; ● Governo; ● Guerra; ● Baixa Absorção de Egressos pelo Mercado; ● Cortes de Verba; ● Pouca Diversidade em Estágio; ● Concorrência; ● Reputação do Curso; ● Reconhecimento do Mercado; ● Profissão não Regulamentada; ● Trabalho Informal; ● Substituição do Turismólogo por outros Profissionais; ● Queda da Qualidade no Ensino Médio; ● Destinos não profissionalizados; ● Graduados em outras Áreas; ● Baixa Adesão ao Curso.

Fonte: Autor com base nas respostas dos participantes. 2022

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Identificou-se algumas relações entre o levantamento bibliográfico apresentado nos capítulos 1 e 3 e os resultados da pesquisa, apresentados no capítulo 4.

Entende-se que alguns participantes possuem dificuldades em descrever o Bacharel em turismo e o seu campo de trabalho, a complexidade no turismo e sua abrangência podem ser um dos motivos, assim como a confusão conceitual no turismo abordada por Pakman (2014).

O turismo está relacionado a inúmeros fatores, sendo assim, pode sofrer certas ameaças, como: desdobramentos econômicos, sociais, culturais e naturais, que afetam diretamente e indiretamente a atividade turística. O aumento dos preços de produtos e serviços básicos como alimentação, moradia, transporte, vestuário e saúde, pode afetar a renda dos indivíduos, logo, determinadas práticas turísticas podem se limitar a pessoas com maior poder aquisitivo, tirando das pessoas com menor renda a chance de viajar, se hospedarem em estadias maiores, consumirem, etc.

Segundo alguns participantes, outros fatores podem ameaçar o curso de Bacharelado em Turismo UFOP, e o Turismo no geral, como: a pandemia do Covid-19 que teve início em 2020; Guerras como a da Rússia e Ucrânia que se intensificou em 2022; o atual Governo; e cortes de verba para universidades.

A Lei nº 12.591 (BRASIL, 2017): “Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício”. A mesma pode ser considerada uma fonte de referência, apontando algum direcionamento às instituições de ensino e ainda orientar os indivíduos que buscam ingressar no curso de Bacharelado em Turismo.

Algumas disciplinas do curso de Bacharelado em Turismo UFOP, podem estar relacionadas diretamente ou indiretamente com atividades apresentadas na Lei nº 12.591 (BRASIL, 2017), conforme exposto no quadro 17, o que não significa que o curso está se adequando à lei, ou mesmo que seja obrigado a fazer isso.

Algumas atividades presentes na Lei são muito abrangentes, como “gerir e planejar” por exemplo. Realizou-se o exercício de associar determinadas disciplinas do curso de Bacharelado em Turismo UFOP, as atividades apresentadas na Lei nº12.591, entretanto, devido à falta de especificação na Lei alguns apontamentos

podem ser considerados uma hipótese.

QUADRO 18 - Disciplinas relacionadas diretamente ou indiretamente a Lei nº 12.591.

ELETIVAS	OBRIGATÓRIAS
Marketing II	Marketing I
Empreendedorismo	Teoria Geral da Administração
Planejamento Estratégico	Organização de Eventos
Gestão Pública Contemporânea	Gerência de Recursos Humanos
Prática em Eventos	Gestão e Transporte no Turismo
Administração Hoteleira I e II	Planejamento e Organização do Turismo I e II
Planejamento Interpretativo	Estudo de Viabilidade de Projetos Turísticos.

Fonte: Autor. 2022

Para os participantes da pesquisa, a contribuição do curso para o exercício da profissão de turismólogo segundo a Lei nº 12.591 está classificada como regular, considerando a média das respostas. No entanto, foram realizadas algumas ressalvas em virtude de alguns ruídos presentes na pesquisa, como por exemplo: o baixo número de participantes em relação ao alcance da divulgação do formulário; o caso do participante 16 que saiu do curso e não foi investigado o período que isso ocorreu; e a diversificação das respostas, considerando que um número maior de participantes poderia reforçar algum padrão, e relevar outros apontamentos.

