



Governo do Estado do Rio Grande do Norte
Secretaria de Estado da Educação, da Cultura e do Desporto - SEED
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN
CURSO DE TURISMO

ERICK MIKE DA SILVA

**ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS EGRESSOS EM TURISMO FORMADOS PELA
UERN - CAMPUS NATAL NO MERCADO DE TRABALHO**

Natal/RN
2019

ERICK MIKE DA SILVA

**ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS EGRESSOS EM TURISMO FORMADOS PELA
UERN - CAMPUS NATAL NO MERCADO DE TRABALHO**

Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN - como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

ORIENTADOR: Prof. Dr. Marco Antônio Cavalcanti da Rocha Junior.

Natal/RN
2019

© Todos os direitos estão reservados a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

**Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.**

S586a Silva, Erick Mike da
ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS EGRESSOS EM
TURISMO FORMADOS PELA UERN - CAMPUS NATAL
NO MERCADO DE TRABALHO. / Erick Mike da Silva. -
Natal, 2019.
68p.

Orientador(a): Prof. Dr. Marco Antônio Cavalcanti da
Rocha Junior.
Monografia (Graduação em Turismo). Universidade do
Estado do Rio Grande do Norte.

1. Turismo. 2. Egressos. 3. Mercado de trabalho. 4.
Turismólogos. 5. Formação acadêmica. I. da Rocha Junior,
Marco Antônio Cavalcanti. II. Universidade do Estado do
Rio Grande do Norte. III. Título.

ERICK MIKE DA SILVA

**ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS EGRESSOS EM TURISMO FORMADOS
PELA UERN - CAMPUS NATAL NO MERCADO DE TRABALHO**

Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN - como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Local, ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marco Antônio Cavalcanti da Rocha Junior
Orientador
Departamento de Turismo - UERN

Prof. Dr. Sidcley D'sordi Alves Alegrini da Silva
1º Examinador
Departamento de Turismo - UERN

Prof.^a Dra. Rouseane da Silva Paula Queiroz
2º Examinador
Departamento de Turismo – UERN

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, autor de meu destino, meu guia, a Santíssima Virgem Maria socorro presente na hora da angústia e minha mãe por nunca desistir de mim, família e amigos.

AGRADECIMENTOS

Foram tantos desafios que enfrentei durante esse período. Pensei várias vezes em desistir, buscar outros caminhos, mas isso não seria ser eu. Fiquei longe da universidade durante alguns anos, mas com esse sentimento de dever não cumprindo me trouxe até aqui com mais força de vontade e garra.

Agradeço a Deus por sempre me sustentar nos momentos difíceis e a Maria Santíssima por me acalantar nos braços.

Agradeço a minha mãe, mulher forte, nordestina e lutadora que enfrentou muito desafios para dar o melhor para os filhos e sempre ensinar que o melhor caminho é o estudo.

Ao meu orientador Marco, que acreditou em mim, me orientou de uma maneira maravilhosa, me animou e não me deixou desistir. É um exemplo de profissional, e um exemplo de docente. A sua esposa Tatiana que me deu muitas dicas valiosas.

Ao professor Dr. Sidcley D'sordi Alves Alegrini da Silva e ao professor Dr. Antonio Rufino da Costa, que aceitaram compor minha banca, e me deram muitas instruções de aperfeiçoamento deste trabalho.

Não poderia esquecer da professora Dr^a. Rouseane da Silva Paula que mesmo com uma perda familiar ministrou suas aulas da disciplina de monografia de maneira magnífica, sempre disposta a tirar as dúvidas e conselhos incríveis.

Quero agradecer aos amigos que fiz nesta caminhada universitária. Não vou citar nomes para não ser injusto e esquecer de ninguém. Deixo um forte abraço a todos.

RESUMO

A presente monografia consiste na análise e discussão sobre a atuação dos bacharéis do curso de Turismo formados pela Universidade do Estado Rio Grande do Norte – UERN, Campus Natal, no mercado de trabalho. O objetivo geral é analisar se o mercado de trabalho absorve estes profissionais. A metodologia a ser empregada para o desenvolvimento da pesquisa teve uma abordagem qualitativa, e quanto ao tipo de estudo foi caracterizado como estudo de caso. A recolha dos dados se deu através de um questionário com questões abertas e fechadas, que foi aplicado a um grupo de Turismólogos formados entre os semestres de 2012.1 a 2018.1. Esta pesquisa visou contribuir para que a referida Instituição de Ensino observe a matriz curricular de ensino do curso de Turismo, tendo em conta as constantes mudanças do mercado turístico. Os resultados foram obtidos por meio da aplicação de questionário aos egressos do curso, foram localizados 119 egressos através das redes sociais, haja visto que a UERN não disponibilizou os dados para a pesquisa, e desses, 49 responderam ao questionário. Após a análise dos questionários, observou-se um baixo interesse dos egressos em atuar na atividade turística, principalmente pela questão do mercado de trabalho que ao invés das empresas do ramo terem turismólogos preferem dar oportunidade a formados em outra área. Todos os respondentes opinaram que o turismólogo não tem o seu valor reconhecido pelo mercado de trabalho, mesmo nosso Estado tendo um grande potencial turístico.

Palavras-chave: Turismo. Egressos. Mercado de trabalho. Turismólogos. Formação acadêmica.

ABSTRACT

The present monograph consists in the analysis and discussion about the performance of the bachelors of the Tourism course graduated by the Rio Grande do Norte State University - UERN, Campus Natal, in the job market. The general objective is to analyze if the labor market absorbs these professionals. The methodology to be employed for the development of the research had a qualitative approach, and as to the type of study was characterized as a case study. Data were collected through a questionnaire with open and closed questions, which was applied to a group of Turismologists trained between the semesters of 2012.1 to 2018.1. This research aimed to contribute for the said Educational Institution to observe the curriculum of teaching of the Tourism course, taking into account the constant changes of the tourist market. The results were obtained by applying a questionnaire to the graduates of the course, were found 119 graduates through social networks, since the UERN did not provide the data for the research, and of these, 49 answered the questionnaire. After analyzing the questionnaires, there was a low interest of graduates to work in tourism, mainly because of the labor market issue that instead of companies in the field have turismologists prefer to give opportunity to graduates in another area. All respondents opined that the tourist tourism is not recognized for its value by the labor market, even though our state has great tourism potential.

Keywords: Tourism. Graduates. Labor market. Turismologists. Academic training.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Respondentes por semestre.....	40
Quadro 2: Curso feito após a graduação.....	42
Quadro 3: Egressos que atuam na atividade turística.....	43
Quadro 4: Hoje você trabalha com alguma atividade ligada ao Turismo?.....	44
Quadro 5: Identificação da média salarial.....	45
Quadro 6: Caso você NÃO trabalhe na atividade turística, qual o motivo?.....	45
Quadro 7: Por qual motivo o turismólogo não é reconhecido?.....	46
Quadro 8: Como você avalia o curso de Turismo da UERN/CAN?.....	46
Quadro 9: Estrelas atribuídas ao corpo docente da UERN/CAN.....	48
Quadro 10: Motivo de não indicar o curso de Turismo.....	49
Quadro 11: Sugestão de melhoria.....	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	JUSTIFICATIVA	13
1.2	OBJETIVOS	16
1.2.1	Objetivo geral.....	16
1.2.2	Objetivos específicos:	16
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1	BREVE HISTÓRIA DO TURISMO.....	17
2.2	BREVE HISTÓRIA DO TURISMO NO BRASIL.....	20
2.3	BREVE HISTÓRIA DO TURISMO NO RIO GRANDE DO NORTE	25
2.4	A CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO DO TURISMO.....	29
2.5	O PERFIL PROFISSIONAL DO TURISMÓLOGO.....	31
2.6	O ENSINO SUPERIOR EM TURISMO NO BRASIL.....	33
2.7	BACHARELADO EM TURISMO NA UERN	35
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	37
3.1	TIPO DE ESTUDO	37
3.2	UNIVERSO DA PESQUISA	38
3.3	COLETA DE DADOS	38
3.4	TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS	38
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	40
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
	REFERÊNCIAS.....	54
	APÊNDICE A.....	57
	ANEXO 1.....	62
	ANEXO 2.....	67

1 INTRODUÇÃO

O Turismo, no contexto mundial contemporâneo, é uma das mais importantes atividades econômicas. É um fenômeno socioeconômico e cultural, que constrói e transforma localidades, gerando, além de renda, intercâmbios de pessoas e de culturas, embora de ter como princípio básico para sua ocorrência o deslocamento de pessoas, não se restringe a isso.

O conceito de turismo é um pouco controverso segundo os vários autores que tratam desse assunto. O turismo está relacionado com as viagens, porém não são todas as viagens que são consideradas como turismo. O conceito de turismo implica a existência de recursos naturais e/ou culturais e infraestrutura.

Um significado técnico de turismo é estabelecido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), que considera o turismo como “(...) as atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permaneçam por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros motivos” (OMT, 2003, p. 20). São diversas as motivações que levam pessoas a se deslocarem, o que vem dando espaço a novas segmentações, a saber: turismo de negócios, religioso, cultural, de saúde entre outros.

Jafar Jafari apresenta outra definição holística de turismo. Para ele o turismo “é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora” (JAFARI *apud* BENI, 2002, p. 36).

A atividade turística demanda uma série de equipamentos, tecnologia, recursos humanos, infraestrutura turística e de apoio e outros tantos recursos para que possa ser desenvolvida com qualidade. O produto turístico é caracterizado no mercado como complementar, uma vez que é consumido com outros produtos, que se complementam entre si, originando o produto turístico integrado.

Trata-se de uma atividade do setor de serviços, na qual os recursos humanos são de extrema importância na fomentação dos produtos e serviços comercializados no setor. Fazendo uso desses recursos para atender ou superar as expectativas dos que estão cada vez mais exigentes e conhecedores dos seus direitos. Portanto, é necessário que os recursos humanos neste setor sejam compostos por profissionais qualificados para atuarem com responsabilidade e profissionalismo, para prestarem um serviço de qualidade.

Observa-se que as atividades turísticas tiveram crescimento e importância na economia e conseqüentemente no aspecto social, como geradora de renda e emprego e em 1971 foi criado

o primeiro curso de Turismo no Brasil pela Faculdade Anhembí Morumbi, hoje Universidade Anhembí e reconhecido no ano de 1974. Ainda que o turismo seja um grande propulsor do crescimento econômico, gerando receitas, beneficiando e tornando as economias mais dinâmicas, a atividade não gerou somente efeitos positivos; vários impactos negativos foram sendo constatados. Com isso, a preocupação de um melhor planejamento e organização do turismo, para minimizar os impactos negativos (como degradação dos recursos naturais e problemas socioculturais), tornou-se indispensável.

Embora o turismo tenha grande importância econômica, as ações para promover a qualificação profissional estão direcionadas ao nível técnico e operacional. A ampla concorrência que o turismólogo¹ enfrenta é muito grande, pois, irá concorrer contra com profissionais das mais diversas áreas. Profissionais formados em áreas como administração, marketing, economia, etc, podem atuar nas mesmas atividades previstas aos formados em Turismo, devido a atividade turística ter características multi e interdisciplinar.

Esta pesquisa busca entender quais os motivos que levam os egressos do curso de Turismo a ingressarem ou não ingressarem, permanecerem ou saírem da atividade turística. E, desse modo, trazer contributos à melhoria da graduação ofertada pela UERN² no campus Natal.

¹ O termo “turismólogo” será utilizado no presente trabalho para designar os Bacharéis em Turismo.