O título turismólogo não é dado somente ao Bacharel em Turismo, sendo assim, identificou-se que a substituição do turismólogo (entende-se Bacharel em Turismo) por profissionais graduados em outras áreas no mercado de trabalho no turismo é uma ameaça ao curso.

Entende-se que o mercado de trabalho no turismo é de grande abrangência, e que o turismólogo desenvolve no curso a capacidade de intervir na atividade turística em prol da sua qualidade e da sua sustentabilidade, mas que o número de vagas de trabalho que dão essa oportunidade é baixo, e as poucas vagas são muito concorridas.

O nível de requisito para preencher as vagas de trabalho no turismo segundo os participantes é médio para alto, dependendo do cargo as empresas cobram (além da graduação) experiência de trabalho e outras habilidades difíceis de se adquirir a curto prazo, como fluência em língua estrangeira.

Grande parte dos trabalhos percebidos no turismo são operacionais segundo os autores: Pimentel e Paula (2014), Menezes e Célia (2020), Paula e Carvalho e Pimentel (2017). Pressupõe que o nível operacional por vezes é atribuído a conotações negativas e se distancia do que se interpreta da Lei nº 12.591.

Os estudantes no geral identificam a força do trabalho operacional no turismo, e a partir disso, pode ocorrer uma quebra de expectativa, onde os mesmos não se identificam com determinados cargos.

Alguns participantes apontaram uma baixa expectativa em relação ao salário do Bacharel e ao mercado de trabalho. Identificou-se entre as ameaças apontadas, o fato do turismólogo não possuir uma regulamentação de trabalho, outros participantes apontaram que o turismólogo não é reconhecido.

Grande parte dos participantes desejam realizar uma especialização após concluir a graduação. Entende-se que a abordagem do turismo por meio da segmentação contribui para identificação de carreiras no turismo.

Alguns participantes apontaram que o curso não prepara os alunos para o mercado de trabalho. Outros participantes demonstraram interesse no setor público, a abordagem do curso sobre Políticas Públicas foi classificada como uma força.

A matriz curricular motivou alguns participantes a ingressarem no curso, para alguns participantes a mesma é considerada uma fraqueza, para outros, uma força, sendo assim, entende-se que cada aluno possui os próprios interesses, sendo assim, a sua identificação com a matriz pode estar relacionado a isso.

Sabe-se que a matriz curricular aborda diversas áreas, alguns participantes apontam que a carga horária de determinadas disciplinas é baixa, logo, não é possível avançar além do que a carga horária permite. Entende-se que os estudantes ao longo do curso vão descobrindo por afinidade as áreas que gostariam de se aprofundar.

Ainda sobre a matriz curricular, alguns participantes sentem falta de aprofundamento em algumas áreas, como gestão empresarial e administrativa, e marketing. Observa-se a presença de duas disciplinas relacionadas a marketing, e para alguns participantes, o curso contribui em um nível bom e ótimo nesta área. Gera-

se a hipótese de que os estudantes estão superestimando certas disciplinas, não ignorando a possibilidade de haver pouca procura por determinadas eletivas e/ou um baixo comprometimento por parte do aluno, portanto, essa questão não envolve apenas a qualidade do ensino oferecido pela instituição,

Contudo, entende-se que o curso de Bacharelado em Turismo possui certas limitações, em razão dos limites da graduação e da própria dinâmica do turismo, sendo este um fenômeno complexo e abrangente.

Contudo, o presente estudo não identificou somente as forças e oportunidades presentes no curso de Bacharelado em Turismo, foi identificado também algumas fraquezas e ameaças, segundo a perspectiva de alunos do curso.

Considera-se que o curso de Bacharelado em Turismo UFOP, contribui para o exercício da profissão de turismólogo:

- Por meio de suas forças e oportunidades;
- Ajudando-o a compreender o fenômeno do turismo;
- Abordando diferentes segmentos no turismo;
- Introduzindo o aluno em diferentes áreas;
- Ajudando-o a identificar os desafios presentes no campo de trabalho no turismo;
- Abrindo oportunidades dentro da Universidade.