² A sigla UERN será utilizada para se referir a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

1.1 JUSTIFICATIVA

O tema proposto para esta monografia surgiu de inquietações durante o processo da graduação no curso de Turismo da UERN, ao perceber a desvalorização que enfrentam os egressos no amplo mercado de trabalho, sendo este, um dos possíveis motivos para muitos turismólogos não atuarem na área; despertou então, a curiosidade de entender os motivos destes não seguirem a carreira profissional na atividade turística, já que o Estado do Rio Grande do Norte tem uma forte representação como polo receptivo de turistas nacionais e internacionais.

A presente pesquisa é justificada pela importância de verificar se a formação do curso de Turismo ofertado pela UERN qualifica seus formandos para as necessidades atuais da atividade turística local, no intuito de analisar e propor melhorias para essa relação entre a formação de turismólogos e o mercado de trabalho.

No convívio acadêmico com estudantes e profissionais formados em Turismo é possível verificar que muitos deles criticam a falta de reconhecimento de sua profissão no mercado de trabalho, sentem-se injustiçados quando são encarregados de realizar tarefas que não condizem com a preparação obtida em sua formação acadêmica, e muitos também passam por situações nas quais as pessoas, no geral, demonstram não conhecer as funções realizadas por um turismólogo, ou, quando têm ideia formada a este respeito, esta difere das finalidades para as quais os alunos de Turismo são formados.

Um exemplo comum desse equívoco é a ideia de que ser turismólogo corresponde a atividade profissional de Guia de Turismo, sendo que para se tornar um Guia de Turismo é necessário fazer um curso técnico específico para exercer essa função, que é regularizada e reconhecida pelo Ministério do Turismo. Outro exemplo do desconhecimento acerca da profissão de turismólogo são as reações diante de alguém que pretende cursar turismo, tais como, “Vai ser turista!” ou “Só vai viver viajando!”, o que demonstra que os cursos de Turismo ainda não são vistos como formadores de profissionais sérios, eficientes e necessários para o desenvolvimento de uma atividade econômica.

Assim como outros setores, o mercado de trabalho é rotativo e se transforma constantemente acompanhando as mudanças globais, desse modo, muitas atividades que eram executadas por profissionais do turismo foram substituídas, pelo avanço tecnológico. Desse modo, com processos de produção modificados constantemente, que substituem trabalhadores por máquinas, a atividade turística desenvolveu-se gerando aumento de lucros e melhorias na dinâmica da oferta dos serviços turísticos, porém, os avanços tecnológicos correspondem

também a um dos principais motivos para o desaparecimento de vários postos de trabalho. Associada a isso, o desenvolvimento global, a saturação do mercado em diversos setores e a falta de profissionais capacitados complicam esse quadro.

A esse respeito a empresa *myForesight*³ noticiou um levantamento em 2018 mostrando os riscos de extinção de empregos que a automação e a robotização trazem em quatro grandes áreas: profissões que requerem treinamento especializado e graduação nos campos de ciências ou artes (*Professional Services*), indústria (*Manufacturing, Technical & Maintenance*), setores com baixas barreiras de entrada, aqueles que exigem pouca habilidade, experiência e educação (*Low Entry Barriers Works*), e negócios que lidam diretamente com os clientes, buscando atender às suas necessidades (*High Touch Services*). O levantamento foi realizado a partir de dados de pesquisa da *Deloitte* nos Estados Unidos, da Universidade de *Oxford* e do *Planet Money*.

O referido levantamento evidencia que os serviços que lidam com os clientes diretamente, como guias turísticos e agentes de viagens, estão classificadas como risco altíssimo (80% a 100%).

Ainda no que concerne a atuação profissional dos turismólogo no país, um ponto importante a destacar foi o veto de três artigos da Lei N° 12.591/12⁴ que regulamenta a profissão de turismólogo no país.

O artigo 1° exigia que a profissão de turismólogo fosse exercida pelos diplomados em curso superior de bacharelado em turismo, ou em hotelaria, ministrados por estabelecimentos de ensino superior, oficiais ou reconhecidos em todo território nacional; pelos diplomados em curso similar ministrado por estabelecimentos equivalentes no exterior, após a revalidação do diploma; por não diplomados que exercessem as atividades de turismólogo ininterruptamente há, pelo menos, 5 anos. O artigo 3° exigia registro em órgão federal competente mediante apresentação de documento comprobatório da conclusão dos cursos de turismo, hotelaria ou similares, ou comprovação do exercício das atividades de turismólogo, e carteira de trabalho expedida pelo Ministério do Trabalho e Emprego. O artigo 4° estabelecia que a comprovação do exercício da profissão deveria ser no prazo de 180 dias, a contar da publicação da lei.

No despacho para justificar os vetos, a presidente Dilma Rousseff alega o seguinte: “A Constituição, em seu art. 5°, inciso XIII, assegura o livre exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, cabendo a imposição de restrições apenas quando houver a possibilidade de

³ <http://www.myforesight.my/category/about-us/malaysian-foresight-institute/>

⁴ Disponível em: <http://www.abbtur.com.br/abbtur/conteudo.asp?cod=31>

ocorrer algum dano à sociedade. ”

Pretende-se que os resultados obtidos através deste estudo sejam utilizados como embasamento, direcionamento e argumento para que os cursos superiores em Turismo sejam melhor articulados, no sentido de buscarem construir e/ou manter uma relação mais aproximada com todos os agentes turísticos, de modo a alcançar o desenvolvimento profissional dos futuros turismólogos e auxiliar para o desenvolvimento da atividade como um todo.

A luta pela valorização e reconhecimento da profissão de turismólogo tem que ser constante, mas, para que isso aconteça os cursos de Turismo, especificamente o da UERN, precisam estar em consonância com os constantes avanços tecnológicos e mudanças na atividade turística, preparado para oportunizar aos formandos o conhecimento acerca das questões atuais e o contato com as novas tecnologias necessárias a atuação profissional na área.

Enquanto a tecnologia, o mercado de trabalho e a sociedade avançam, a UERN segue utilizando uma matriz curricular criada para os ingressos de 2012.1, já estamos no semestre 2018.2.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a atuação profissional dos bacharéis em Turismo formados de 2012.1 a 2018.1 pela Universidade do Estado Rio Grande do Norte – UERN Campus Natal, no mercado de trabalho

1.2.2 Objetivos específicos:

- a) Averiguar se os egressos estão atuando na atividade turística, em qual área estão atuando e o que os levou a atuarem ou não na área;
- b) Verificar se o mercado de trabalho absorve esses profissionais e qual a relevância do bacharelado na área para a contratação;
- c) Refletir sobre prováveis problemas que impedem que esses profissionais sejam absorvidos pelo mercado de trabalho na área do Turismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE HISTÓRIA DO TURISMO

É sabido que o turismo rudimentar era exercido por povos primitivos ainda na pré-história. Registros arqueológicos na Caverna de Madasin, nos Pirineus, identificaram que seus habitantes, há 13.000 anos, viajavam até o mar e retornavam (LEAKEY, 1999 *apud* BADARÓ, 2005).

Na China e no Egito antigos, a viagem de prazer, de aventura ou de descanso era comum entres reis e os faraós e seus cortesãos (camadas altas da sociedade).

[...] há 5.000 anos, os Egípcios organizaram e conduziram as primeiras cruzadas. Provavelmente, a primeira viagem com propósitos de paz e turismo tenha sido feita pela Rainha Hatshepsut indo para as terras de Punt, ao norte da África, em 1480 a.C. Registros desta viagem estão gravadas nas paredes do Templo de Deit El Bahari em Luxor. Mas foi o grego Pausanias quem escreveu, entre 160 e 180 d.C., o “Guidebook of Greece” que talvez seja o único registro sobre um guia de viagens remanescente daquela época. (AMARAL JUNIOR, 2008, p. 34-35, *apud* NAKASHIMA; CALVENTE, 2016, p. 2)

O mesmo autor declara que no Antigo Egito os egípcios já se deslocavam, com o intuito de participar de eventos, em busca de lazer:

Logo após as pirâmides do Antigo Egito serem construídas por volta de 2700 a.C já atraíam visitantes por motivos religiosos ou simplesmente por curiosidade. Em 1800 a.C. os Egípcios já faziam deslocamento para participar de eventos festivos. Esses deslocamentos por pessoas eram feitos em caminhos simples e originaram as primeiras estradas entre as cidades da Mesopotâmia. (AMARAL, J. 2012. *apud* NAKASHIMA; CALVENTE, 2016, p. 3)

Contudo, enquanto há registros na Caverna de Madasin, nos Pirineus, que os habitantes locais viajavam até o mar e regressavam há mais de 13.000 anos; a viagem que a rainha de Sabá fez, ao deixar o seu palácio na Arábia, para visitar o Rei Salomão em Jerusalém, no século X a.C., é apontada o marco inicial do turismo na Antiguidade (LEAKEY, 1999, *apud* BADARÓ, 2005.). Porém, foi a partir das grandes civilizações clássicas, como Grécia e Roma, que as viagens foram gradativamente tomando maior relevância.

Foi na Grécia antiga no século VIII a.C. que o turismo começou a tomar forma como atividade econômica. Com os eventos desportivos que aconteciam a cada quatro anos na cidade-estado de Olímpia, que atraíam não apenas atletas como também espectadores. Desse modo, os Jogos Olímpicos motivaram as primeiras viagens de lazer, que se tornaram importantes a ponto de se fazer trégua nas guerras para salvaguardar os viajantes. Todos os demais pontos do trajeto, e não apenas Olímpia, adaptaram-se e criaram estruturas de alojamento, alimentação e transporte para esses primeiros turistas (CEZAR, 2005, p.8).

Os romanos exerceram um papel fundamental nas viagens, pois com frequência usavam-na como meio de lazer, prazer, comércio e descobertas realizadas apenas por uma parte da sociedade: os homens livres, aliás, é bom que se ressalte que muitas estradas foram construídas pelo Império Romano, possibilitando e determinando que seus cidadãos viajassem entre o século II a.C. e o século II d.C. De Roma saíam contingentes importantes para o mar, para o campo, as águas termais, os templos e as festividades (BARRETTO,2001).

Os romanos podem ser considerados os primeiros a viajar por prazer. Diversas pesquisas científicas (análise de azulejos, placas, vasos e mapas) revelaram que o povo romano ia à praia e a centros de rejuvenescimento e tratamento do corpo, buscando sempre divertimento e relaxamento. (BADARÓ, 2005, p. 48).

Na Idade Média, as viagens passam a ter um cunho cada vez mais religioso. O ecúmeno conhecido pelos seres humanos limitava-se apenas ao velho mundo o norte da África, o Oriente Médio e a Europa. Os dogmas religiosos sobressaem às iniciativas científicas e explicações racionais. A esse respeito, BADARÓ (2003) lembra que, com a expansão do Cristianismo, multiplicam-se as peregrinações religiosas a Jerusalém, e nessa época os peregrinos eram conhecidos então como “palmeiros” e, a partir do século VI, com o aumento do fluxo de viajantes a Roma, esses mesmos peregrinos passaram a ser conhecidos pelo nome de “romeiros”.

Outro importante marco na evolução das peregrinações religiosas ao longo da Idade Média deu-se no século IX, quando foi descoberta a tumba de Santiago de Compostela, a partir de então, iniciaram-se as primeiras excursões pagas registradas pela história, excursões estas que contavam com líderes de equipes que conheciam os principais pontos do caminho, organizavam o grupo e estipulavam as regras de horário, alimentação e orações de suas equipes (BARRETTO, 2001).