Mesmo diante certos desafios, trabalhou-se os dados obtidos da forma pretendida e concluiu-se o presente estudo.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, Paulo. **Turismo e processo de urbanização: desafios na preservação do patrimônio natural e cultural**. Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica Vol. VII, nº2, Rio de Janeiro, ABR. 2012.

BARROS, Oliveira Marcelo; SILVA, Sibeles Castro; GRANERO, Arlete Eni; FILHO, Hélio Braga. **O Desenvolvimento do Turismo: Uma visão sistêmica**. Anais do 4º Congresso Brasileiro de Sistemas – Centro Universitário de Franca Uni-FACEF – 29 e 30 de outubro de 2008. Disponível em: <<http://www.unirio.br/acessibilidadeunirio/cch/escoladeturismologia/pasta-virtuais-de-docentes/joice-lavandoski/planejamento-e-organizacao-em-turismo-pot/Barros%20et%20al.%202008.pdf>>.

BENI, Carlos Mario; MOESCH, Marutscka. **Do discurso da Ciência do Turismo para a Ciência do Turismo**. Revista Turismo & Desenvolvimento. Nº 25. p. 9-30. e-ISSN 2182-1453. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Quem é o Turismólogo?** 2016. Disponível em: <<http://antigo.turismo.gov.br/ultimas-noticias/6181-quem-e-o-turismologo.html>>.

BRASIL. Planalto. Lei 12.591, 18 DE JANEIRO DE 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12591.htm>.

BRASIL. Planalto. Lei nº 11.771, Artigo 21. 17 DE SETEMBRO DE 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>.

HERZER, Rodrigo; LESCURA, Carolina; FILHO, Ari Fonseca. **O bacharel em turismo e a gestão pública municipal: uma discussão dos concursos público nos estados de MG, RJ e SP**. Anais do Seminário da ANPTUR – 2016.

MARTONI, Rodrigo Meira; ALVES, Kerley dos Santos. **As Condições da Classe Trabalhadora em Atividades Características do Turismo: Especificidades e Tendências Socioprodutivas**. Rosa dos Ventos, vol. 11, núm. 1, 2019
Universidade de Caxias do Sul, Brasil Disponível em:
<<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473559029014>>

MARTONI, Rodrigo Meira. **Trabalho Produtivo no Turismo e as Aventuras Laborativas do “Cortês Trabalhador”**. Espaço & Geografia, Vol.15, No 1 - 2012, 49:89 ISSN: 1516-9375.

MELIANI, Paulo Fernando. **Pensando o trabalho no turismo: sobre servilismo e precarização das relações trabalhistas na prestação de serviços turísticos**. Especiaria - Cadernos de Ciências Humanas. v. 14, n. 26, jan./jun. 2015, p. 95-117. Disponível em: <<https://periodicos.uesc.br/index.php/especiaria/article/view/1053>>.

MENEZES, Paula Dutra Leão de; CÉLIA, Regina Teixeira. **As representações sociais do Bacharel em Turismo: Formação, conhecimento e identidade**. UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA, MAMANGUAPE, PARAÍBA, BRASIL. 2020.

NAKASHIMA, Sérgio Kaoru; CALVENTE, M. del C. M. H. **A História do Turismo: epítome das mudanças**. Turismo & Sociedade (ISSN: 1983-5442). Curitiba, v. 9, n. 2, p. 1-20, maio-agosto de 2016.

NETTO, Alexandre Panosso. **O que é Turismo. Coleção primeiros passos**. Editora e livraria brasiliense. São Paulo – SP. Primeira edição. 2010.

NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz Gonzaga. **Cenários do Turismo Brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009. – (Série turismo).