A peregrinação a Santiago de Compostela suscitaria também as primeiras excursões pagas registradas pela História, organizadas por adeptos dos Jacobitismo, movimento político surgido na Escócia em resposta à deposição de James II da Grã-Bretanha.

No século XI, Jerusalém foi dominada pelos turcos seljúcidas, que nessa época ocupavam grandes extensões da Ásia central e ocidental. A partir daí, entre os séculos XI e XIII, com a motivação inicial de libertar o Santo Sepulcro das “profanações” turcas. O objetivo dos mesmos era o de libertar Jerusalém do domínio muçulmano, essas expedições eram denominadas cruzadas. As Cruzadas foram “precursoras do turismo de grupos” IGNARRA (2003, p. 4), bem como o início do desenvolvimento de técnicas de acampamentos, que deram origem ao campismo. Ainda segundo o referido autor, a partir do Século XI as viagens

tornaram-se mais seguras, surgindo novas vias terrestres que serviam para o transporte de pessoas e mercadorias.

Quanto aos alojamentos, as pousadas que até então funcionavam principalmente para os viajantes religiosos, em nome da caridade samaritana, assumiram características de negócio lucrativo diante do movimento intenso de soldados, peregrinos e mercadores nos caminhos europeus, e um grande número de novos estabelecimentos foi aberto nesse período. Essa mudança do perfil da hotelaria, firmando-se agora como atividade profissional, tem como marco significativo a criação do primeiro grêmio dos proprietários de pousadas, em Florença, na Itália, no ano de 1282. (BADARÓ, 2005).

No século XII um monge chamado Aymeric Picaud, organizou um roteiro completo de viagem indicando o caminho a partir da França até a tumba de Santiago de Compostela, sendo esse documento, conhecido como o primeiro guia turístico impresso da história (BARRETTO, 2001).

Nessas viagens, as pessoas de maiores posses podiam se hospedar em castelos e casas particulares, hospedarias e até mesmo barracas. Foi também, a partir da Idade Média que as famílias nobres começaram a enviar seus filhos para viagens de estudo e intercâmbio cultural nas principais cidades europeias (IGNARRA, 2003).

BADARÓ (2003) destaca que foi a partir do XIII, que as relações entre Comércio e Turismo tornaram-se mais sólidas. Nessa época surgiu a Liga Hanseática, um grupo mercantil que controlava o comércio e as feiras em mais de 90 cidades, trazendo mercadorias do leste europeu, e comercializando-as com preços tabelados.

Na época do Renascimento (séculos XIV a XVI), momento em que progrediu uma intensa produção artística e científica na Europa e viajar passou a ser uma pretensão cultural, uma ocasião para aprender novas línguas, acumular conhecimentos, e gozar de aventuras essas viagens eram realizadas principalmente pela nobreza masculina e pelo clero. Florença e Roma sugeriram como os principais destinos culturais. Neste período surgiu os clubes que eram exclusivamente para elite que já tivesse conhecido a Itália e as suas capitais do Renascimento. Nessa época os livros não eram de fácil acesso e não havia meios de comunicação, e o meio de se conhecer o mundo, outras culturas, outras línguas, era viajando, inclusive surgindo já no século XVI o primeiro guia de viagens, na França.

O mesmo período, também, o comércio se expandiu e no século XVI surgiu o primeiro hotel comercial do mundo – o Wekalet-Al-Ghury – foi edificado no começo do século XVI, no

Cairo (Egito) para atender mercadores. E na Itália são construídas as primeiras carruagens de luxo e com um maior conforto.

Segundo ANDRADE (1999) citado por SILVA e KEMP (2008) surgiu nesta época os Grand Tours, precursores dos intercâmbios atuais, era uma iniciativa de famílias que queriam seus filhos fossem conhecedores de outros continentes, outras culturas e idiomas, e que duraram até a metade do século XIX. Os britânicos, por exemplo, só consideravam pessoas cultas, aquelas que faziam o grand tour através da Europa. Além disso, as viagens de recreação pela Europa, a busca pelos Spas e os jogos de azar, incrementaram o turismo.

Percebe-se que a história cita vários relatos diferentes do surgimento do turismo, mas há algo que todos os relatos têm em comum, é o reconhecimento (ou a referência) de que o turismo é algo antigo que faz parte do cotidiano do ser humano. Após um breve histórico da história do Turismo no Mundo no próximo item será abordado um breve resumo do Turismo no Brasil.

2.2 BREVE HISTÓRIA DO TURISMO NO BRASIL

O primeiro registro de surgimento do Turismo se deu através do primeiro contato entre as duas tradições: a indígena e a portuguesa. A ilustre carta ao Rei de Portugal, Dom Manuel, do escrivão Pero Vaz de Caminha é o primeiro registro oficial desse acontecimento.

“O Capitão mandou pôr por baixo da cabeça de cada um seu coxim (...). E deitaram um manto por cima deles; e consentindo, aconchegaram-se e adormeceram.” (CAMINHA, Pero Vaz. Carta El Rei D. Manuel).

O acontecimento narrado diz que o Capitão recebeu os indígenas sentado em uma cadeira, “bem vestido, com um colar de ouro, mui grande, ao pescoço”, e solicitou que se fosse acesa tochas à sua chegada. Os portugueses ficaram admirados com a aparência dos jovens índios: o beijo furado e atravessado por um osso, os cabelos corredios rapados por cima das orelhas, adornados com penas coloridas, e a sua total falta de formalidade quando subiram a bordo. Foi oferecido comida, porém sem sucesso. “Se provavam alguma coisa, logo a lançavam fora”, conta o escrivão.

Na origem da hospitalidade portuguesa misturam-se várias influências étnicas, o costume dos árabes, que dominaram a Península Ibérica de 711 a 1492, aos princípios do Cristianismo.

No Novo Mundo era necessário colonizar o território para impedir invasões dos franceses, mas, também explorar o interior. Nesse intuito surgiram, então, as expedições bandeirantes. Os caminhos feitos pelas expedições dos bandeirantes foram usados na circulação de pessoas e produtos entre o litoral e as regiões mineradoras. Com a abertura destes caminhos surgiram os primeiros focos de hospedagem pelo interior de Brasil. Lugares rústicos, muitas vezes improvisados à beira das estradas, com semelhança às antigas estalagens europeias.

Vale salientar, que a exemplo do ocorrido na Europa durante a Idade Média, o caráter filantrópico das Ordens Católicas deu origem às primeiras instituições hospedeiras no Brasil. Em Salvador, primeira capital do Brasil Colônia, foi endereço de uma Casa dos Hóspedes, no Colégio de Jesus, que recebeu personalidades ilustres vindas da Europa e, também, pessoas que necessitassem de acolhida caridosa. No Rio de Janeiro, aposentos para hospedagem foram construídos num prédio anexo ao Mosteiro de São Bento e um abrigo para desocupados foi instalado junto ao Convento da Ajuda, no século XVIII. Além disso, instituições da Igreja em vários pontos do país construíram “hospícios” (do latim *hospitium*, hospedagem, pousada) para acomodar religiosos em viagem.

No Brasil o ato de viajar foi intensificado pela vinda da Família Real e pela abertura dos portos às nações amigas, em 1808. Até então o Brasil nunca tinha vivido tamanha movimentação, em três séculos, como a chegada da Família Real, junto com todos os nobres, os oficiais superiores, os altos funcionários e suas famílias, totalizando mais de 10 mil pessoas. Com o crescimento na quantidade de viajantes estrangeiros nas terras brasileiras as atividades ligadas ao comércio de importação e exportação foram impulsionadas.

A cidade do Rio de Janeiro, onde se abrigava a Família Real, passou por grandes transformações em um curto espaço de tempo. O Príncipe Regente Dom João, interessado em dar à sede monárquica feições mais civilizadas, mandou construir pontes, instalar um abastecimento de água, reparar calçamentos, colocar iluminação, abrir novas estradas. Os estabelecimentos comerciais se multiplicaram de maneira considerável, todos lotados de mercadorias importadas de várias origens.

Algumas tradições foram trazidas pela Família Real e passaram a ser seguidas pelas famílias brasileiras. Entre essas tradições os banhos de mar que habitualmente Dom João e Dona Carlota Joaquina tomavam por causa das possíveis propriedades medicinais. Segundo os jornais da época, logo se tornou moda no Rio de Janeiro tomar banhos de mar para beneficiar a saúde (PIRES, 2001b, p. 31-57).

Os albergues do Rio de Janeiro eram então identificados por “um pedaço de pano em um bastão colocado à frente das casas, como na Europa as tabuletas dos cabarés”. (LANGSTEDT, F.L. *Reisen nach SudAmerika - Asien und Afrika*).

[...] já em 1818, com a afluência dos estrangeiros, vários proprietários transformaram os portões em lojas, alugando-as a uns franceses donos de café, que logo utilizaram o primeiro andar para bilhares e mais tarde o resto do edifício para casas de cômodos. Elegantes tabuletas bem pintadas e vitrinas com colunas de mármore, vindas de Paris, enfeitam hoje esses estabelecimentos procurados pelos estrangeiros que desejam passar um momento na cidade ou se hospedar de modo a comunicar-se facilmente com seus navios. Vê-se, no mesmo lado, uma galeria (passagem muito frequentada) que conduz a pequenas ruas muito antigas, onde se encontra o tipo primitivo de albergue português, cujo balcão seorna de uma enorme lanterna de zinco enfeitada com folhagens do mesmo metal e artisticamente pintadas de cor-de-rosa ou verde. A lanterna encima um braço de ferro ao qual se suspende uma tabuleta donde se destaca, em fundo branco, a efígie de um animal cujo nome se inscreve ainda embaixo, nos seguintes termos: ‘isto é um gato, um leão, uma cobra’, inscrição ingênua que bem demonstra a ingenuidade do quadro. Essas hospedarias destinadas aos habitantes do interior e situadas perto dos lugares de desembarque comportam armazéns para depósitos provisórios das mercadorias e assemelham-se bastante às da Itália. Vê-se na cidade o mesmo gênero de tabuleta, sem a lanterna, à porta das casas de pasto. (DEBRET, J.B. *Viagem pitoresca e histórica ao Brasil*).

Devido a uma mentalidade escravista, a sociedade tinha pleno aversão pelos trabalhos manuais. Os nobres não admitiam submeter-se a qualquer serviço que fosse realizado por escravo. Esse costume resultou em um atraso no desenvolvimento das profissões e em uma péssima prestação de serviços. Dessa forma, os hotéis foram se requintando de maneira a se adaptarem aos novos tempos. O luxo da mobília chegava a ser extravagante, por outro lado, os serviços sempre eram insatisfatórios. Enquanto o Rio de Janeiro viveu um repentino aumento do fluxo de estrangeiros a partir de 1808, outros mercados turísticos brasileiros só cresceram algumas décadas depois.

Nesse sentido, teve papel de destaque a fundação da Academia de Direito, em 1827, que atraiu jovens de todo o país e se tornou um admirável e importante núcleo de atividades intelectuais e políticas, dinamizando a vida paulistana e modernizando os seus costumes tradicionais. São Paulo, então capital da província, tornou-se importante centro de atividades intelectuais e políticas.

O setor de transporte ficou estagnado as estradas eram péssimas e havia pouco carros puxados por animais. Somente a partir do II Reinado é que começou a existir uma significativa melhora nos transportes. Dom Pedro II estimulou a navegação a vapor no Brasil. No início da década de 1850, os estaleiros de Mauá, localizados em Niterói, construíram embarcações que navegaram em nosso litoral, na Bacia Amazônica e na do Prata que transportavam pessoas e mercadorias. Intensas transformações econômicas e sociais viriam em seguida, a partir da

expansão da lavoura cafeeira em várias regiões paulistas e da entrada em operação da estrada de ferro Santos-Jundiaí, em 1867, construída para levar o café ao porto de Santos.

O turismo no Brasil foi constituído no século XX. O turismo de massa iniciou-se na Inglaterra com o surgimento da máquina a vapor durante a Revolução Industrial. Foi um despertar da classe média perante do transporte relativamente barato e mais rápido. O desenvolvimento da era dos jatos na década de 1950, marcaram o rápido crescimento e a expansão das viagens internacionais. Esse crescimento conduziu ao desenvolvimento de uma nova indústria, o turismo (THEOBALD, 2002).

Conforme BARRETTO (2003, p. 56) no Brasil, “o turismo surgiu vinculado ao lazer; nunca teve cunho de aventura ou educativo, como na Europa. A partir de 1950, grandes contingentes passam a viajar, mas, apesar de ser considerado um turismo de massa, nunca atingiu o total da população”. Com a criação de órgãos instituições normativas e executivas com foco na produção do espaço durante a década de 1950 o turismo inicia-se efetivamente. Em 1953 foram criados órgãos municipais de Turismo nas prefeituras de Belo Horizonte, Recife e Salvador.

Com a descoberta do petróleo no Brasil, e a visibilidade da Copa de 1950 e os títulos de 1958 e 1962, e a construção da cidade que seria a capital em Brasília A hotelaria já se fazia presente nas capitais do país com uma qualidade razoável, companhias aéreas investiram no aumento da sua malha aérea, agências de viagens criaram as suas organizações regionais com participação em eventos nacionais e internacionais fizeram que o mundo tivesse um novo olhar ao Brasil e com isso houve a promoção do turismo.

Com o desenvolvimento da atividade turística em novembro 1958 o presidente Juscelino Kubitschek com o Decreto nº. 44.863⁵ cria a COMBRATUR – Comissão Brasileira de Turismo – sendo considerada a primeira política pública do estado a serviço do turismo brasileiro e em 1966 foram criados o CNTur – Conselho Nacional de Turismo – e EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo.

CRUZ (2000, p.51) argumenta que a EMBRATUR, segundo o Decreto-lei 60.224/67⁶, art. 7º deveria “estudar e propor ao CNTur os atos normativos necessários à promoção da política nacional de turismo e, bem assim, aqueles que digam respeito ao seu funcionamento”.

⁵ Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-44863-21-novembro-1958-383896-publicacaooriginal-1-pe.html>

⁶ Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-60224-16-fevereiro-1967-400926-publicacaooriginal-1-pe.html>

A EMBRATUR tinha o objetivo de sistematizar o avanço do turismo brasileiro e restaurar a imagem do Brasil no exterior, principalmente, através da divulgação das belezas naturais. Em outubro 1967 o órgão organiza um encontro dos estados da União no I Encontro Oficial do Turismo Nacional, no Rio de Janeiro. Através desse encontro houve a possibilidade de ver o cenário da problemática do turismo brasileiro.

SOLHA (2002) aponta que, o desenvolvimento do turismo no país, no período de 1950 a 1969, ocorreu em consequência da conjugação de diversos fatores: melhoria nos equipamentos e no sistema de transportes; ampliação dos sistemas de comunicação; urbanização e crescimento das cidades; crescimento de uma classe média propensa a viajar. Apesar de bastante atrasada comparado aos episódios mundiais, despertou o início da organização da atividade nos setores público e privado.

O Governo Emílio Garrastazu Médici (1969-1974) foi destacado por um crescimento econômico. Em 1970 mudanças importantes aconteceram na atividade turística, pois era considerada uma atividade indispensável socioeconomicamente.

Em 1977 foi criada a Lei Nº 6505⁷ que regulou as atividades e serviços, que formulou a política de preservação ao patrimônio natural e cultural do país e falou dos meios de hospedagem e restaurantes. Seguindo com a tendência mundial da livre iniciativa, em 1986 o Decreto Lei Nº 2294⁸ colocou fim ao registro, tornando livre a atividade turística no Brasil, que assim consta na Constituição de 1988, onde o Artigo 180 determina que ‘A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico’. Esse decreto eleva o turismo como fator de desenvolvimento, a promoção e o incentivo estatal. A EMBRATUR em 1991 mudou para Instituto Brasileiro de Turismo e em 1993 foi validada e regulamentada a profissão do guia de turismo, Lei Nº 8623⁹.

Em 1994 foi posto em prática o PNMT – o Plano Nacional de Municipalização do Turismo – que foi uma tentativa de levar os debates, medidas e administração da atividade turística para o interior dos municípios apresentados como turísticos, mas por falta de profissionais conhecedores da realidade do turismo brasileiro que orientassem, plano e métodos estrangeiros que não se empregavam aqui o plano nacional não teve êxito.

⁷ Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1970-1979/lei-6505-13-dezembro-1977-366476-publicacaooriginal-1-pl.html>

⁸ Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1980-1987/decreto-lei-2294-21-novembro-1986-367016-publicacaooriginal-1-pe.html>

⁹ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8623.htm

Segundo o Ministério do Turismo (2005), já se passaram cinco séculos desde que recebemos os primeiros estrangeiros nas terras brasileiras e o Turismo representa o terceiro o terceiro produto da exportação na balança comercial brasileira. No ano de 2018 o resultado apresentou um crescimento de 1,86% nos gastos dos estrangeiros que visitaram o Brasil. De janeiro a dezembro, os turistas internacionais injetaram US\$ 5,92 bilhões na economia brasileira, frente aos US\$ 5,81 bilhões registrados no mesmo período de 2017.

Desse modo, constatou-se que houveram várias ações necessárias para aumentar o potencial de atração turística do país e alinhar os preços internos com os praticados no mercado mundial, como: Planejamento estratégico, desenvolvimento de legislação própria, criação de produtos diversificados, especialização dos profissionais do setor e divulgação das atrações nacionais.

2.3 BREVE HISTÓRIA DO TURISMO NO RIO GRANDE DO NORTE

Com a expansão da atividade turística o Brasil viu a necessidade de planejar o turismo de uma maneira integrada. O início da atividade turística no Estado do Rio Grande do Norte inicia na década de 1960/70 através do incentivo do II Plano Nacional de Desenvolvimento (II PND 1975-1979), com a necessidade do desenvolvimento industrial do país no governo militar entre as décadas de 1960-1980.

O nacional-desenvolvimentismo foi um paradigma consequente da enorme crise do final da década de 1920-1930 e sofrido no Brasil em três grandes fases: “o nacionalismo do governo Vargas; os ‘50 anos em 5’ do plano de metas do governo [Juscelino Kubitschek] JK; e o ‘Brasil, grande potência’ nos governos militares” (FELIPE, 2010, p. 85). Os governos dos estados passaram a entender o turismo enquanto possível gerador de emprego e renda e uma atividade econômica com caráter moderno.

Apesar disso, os governantes do NE, ainda eram fiéis as antigas práticas econômicas e do poder político centralizado. Com a aproximação dos governos estaduais e a cúpula do governo militar foi adotado uma nova roupagem, harmonizando-se às propostas da política do Estado Maior.

Após, personagens da política agrário-conservadora do estado do RN adotaram novas posturas, conciliando seus discursos ao teor desenvolvimentista como forma se manterem no poder. Nessa situação, a atividade turística ganha força no território potiguar através do governador Aluísio Alves com um discurso incompatível as oligarquias na década de 1960.

Aluísio Alves sai vitorioso nas eleições e se torna governador ano 1961, utilizando um discurso popular e nacionalista e agregando elementos revolucionários. A atividade turística integra a receita do estado e com a ajuda do Governo Federal, da Aliança para o Progresso e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), solicitou nos anos de 1962/1963 ao Escritório Técnico de Arquitetura e Urbanismo - ETAU, com sede na cidade de Recife/PE, um anteprojeto para construção de um hotel de alto luxo internacional na cidade do Natal que ganharia o nome de Hotel Reis Magos.

O Reis Magos foi o primeiro hotel a ocupar terrenos lindeiros à praia. Até então as praias urbanas mais frequentadas eram Areia Preta, que possuía casas de veraneio, e a Praia do Meio, somente até o trecho conhecido como Ponta do Morcego. Nesse caso, a acessibilidade era o fator principal, uma vez que o bonde descia até a praça da Jangada, em Areia Preta. Em direção à Fortaleza dos Reis Magos só havia o caminho delimitado. (Bentes Sobrinha, 2001, p. 43)

Com a construção de acessos e a presença de um hotel moderno estimulou o afluxo à faixa litorânea, o empreendimento teve grande importância como estruturador de transformações urbanas. A partir desse momento a cidade volta-se para o mar. O empreendimento também colaborou para ações que possibilitaram o prolongamento das conexões entre a cidade e o aeroporto de Parnamirim, estimulando mudanças estruturantes no sentido sul da cidade.

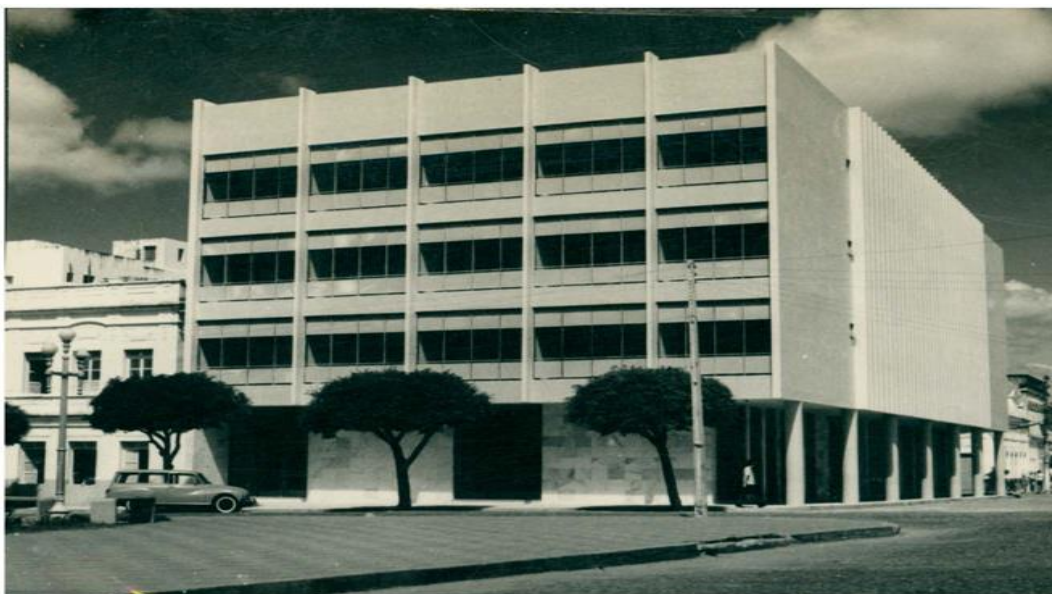
Figura 1: Vista aérea do Hotel Reis Magos: Natal, RN



Fonte: Acervo Waldecy Pinto (1965).

Além disso, foi solicitado a construção do Esperança Palace Hotel (Mossoró), o Cabugi Palace Hotel (Angicos) e o Balneário de Olho D'Água do Milho (Caraúbas). E para gerenciar criou a Superintendência de Hotéis e Turismo (SUTUR) no ano de 1964, como forma de controlar e incentivar a atividade.

Figura 2: Esperança Palace Hotel, Mossoró, RN



Fonte: Acervo dos municípios brasileiros (1966).