OLIVEIRA, Alex Rodrigues. **Considerações sobre a tipologia do turismo brasileiro**. Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Revista Eletrônica de Geografia, v.9, n.1, p. 12-23, jan./abr. 2018.

PAKMAN, Elbio Troccoli. **Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico.** In: Anais do XI Seminário 2014 da ANPTUR, Fortaleza, 2014. Disponível em:
<<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/34.pdf>> Acesso em: 10 mar. 2021.

PARENTE, Giovana. **Turismo de Negócios no Espírito Santo.** Observatório do Turismo do Estado do Espírito Santo. 2016. Disponível em:
<<https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Publicacoes/Outras/Monografias/GiovanaParente.pdf>>.

PATRUCCO, Luis Gustavo; BARRETTO, Margarita. **O terceiro Setor no Turismo: o caso da Câmara de Turismo de Rio Grande do Sul (Brasil).** Turismo em Análise, Vol.22, n.2, agosto de 2011.

PAULA, Sara Conceição de; CARVALHO, Fabíola Cristina Costa de; PIMENTEL, Thiago Duarte. **Definição de Competências Laborais em Turismo: implicações sobre o perfil profissional.** Rev. Latino-Am. Turismologia / RELAT, Juiz de Fora, v.3, n.2, pp.63 –69, Jul./Dez. 2017.

PENA, Rodolfo F. Alves. **Setor Terciário.** PreParaEnem. Disponível em:
<<https://www.preparaenem.com/geografia/setor-terciario.htm>>. Acesso em: 28/05/2022.

PIMENTEL, Thiago Duarte; PAULA, Sara Conceição de. **A inserção profissional no mercado de trabalho face às habilidades adquiridas na formação superior em turismo.** Revista de Turismo Contemporâneo – RTC, Natal, v. 2, n. 1, p. 49-73, jan./jun. 2014.

PIMENTEL, Thiago Duarte; PAULA, Sara Conceição de. **Autodiagnose da formação superior e qualificação profissional em turismo: Pistas para uma (necessária) reorientação?** Revista Turismo e Desenvolvimento. RT&D. N.º 21/22. 2014.

PROETTI, Sidney. **As Pesquisas Qualitativa e Quantitativa como Métodos de Investigação Científica: Um estudo Comparativo e Objetivo**. Revista Lumen - ISSN: 2447-8717. v. 2, n. 4, 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/fabio/Downloads/60-227-1-PB.pdf>.

SILVA, Wellington Souza. **Mercado de Trabalho**. IPP - Instituto Profissionalizante Paulista. s.d. Disponível em: <<https://www.ipp.org.br/main/index.php/mercado-de-trabalho/378-mercado-de-trabalho>>.

SABER-FAZER. *In*: Dicionário online Priberam da Língua Portuguesa. 2008-2021, Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/saber-fazer>> Acesso em 15/05/2022.

SILVEIRA, Carlos Eduardo; MEDAGLIA, Juliana; NAKATANI, Marcia Shizue Massukado. **O mercado de trabalho dos egressos de cursos superiores em turismo: comparações dos dados de 2012 – 2018**. RBTUR, São Paulo, 14 (2), p. 83-94, maio/.ago. 2020.

TOMAZONI, Edegar Luis. **Educação Profissional em Turismo. Cria-se Mercado pela Formação?** Turismo em Análise, v. 18, n. 2, p. 197-219, novembro 2007.

UFOP. Matriz Curricular. Curso de Bacharelado em Turismo. Departamento de Turismo.

Escola de Direito, Turismo e Museologia. Ouro Preto - MG. Brasil. Disponível em: <<https://turismo.ufop.br/graduacao/matriz-curricular>>. Acesso em: 01/06/2022.

UFOP, Turismo. **Sobre o Curso de Turismo**. Curso de Bacharelado em Turismo. Departamento de Turismo.

Escola de Direito, Turismo e Museologia. Ouro Preto - MG. Brasil. Disponível em: <<https://turismo.ufop.br/graduacao/o-curso>> Acesso em: 28/05/2022.