O governador Aluísio Alves não se destacou apenas por essas ações, mas também, por compreender que para a atividade turística fluir era necessário estabelecer uma política pública de infraestrutura de acordo com o nacional-desenvolvimentismo, melhorando os transportes e as telecomunicações. Entretanto, afirma Felipe (2010) que esse discurso de contemporaneidade só foi adaptado no Rio Grande do Norte para beneficiar o processo os integrantes do pacto oligárquico e conservador local, que se caracterizou como base de sustento do então governo.

Outro motivo que desenvolveu a atividade turística no Estado foi a instalação da base militar em Natal na II Guerra Mundial. Esse contato com estrangeiros com a sociedade norte-rio-grandense ajuntou a centralidade da atividade turística na capital potiguar e na região metropolitana.

No governo de Walfredo Dantas Gurgel, que governou de 31 de janeiro de 1966 à 15 de março de 1971, reafirmou em 1969 sua empatia com o turismo realizando em Natal o II Congresso Brasileiro de Turismo.

O presidente militar Emílio Garrastazu Médici indica José Cortez Pereira de Araújo como governador do RN, nascido de família agrário-oligárquica proveniente do interior, no período de 15 de março de 1971 à 15 de março de 1975, que concretiza a importância do Turismo no estado do RN. Em 1971 em seu mandato cria Empresa de Promoção e Desenvolvimento do Turismo do RN (EMPROTURN) que, pela primeira vez, no ano de 1972 efetuou uma pesquisa das potencialidades turísticas encomendada ao Consorcio Internacional Studia.

Foi realizado um inventário de potencialidades litorâneas do estado, abrangendo uma extensão territorial que abrangeu a contar do município de Baía Formosa até Areia Branca, alcançando a orla de Natal, com ênfase para o trecho entre as praias de Areia Preta e Ponta Negra. Além disso, foi criado no ano de 1973 o Projeto Educacional de Turismo (PROJETUR) e o Bosque dos Namorados (1975), que após foi unido ao Parque das Dunas, até hoje reconhecido como importante área de preservação da Mata Atlântica no território urbano de Natal.

Apesar disso, foi apenas no governo de Tarcísio Maia, outro oligarca do estado, que o turismo ganhou uma modernização no Estado: dando origem a primeira política de megaprojetos para o desenvolvimento do turismo no Nordeste (NE), o projeto Parque das Dunas – Via Costeira, que beneficiou de modo direto os empresários locais (CRUZ, 2000).

Através de apoios financeiros a organização do megaprojeto Parque das Dunas – Via Costeira sede a elite local vantagens para concessão de terrenos em locais privilegiados da cidade do Natal, municípios circunvizinhos e em demais localidades no interior do estado, a partir do compromisso com a construção de redes hoteleiras que permitissem e auxiliassem a desenvolver e propagar a atividade turística do estado.

O governo induziu a implantação da rede de hotéis RioNorte Hotelaria por meio de apoios financeiros para concessão de terrenos tanto em Natal, quanto em demais localidades privilegiadas do estado, como na área serrana da cidade de Martins em 1979, a oeste do estado, além de demais incentivos fiscais. O governo de Tarcísio Maia revelou-se de grande autoritarismo quanto ao estabelecimento do megaprojeto citado privilegiando a elite.

O sucessor do governo de Tarcísio Maia o primo Lavoisier Maia Sobrinho, que governou de 15 de março de 1979 à 15 de março de 1983, continuou as obras do megaprojeto Parque das Dunas – Via Costeira. Em 1980 Lavoisier reabriu o Aeroporto Internacional Augusto Severo, após sua reforma. Que gerou um aumento do fluxo turístico em 1985, já com o então governador José Agripino Maia (1983-86), filho de Tarcísio Maia e primo de Lavoisier Maia, seus antecessores.

A década de 1980 representou para o RN a concretização dos primeiros reflexos do planejamento sistematizado da atividade no território norte-rio-grandense através da política de megaprojeto. No ano de 1985 também ocorreu a criação do Conselho Municipal do Turismo (COMTEUR) e em 1986 extinguiu-se a EMPROTURN pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo (SECTUR). Houve um aumento do fluxo turístico no estado da década de 1980 até

meados de 1990 distanciando o vestígio da crise vivenciada em outros estados, principalmente em Pernambuco.

Porém, em 1996 no governo de Garibaldi Alves Filho, sobrinho de Aluísio Alves, a cidade não comportava a grande demanda turística dando sinais de colapso, fazendo com que as obras do PRODETUR I fossem efetivadas.

Hoje a cidade do Natal é um dos destinos mais procurados do Brasil conhecida como a Cidade do Sol, Capital Mundial do Buggy e a Terra do Camarão. Os turistas ficam apaixonados com os mais de 400 km de Costa Atlântico passeando por lindas praias, muitas das quais visitadas em passeios emocionantes de Buggy entre Mar, Dunas e Lagoas com vários atrativos nesses caminhos, encontrando ainda locais para práticas de Mergulho, Surf e os ventos constantes possibilita a prática de Vela, como o Windsurf e Kitesurf.

2.4 A CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO DO TURISMO

O Turismo é considerado uma atividade realizada por pessoas físicas que realizam viagens e estadias em lugares desconhecidos do seu habitat natural, por período inferior a um ano, para finalidade de lazer, negócios ou outros, segundo estabelece o artigo 2º da Lei nº 11.771¹⁰, de 17 de setembro de 2008.

A elaboração dos produtos turísticos deve estar intrinsecamente relacionada à demanda desejada. Dessa forma, a combinação de bens e serviços, de recursos e infraestrutura deve estar ordenada e disponível ao consumo de forma que ofereça vantagens ao cliente, satisfazendo suas necessidades e expectativas (BALANZÁ; NADAL, 2003, p. 68).

O Ministério do Turismo (MTur) é um órgão com o objetivo de desenvolver o turismo como atividade econômica autossustentável em geração de empregos e divisas, proporcionando inclusão social. Hoje é organizado em quatro órgãos: o Ministério do Turismo, o Conselho Nacional do Turismo, responsável por definir as políticas anuais e plurianuais do turismo no Brasil; a EMBRATUR, responsável por executar as políticas traçadas pelo órgão anterior; e SNT, que desenvolve os órgãos anteriormente citados e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais do Turismo.

Com o desenvolvimento da atividade turística, o crescimento dos fluxos turísticos, e a ampliação do número de empreendimentos do setor para atender às novas demandas, um efeito lógico é a ampliação do número de ofertas de emprego na área. Conforme GOMES (*et al.* 2002):

¹⁰ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm

“O aumento do fluxo turístico e, por conseguinte, da infraestrutura necessária ao desenvolvimento do turismo tem sido de muita importância para a geração de emprego e renda. Isso porque, além da expansão das atividades já mencionadas, surgiram novos serviços, ampliando, assim, consideravelmente o mercado de trabalho.”

O mercado turístico é visto como uma vasta rede de informações, pela qual consumidores e produtores cruzam informações, proporcionando a tomada de decisões sobre aquisição e venda desses bens e serviços. Esses elementos no meio turístico comunicar-se através dos preços de seus bens e serviços, o primordial mecanismo de todo sistema de mercado.

O produto turístico é consumido simultaneamente com outros produtos, que se completam entre si, assim, dando origem ao produto turístico integrado. O mercado defini o produto turístico como complementar. Por exemplo, quando o turista procura uma viagem, já inclui, em consequência, outros serviços que são componentes básicos e necessidades desta, tais como hospedagem, alimentação, atividades de entretenimento, passagens de deslocamento, entre outros.

A existência do mercado turístico está ligada a três princípios básicos (DIAS, 2005):

- Que haja uma necessidade (a busca por algum tipo de produto ou serviço);
- Que exista a vontade de satisfazê-la (por meio da oferta de produtos ou serviços);
- E que haja capacidade de compra (por meio da disponibilidade de moeda de troca ou crédito para processar a transação).

Para entender o mercado turístico, é necessário, compreender as pessoas que fazem parte deste mercado, e é importante lembrar que as pessoas pensam e agem de forma diferente, dependendo de suas motivações ou experiências anteriores.

Existem quatro elementos básicos que compõem o mercado Turístico: 1) Demanda: composta por um conjunto de consumidores, ou possíveis consumidores, de bens e serviços turísticos; 2) Oferta: elaborada pelo conjunto de produtos, serviços e instituições envolvidas ativamente no mercado turística; 3) Espaço geográfico: base física na qual tem lugar a ligação ou o encontro entre a oferta e a demanda, e em que se situa a população residente; 4) Operadores de mercado: empresas e instituições cuja principal função é simplificar a inter-relação entre a demanda e a oferta. São as operadoras de turismo e agências de viagens, empresas de transporte regular, órgãos públicos e privados que organizam ou promovem o turismo.

O turismo, na sociedade moderna, pode ser considerado um conjunto de atividades econômicas diversas que englobam os transportes, os meios de hospedagem, os agenciamentos de viagens e as práticas de lazer, além de outras tantas ações mercadológicas que produzem riquezas e geram empregos nas muitas regiões do país. (LAGE; MILONE, 2000, p. 117).

A ampliação do mercado de trabalho turístico, no entanto, não abarca somente benesses, uma vez que quantidade e qualidade não são sinônimos. No caso do mercado de trabalho turístico, os altos números referentes às ocupações na atividade turística maquiavam, às vezes, a precariedade de muitas das ocupações. “Observa-se que, em todo mundo, o segmento turístico caracteriza-se por uma enorme precarização das relações de trabalho. ”, e ainda: “Sem dúvida, a quantidade dos empregos gerados pelo turismo é significativa, no entanto a maioria das funções caracteriza-se pelo trabalho precário, grande rotatividade e baixa remuneração. ” (FONSECA, 2002).

A atividade turística está constantemente em pauta nos discursos políticos como uma atividade capaz de gerar emprego e renda e é um conjunto de atividades que se unem para gerar fonte de renda para vários trabalhadores. Apesar do avanço tecnológico e do grande potencial do produto turístico a área ainda não é plenamente explorada e desperdiça profissionais que passaram anos se especializando.

2.5 O PERFIL PROFISSIONAL DO TURISMOLOGO

O bacharel em Turismo pode atuar em qualquer um destes seguimentos, destacando-se: Turismo de Lazer, Turismo de Negócios, Turismo Cultural, Turismo Religioso, Turismo de Aventura, Turismo de Saúde, Turismo Esportivo, Turismo Rural, Turismo Acadêmico, Ecoturismo, Turismo da Melhor Idade, etc.

O Bacharel em Turismo é responsável pela implementação e aprimoramento do produto turístico para que este esteja em sintonia com o meio ambiente e a comunidade local, pois, se o produto ou atrativo turístico entra em conflito com algum desses dois elementos, sua prática não será praticável e nem bem-sucedida. Bem como, conscientizar a sociedade sobre a importância do Turismo como instrumento de desenvolvimento e fomento econômico.

O RN possui um potencial enorme para o desenvolvimento turístico, mas, tão somente possuir atrativos ou potencial turístico não é suficiente para que a atividade turística progrida e atraia benefícios. A ausência de planejamento integrado pode causar a destruição desse potencial. Em muitos municípios pode-se observar as consequências a falta de planejamento: a saturação, a desordem urbana e a degradação dos meios natural e urbano.

Portanto, cabe ao Turismólogo planejar, organizar, dirigir e controlar instituições, áreas e empresas ligadas ao Turismo; adequar a utilização dos recursos naturais e culturais de interesse turístico; elaborar e coordenar proposições e planos para o desenvolvimento do

turismo nas localidades; e orientar estudos e pesquisas sobre temas que atendam a atividade turística, dentre outras. O Turismólogo precisa estar interligado em distintas áreas: cultura, agricultura, meio ambiente, indústria, comércio, esportes, etc. Com essa ligação interdisciplinar conseguirá executar suas funções com maior objetividade e êxito.

Quanto às competências e habilidades do Bacharel em Turismo, estas foram regulamentadas pela Lei de Nº 12. 591, de 18 de Janeiro de 2012, que trata do reconhecimento da profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício.

Assim sendo, de acordo com a Lei de Nº 12. 591¹¹, de 18 de Janeiro de 2012 assinada pela Presidente da República Dilma Rousseff as competências e habilidades do Bacharel em Turismo são:

Art. 1º (VETADO).

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;

¹¹ Disponível em: <http://www.abbtur.com.br/abbtur/conteudo.asp?cod=31>

XVIII - coordenar e orientar levantamentos, estudos e pesquisas relativamente a instituições, empresas e estabelecimentos privados que atendam ao setor turístico.
Art. 3º (VETADO).
Art. 4º (VETADO).
Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

À frente de tanta responsabilidade, convém ao Turismólogo avaliar as reais condições e potencialidades das localidades onde se deseja promover a atividade turística, contando sempre com o apoio dos segmentos locais, mas especialmente, com o apoio e o consentimento da comunidade local.

Infelizmente, os artigos 1º, 3º e partes 4º que garantiam que os serviços turísticos deveriam ser realizados por profissionais com formação na área, foram vetados.

O artigo 1º exigia que a profissão de turismólogo fosse exercida pelos diplomados em curso superior de bacharelado em turismo, ou em hotelaria, ministrados por estabelecimentos de ensino superior, oficiais ou reconhecidos em todo território nacional; pelos diplomados em curso similar ministrado por estabelecimentos equivalentes no exterior, após a revalidação do diploma; por não diplomados que exercessem as atividades de turismólogo ininterruptamente há, pelo menos, 5 anos. O artigo 3º exigia registro em órgão federal competente mediante apresentação de documento comprobatório da conclusão dos cursos de turismo, hotelaria ou similares, ou comprovação do exercício das atividades de turismólogo, e carteira de trabalho expedida pelo Ministério do Trabalho e Emprego. O artigo 4º estabelecia que a comprovação do exercício da profissão deveria ser no prazo de 180 dias, a contar da publicação da lei.

No despacho para justificar os vetos, a presidente Dilma Rousseff alega o seguinte: "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."

2.6 O ENSINO SUPERIOR EM TURISMO NO BRASIL

O ensino superior em Turismo e Hotelaria no Brasil iniciou-se em 1971, quando o Ministério da Educação aprovou o Parecer nº 35/1971, onde é criado o curso Superior em Turismo. Este foi alicerce para a Resolução S/N de 29 de janeiro de 1971 do Conselho Federal de Educação, que dispunha sobre a estrutura curricular mínima do novo curso, sua duração e instituiu que o curso de graduação em turismo seria responsável pela formação em nível superior de profissionais para o planejamento e organização da atividade turística.

Para Márcio (2005, p.1), “A formação superior em turismo passou a ser importante em vários países europeus, especialmente após a década de 1960”.

A Habilitação Única em Turismo é relativamente recente no Brasil, assim como outros cursos superiores como, por exemplo, os da área de comunicações e informática. O curso superior de turismo começou a existir na burocracia governamental pelo Parecer n.º 35/71 do Ministério de Educação, feito pelo relator conselheiro Roberto Siqueira Santos e aprovado em 28/01/1971, do Conselho Federal de Educação, que fixou o conteúdo mínimo e a duração do curso superior de turismo (MÁRCIO, 2005, p. 3).

Em 1971 foi implementado o primeiro curso de Turismo no Brasil, através da Faculdade Anhembí Morumbi, hoje Universidade Anhembí com o reconhecimento no ano de 1974, após a formação da primeira turma. Percebe-se que as atividades turísticas apresentaram crescimento e importância na economia e em consequência no aspecto social, como geradora de renda e emprego. Assim, as Instituições de Ensino Superior perceberam a necessidade por inserir cursos superiores voltados às atividades turísticas como: Turismo, Hotelaria e Turismo e Hotelaria, pretendendo atender às necessidades do mercado.

MATIAS (2005) enfatiza que em São Paulo e Rio de Janeiro tem a maior quantidade de profissionais formados na atividade por terem os maiores mercados emissores e receptores de turistas nacionais e internacionais. O número total de cursos ofertados pelas Universidades do Brasil até o ano de 2003 (6.446 cursos), apenas 4,3% pertenciam à área de Turismo e afins. Cerca de 85% dessa oferta encontrava-se centralizado nas Regiões Sudeste (70,70%) e Sul (14,6%)

Para exercer algum trabalho na atividade turística é indispensável que o profissional tenha conhecimento de que o sentido da sua profissão é a prestação de serviços, ou seja, para que ele atenda este objetivo deve compreender às seguintes aptidões:

- a) disposição para a profissão: é necessário ter inclinação e vocação para lidar com os sentimentos das pessoas, principalmente em virtude da heterogeneidade da demanda turística, no que se refere à nacionalidade, idioma, cultura, prazer, necessidades, diferenças sociais e idade;
- b) qualidades comportamentais: os serviços turísticos são comprados “em confiança” pelos clientes, pois estes somente poderão conferir a qualidade e a adequação dos serviços no momento de usufruí-los. Por isso, é bom zelar para que a credibilidade na empresa jamais seja abalada; c) conhecimentos técnicos: a diversidade dos serviços turísticos a serem prestados nas empresas envolvidas – tanto públicas como privadas – faz com que o bacharel em turismo tenha um conjunto de informações e conhecimentos específicos constantemente atualizados. Esse conjunto é que irá distinguir o profissional de turismo de qualquer outro. (ANSARAH, 2002, p. 44)

Para se manter no mercado turístico o turismólogo não deve apenas investir na compreensão do turista, que está cada vez mais exigente, mas também, em uma formação apropriada e acompanhar o crescimento do mercado.

A seguir explicitaremos como surgiu o curso de Turismo na UERN e analisar a Matriz Curricular que organiza e define os componentes curriculares.

2.7 BACHARELADO EM TURISMO NA UERN

No Brasil a atividade turística está relacionada ao turismo de lazer aliado a aspectos naturais. A região nordeste possui nove estados, que totalizam mais de 3.300 quilômetros de litoral, atraindo pessoas de todas as partes do mundo. Dentre estes estados, está o Rio Grande do Norte (RN), espaço desta pesquisa, que tem no turismo uma de suas principais atividades econômicas.

O RN, situado no extremo Nordeste do Brasil, possui cerca de 410 km de litoral, além de marcante patrimônio histórico e cultural, propício àquelas pessoas que apreciam um lugar belo e tranquilo para trabalhar ou ainda permanecer na cidade por meio de alguma motivação.

Devido ao grande potencial que o Estado tem para esta atividade econômica, com a expansão da atividade turística e do mercado de trabalho na área, foi estabelecido o Curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Este curso passou a ser ofertado no Campus de Natal, capital do Estado, no ano de 2002. O horário de funcionamento é no turno noturno; a composição curricular é de 2.850 horas, com duração ínfima de quatro anos.

O Curso de Turismo proporciona experiências de visitas técnicas a cada semestre, objetivando aproximar os alunos dos objetos de estudos e das áreas de trabalho, em caráter interdisciplinar, constando de instrumentos de avaliação e ferramentas de observação construída pelos docentes das disciplinas envolvidas, contemplados nos planos de ensino. Conta com estágio supervisionado obrigatório com o objetivo de complementar a formação do estudante abrangendo aprendizado prático, em campo que possam contribuir para o desenvolvimento de sua qualificação profissional.

A matriz curricular¹², que consta nos Anexos desta pesquisa, entrou em vigor no semestre de 2012.1, sendo aplicada para os alunos que ingressaram a partir de 2011.2.

As disciplinas de Estágio Curricular Supervisionado I e II dão a oportunidade do aluno colocar em praticar os seus conhecimentos adquiridos ao logo do curso no mercado de trabalho, tanto na esfera pública ou privada, estabelecendo relações solidas entre a academia e o mercado.

¹²

Disponível em:
http://www.uern.br/cursos/servico.asp?fac=FACEM&cur_cd=1023100&grd_cd=20132&cur_nome=Turismo&grd_medint=8&item=grade

“Não só a parte acadêmica é suficiente, mas atividades complementares se farão necessárias como: leitura de assuntos do setor, cursos extracurriculares, cursos de pós-graduação, participação em congressos/seminários e estágios profissionais. ” (ROSINI; FERREYROS, 2007, p. 4). Importante adicionar neste ponto GOVEIA, MENEZES, DEMCZUK (2012, p.1) que destacam:

Durante a vida acadêmica existe a oportunidade de desenvolver as competências profissionais e praticar a vivência e relação com o mercado de trabalho. O estágio supervisionado oportuniza o aprimoramento e a experiência, pois o acadêmico passa a vivenciar presencialmente os pormenores relativos à área e adquirir as habilidades e conhecimentos observados anteriormente em sala de aula.

A busca por novas informações e aprimoramento tem que ser constante, especialmente em uma atividade dinâmica como o turismo, associada, ainda, ao conhecimento teórico às experiências práticas, uma vez que ambos são necessários para formar um profissional crítico e competente, além do mais, é importante procurar formação em áreas não acadêmicas, como cursos de idiomas, informática, e outros.

No capítulo seguinte explicaremos a metodologia utilizada para a realização desta pesquisa, que possibilitou a obtenção das informações necessárias para responder aos objetivos supracitados.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 TIPO DE ESTUDO

A metodologia empregada para o desenvolvimento desta pesquisa foi de natureza descritiva exploratória, com abordagem qualitativa, e como estratégia de investigação optou-se por um estudo de caso realizado com os Turismólogos egressos formados no semestre de 2012.1 a 2018.1, pelo curso de Turismo da UERN – Campus Natal, com o intuito de averiguar a empregabilidade dos mesmos na atividade turística local.

A opção pelo estudo de caso se deu no intuito de alcançar uma compreensão mais aprofundada da problemática em questão. De acordo com SEVERINO (2007 p. 121), esta estratégia consiste em “é uma pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo”.

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador (FONSECA, 2002, p. 33).

No concernente à abordagem qualitativa CRESWELL (2010, p. 43) define a abordagem qualitativa como sendo “um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”. Os principais procedimentos qualitativos, segundo o mesmo autor, focam em amostragem intencional, coleta de dados abertos, análise de textos ou de imagens e interpretação pessoal dos achados.

Quanto a operacionalização da pesquisa, a parte inicial se deu por meio da revisão bibliográfica, visando levantar referencial teórico e metodológico sobre o tema. As informações adquiridas nesta etapa auxiliaram na elaboração do questionário, instrumento para a recolha de dados, e na consolidação dos objetivos propostos.

Como instrumento de recolha de dados foi utilizado um questionário via correio eletrônico com 21 questões, sendo dezoito fechadas e três abertas, elaborado para este efeito, que foi aplicado a um universo de quarenta e nove (49) egressos da referida instituição de ensino superior. Este instrumento buscou verificar quantos egressos estão atuando na área de

formação; identificar os possíveis motivos para alguns não atuarem no trade turístico; identificar quais áreas de atuação as atividades os egressos desenvolvem; identificar a pretensão dos egressos em seguirem atuando na atividade turística; e averiguar se, depois de formados, os egressos procuraram especializar-se.

Como procedimento de análise dos resultados que foram obtidos através da aplicação do referido questionário, foi utilizada a técnica de análise estatística simples e análise de conteúdo. Para a consolidação da análise de dados foram analisadas todas as questões do referido questionário, conforme será explicitado no capítulo 4º dos Resultados e Discussões, com base na fundamentação teórica que baliza este estudo e no cruzamento dos dados recolhidos por meio do questionário.

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA

Para atender aos objetivos propostos, a pesquisa teve como público-alvo 140 alunos egressos do curso de Turismo da UERN – Campus Natal-RN, dos quais, quarenta e nove (49) participaram voluntariamente desta pesquisa. O critério para a seleção dos participantes desta pesquisa foi terem concluído sua formação acadêmica do semestre de 2012.1 a 2018.1, independente de estarem ou não atuando na atividade turística.

3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados se deu por meio da aplicação de um Questionário com 21 questões abertas e fechadas, que foi elaborado à propósito desta pesquisa, tendo como base para a sua elaboração a pesquisa bibliográfica feita previamente e os objetivos propostos para este estudo.

Foram contactados 119 egressos do curso de Turismo da UERN, localizados através das redes sociais, uma vez que a Universidade não disponibilizou os endereços eletrônicos dos mesmos, sendo que destes, 49 responderam ao questionário aplicado via correio eletrônico, no período de 09/08/2019 a 13/09/2019.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados é a etapa da pesquisa onde os dados coletados são dispostos e apresentados de forma a representar os resultados do estudo. DENCKER (2007, p. 191) explica

que “o objetivo da análise é reunir as observações de maneira coerente e organizada, de forma que seja possível responder ao problema da pesquisa”. A técnica de análise de dados utilizada foi a análise de conteúdo, que BARDIN (2004, p.37) classifica como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

No trato de dados qualitativos, esta técnica é pertinente por sua capacidade de explorar a subjetividade dos temas, sem negligenciar o rigor científico necessário. Para TRIVIÑOS (1987, p.162) o pesquisador deve aprofundar a análise, desvendando o conteúdo latente expresso nos documentos, além do explicitamente manifesto. Com relação aos dados qualitativos foi utilizada a análise estatística simples.

No próximo capítulo apresentaremos os resultados do estudo, obtidos por meio da análise dos dados recolhidos com a aplicação do supracitado questionário, bem como, a discussão destes resultados e as principais conclusões.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para iniciar a apresentação e a discussão dos resultados, identifica-se o número de egressos por ano. Diversas foram as tentativas junto à Universidade, a coordenação do curso e a Comissão de Avaliação Institucional no sentido de ter acesso às informações sobre egressos, todas sem sucesso. A UERN não informou, mas também não tem informações sistematizadas.

Para encontrar os egressos foi necessário a ajuda de alguns professores que tinham os egressos em suas redes sociais, através do Facebook¹³, WhatsApp¹⁴ e Instagram¹⁵.

O envio do referido questionário foi feito através de mensagem privadas utilizando a ferramenta Survio¹⁶. E as tabelas e gráficos dos dados foram elaborados com base nos resultados obtidos do questionário foram criados com o auxílio do software Microsoft Excel¹⁷.

Os egressos que participaram nesta pesquisa foram renomeados de 1 ao 49 para uma melhor identificação e organização. Veremos a seguir um quadro com a quantidade de egressos por semestre:

Quadro 1: Respondentes por semestre

Turma	Egressos	Localizados	Respondentes	Porcentagem (%)
2012.1	17	15	0	0,0%
2012.2	2	2	2	100,0%
2013.1	21	17	3	17,6%
2013.2	13	7	7	100,0%
2014.1	18	12	3	25,0%
2014.2	5	5	5	100,0%
2015.1	13	13	4	30,8%
2015.2	5	5	4	80,0%
2016.1	11	10	3	30,0%
2016.2	3	3	3	100,0%
2017.1	15	15	4	26,7%
2017.2	6	4	4	100,0%
2018.1	11	11	7	63,6%
Total	140	119	49	41,2%

Elaboração própria (2019)

O Curso de Turismo da UERN graduou cento e quarenta (140) egressos de 2012.1 a 2018.1 segundo as informações disponibilizadas. Foram localizados cento e dezenove (119)

¹³ Facebook é uma rede social lançada em 2004. O Facebook foi fundado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, estudantes da Universidade Harvard.

¹⁴ Whatsapp é um software para smartphones utilizado para troca de mensagens de texto instantaneamente, além de vídeos, fotos e áudios através de uma conexão à internet.

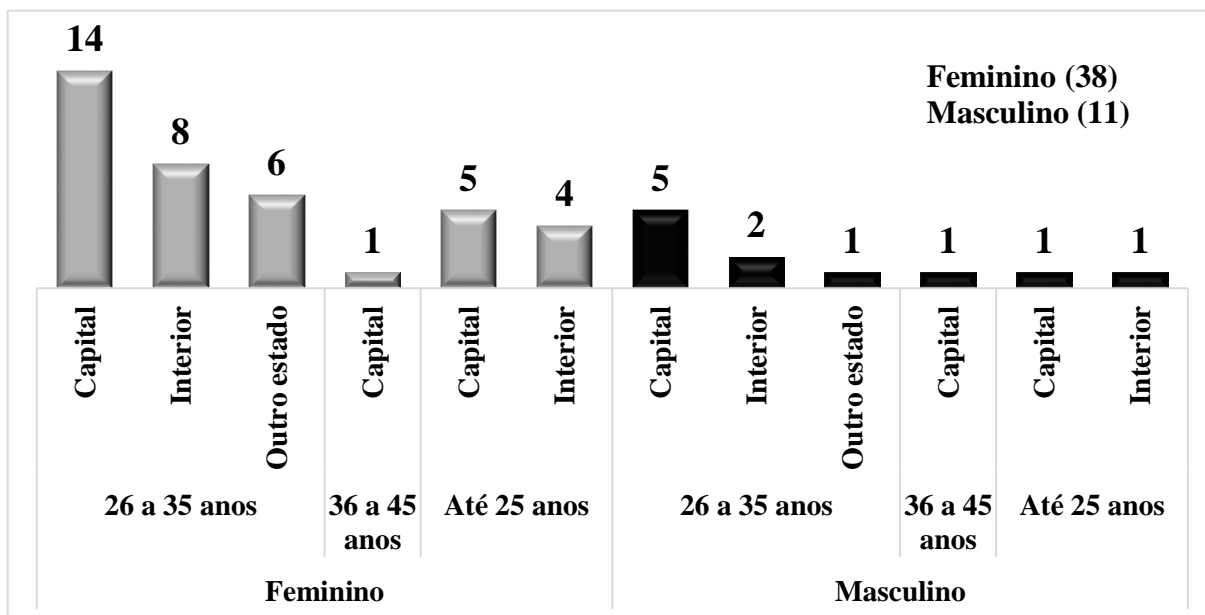
¹⁵ Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários.

¹⁶ <https://www.survio.com/br/>.

¹⁷ Excel é um programa de software que lhe permite criar tabelas e calcular e analisar dados.

egressos. Dentre estes, quarenta e nove (49) responderam ao questionário, representando um total de 41,2% da amostra original.

Gráfico 1 - Sexo, faixa etária e naturalidade



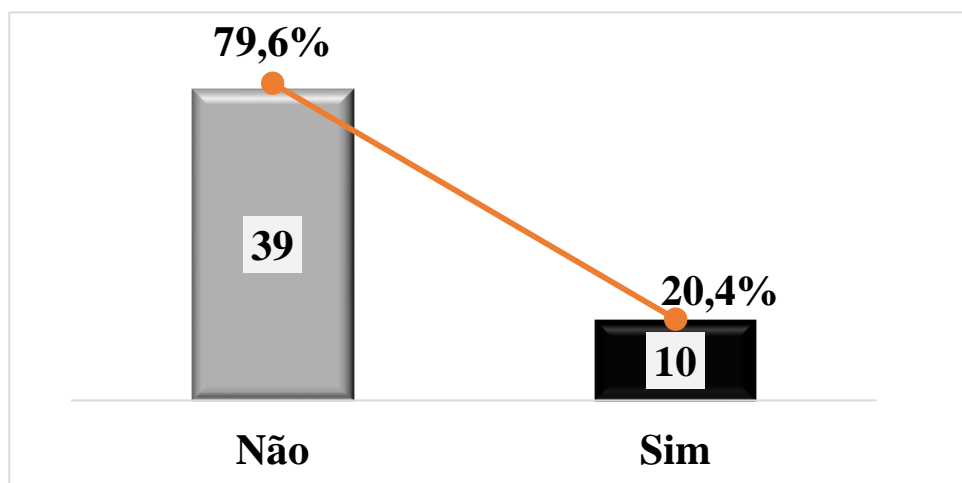
Elaboração própria (2019)

Como podemos observar no quadro acima, o maior número de respondentes é do sexo feminino, totalizando trinta e oito (38). Com relação a faixa etária das respondentes, observa-se que o maior percentual está na faixa etária de 26 a 35 anos. Quanto à origem geográfica, 14 das 38 egressas são da capital do Estado.

Quanto aos egressos do sexo masculino, obteve-se a participação de 11 respondentes sendo que a maioria está na faixa etária dos 26 a 35 anos. No tocante a origem geográfica, o maior percentual, que corresponde a 8 respondentes, é de cidades interioranas, ou seja, o curso de Turismo atrai mais estudantes do sexo feminino, que do sexo masculino.

Foi questionado aos egressos se após a graduação em Turismo houve interesse em aprender e a aperfeiçoar o conhecimento adquirido com algum outro curso voltado para a área. Vejamos a seguir o que foi respondido:

Gráfico 1: Após a sua Graduação em Turismo você fez algum curso na área?



Elaboração própria (2019)

Apenas 20,4% dos egressos tiveram interesse em adquirir e aperfeiçoar os conhecimentos com outros cursos voltados ao Turismo ou equivalentes. De modo geral, entende-se que a maioria, que corresponde a 79,6% dos respondentes, não tiveram interesse em agregar novos conhecimentos após a graduação.

No quadro 02 apresentamos quais cursos os egressos tiveram interesse em cursar após a graduação:

Quadro 2: Curso feito após a graduação

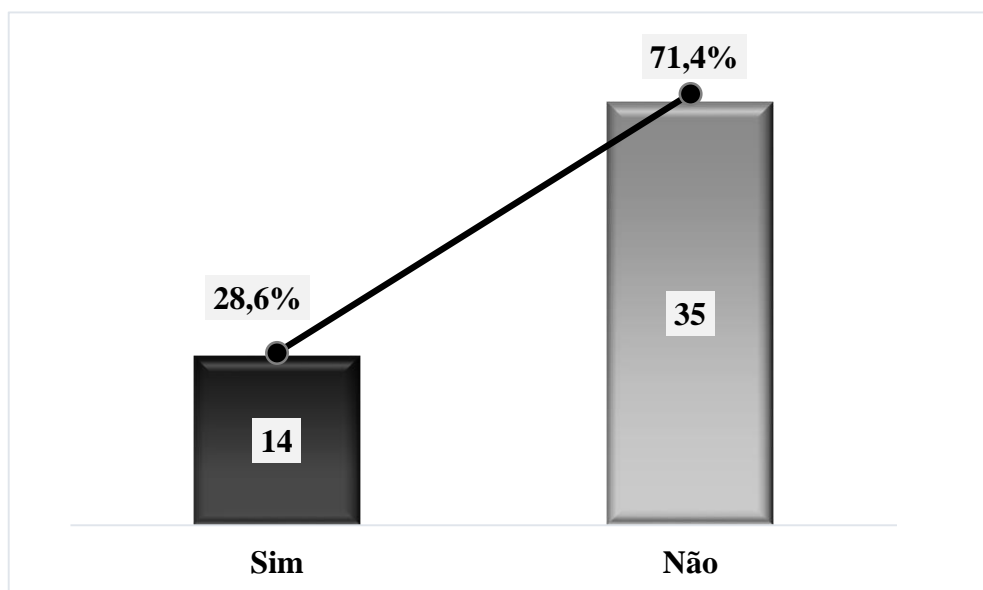
Respondentes	Curso 1	Curso 2	Curso 3
5	Gestão de pessoas	Hotelaria	
8	Eventos		
9	Enoturismo		
11	Agente de viagens	Eventos	
18	Guia de Turismo		
24	Pós-graduação	Técnico em hospedagem	
25	Guia de Turismo		
26	Eventos		
38	Guia de Turismo	Cultura	
45	Agente de viagens	Vendas	Atendimento ao público

Elaboração própria (2019)

O curso em Eventos foi o mais procurado, com três (3) egressos, seguido do curso em Guia de Turismo, com dois (2) egressos.

O gráfico a seguir, demonstra o número de egressos respondentes que estão atuando na área.

Gráfico 2: Atuação dos egressos na atividade turística



Fonte: Autor (2019)

Verificou-se, assim, que no total de quarenta e nove (49) egressos respondentes, treze (14) atuam na área, um percentual de 28,6%. E que trinta e cinco (35) egressos, que corresponde a 71,4% não atuam em nenhuma atividade ligada ao turismo.

Quanto a atuação dos egressos no setor turístico, o quadro 3, a seguir, traz os dados relativos às turmas por semestre de conclusão do curso.

Quadro 3: Egressos que atuam na atividade turística

Turma	Respondentes	Atuação no Turismo	Percentual (%)
2012.1	0	0	0,0%
2012.2	2	2	100,0%
2013.1	3	0	0,0%
2013.2	7	2	28,6%
2014.1	3	0	0,0%
2014.2	5	1	20,0%
2015.1	4	1	25,0%
2015.2	4	1	25,0%
2016.1	3	2	66,7%
2016.2	3	1	33,3%
2017.1	4	1	25,0%
2017.2	4	1	25,0%
2018.1	7	2	28,6%
Total	49	14	

Fonte: Autor (2019)

De acordo com o quadro 3 é possível verificar que os egressos respondentes de 2012.2 e 2016.1 são os que mais atuam na área com 100% e 66,7%, respectivamente.

Na questão seguinte foi solicitado que os egressos que trabalham na atividade turística informassem que atividade seria essa.

Quadro 4: Hoje você trabalha com alguma atividade ligada ao Turismo?

Atividade turística	Respondentes		
	Egresso	6	7
Microempreendedor Individual (Agência)	6	-	-
Agência de viagens	18	21	45
Enoturismo	9	-	-
Entretenimento	24	32	49
Eventos	8	10	32
Gestão Pública	32	-	-
Hospedagem	8	22	40
Marketing	38	-	-
Operadora de Turismo	14	-	-
Transporte	10	-	-

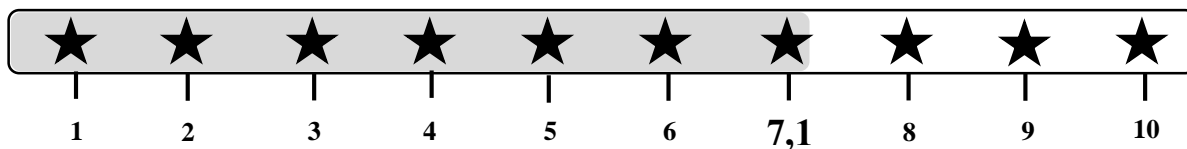
Fonte: Autor (2019)

Dos 14 egressos respondentes que trabalham na atividade turística, apenas o Egresso 6 tem a sua própria empresa. No que diz respeito a localidade onde exercem a atividade turística, são 11 no RN, 1 em PE e 1 fora do Brasil, na Austrália.

Os dados acima apresentados correspondem ao primeiro objetivo específico desta pesquisa, que foi averiguar se os egressos estão atuando na atividade turística e em qual área estão atuando.

Sobre a satisfação em exercer a atividade turística a nota foi de 7,1, em uma escala de 1 a 10, como demonstrado na régua abaixo:

Gráfico 3: Se você atualmente trabalha na atividade turística. Qual o grau de satisfação com a atividade que você exerce?



Fonte: Autor (2019)

O que significa que os egressos respondentes que atuam no setor turístico demonstraram mais satisfação do que insatisfação em atuar na área.

No quadro a seguir, apresenta-se a média salarial dos egressos respondentes que trabalham com turismo.

Quadro 5: Identificação da média salarial

Respondentes	Média Salarial	Total
Egressos 6, 18, 24, 40	Um salário	4 egressos
Egressos 8, 10, 14, 21, 22, 32, 45, 49	De dois a três salários	8 egressos
Egresso 38	De quatro a seis salários	1 egresso
Egresso 9	Acima de seis salários	1 egresso

Fonte: Autor (2019)

Na média, a maioria dos egressos respondentes ganha entre dois a três salários mínimos, com oito (8) egressos, em um total de treze (14). Cabe destacar que apenas um (1) egresso recebe de quatro a seis salários mínimos e um (1) egresso recebe em moeda estrangeira, o dólar Australiano, que de acordo com a cotação¹⁸ do dia analisado seria acima de seis salários mínimos brasileiros, em torno de R\$11.152,00

A seguir, no quadro 6, levantou-se a questão sobre o que levou os egressos a não seguirem na atividade turística.

Quadro 6: Caso você NÃO trabalhe na atividade turística, qual o motivo?

Motivo	Quant.	%
Empresário	1	2,9%
Interesse	6	17,1%
Mercado de trabalho	16	45,7%
Oportunidade de crescimento	4	11,4%
Salário	6	17,1%
Sou funcionário público	2	5,7%
Total Geral	35	

Fonte: Autor (2019)

Neste quadro verificou-se a questão dos motivos que levaram os egressos a não seguirem na atividade turística. O maior motivo, segundo os respondentes, foi o mercado de trabalho, com 45,7% (em destaque), seguido do interesse e salário, cada um com 17,1%.

Em seguida foi questionado aos egressos se, em sua opinião, o turismólogo tinha o seu valor reconhecido no mercado turístico. 100% dos 49 egressos respondentes informaram que mesmo o RN tendo um grande potencial turístico, o turismólogo não tem o seu valor reconhecido. Vejamos abaixo, no quadro 7, quais motivos levaram os egressos a essa conclusão:

¹⁸ Cotação do dólar Australiano feito no dia 11/09/2019 às 15h29 por R\$ 2,78 através do site <https://economia.uol.com.br/cotacoes/cambio/dolar-australiano-australia/>

Quadro 7: Por qual motivo o turismólogo não é reconhecido?

Motivos	Motivo 1	%	Motivo 2	%	Motivo 3	%
Concorrência	11	22,4%	5	27,8%	1	50,0%
Mercado de trabalho	9	18,4%	4	22,2%	1	50,0%
Salário	4	8,2%	-	0%	-	0,0%
Valorização	24	49,0%	9	50,0%	-	0,0%
Networking	1	2,0%				
Total Geral	49		18		2	

Fonte: Autor (2019)

Para análise foi categorizado em ordem crescente de acordo com os relatos dos respondentes e ordenado na seguinte maneira, Motivo 1, Motivo 2 e Motivo 3. A valorização foi apontada em primeiro lugar com 49,0%, o segundo motivo mais apontando foi também a valorização com 50,0% e em terceiro houve empate entre a concorrência e o mercado de trabalho.

Em relação ao primeiro lugar, esse motivo foi indicado com a justificativa que o mercado de trabalho não reconhece a graduação como um diferencial para exercer atividades ligadas ao Turismo. O Egresso 8 afirma que “Acho que não só o mercado RN, mas em todo o Brasil. O graduado não tem reconhecimento devido, várias pessoas atuam na área sem ser profissional qualificado ou com diploma”. E o Egresso 25 afirma que “A empresa, maioria das vezes, não quer saber se você é bacharel na área ou não, pois qualquer pessoa é capaz de exercer a função do bacharel, segundo eles, e acaba que a gente enquanto bacharéis ficamos desvalorizados no mercado”.

As repostas acima elucidam um dos pontos do supracitado primeiro objetivo específico deste estudo, de conhecer o que levou os egressos respondentes a atuarem ou não na área. Assim como, os dados apresentados nos ajudaram a responder ao segundo objetivo desta pesquisa, que foi verificar se o mercado de trabalho absorve esses profissionais e qual a relevância do bacharelado na área para a contratação.

No intuito de analisar o curso de Turismo ofertado pela UERN/CAN foi solicitado que os egressos atribuíssem uma nota de 1 a 10. Vejamos abaixo:

Quadro 8: Como você avalia o curso de Turismo da UERN/CAN?

Estrelas	Respostas	Percentual (%)
1	0	0,0%
2	1	2,0%
3	0	0,0%
4	1	2,0%

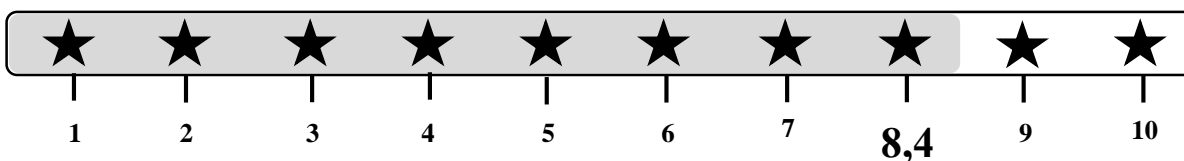
5	0	0,0%
6	1	2,0%
7	4	8,2%
8	15	30,6%
9	16	32,7%
10	11	22,4%

Fonte: Autor (2019)

A menor nota atribuída ao curso foi a nota 2,0 (em destaque) que apareceu apenas uma vez. E a nota 9,0 (em destaque) foi a mais atribuída, 16 egressos um percentual de 33,3%. Ou seja, apenas um respondente assinalou abaixo de 5 estrelas, o restante dos 49 egressos respondentes assinalaram acima de 6 estrelas, o que demonstra que a maioria fez uma avaliação positiva do curso.

A nota atribuída ao curso de Turismo da UERN/CAN foi de 8,5 como demonstrado na régua abaixo.

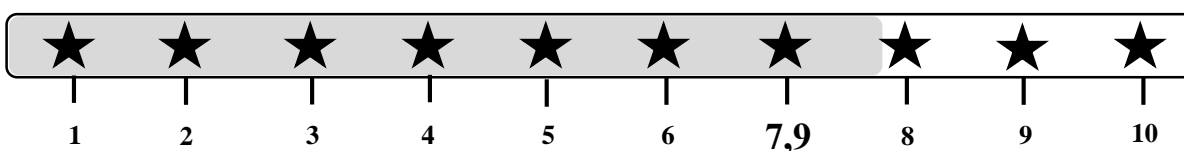
Gráfico 5: Como você avalia o curso de Turismo da UERN/CAN?



Fonte: Autor (2019)

Ainda buscando compreender o nível de satisfação com o Curso foi solicitado aos egressos que avaliassem o seu grau de satisfação com a graduação em Turismo cursado na UERN/CAN, em uma escala de 1 a 10 e o resultado foi o seguinte:

Gráfico 6: Hoje você encontra-se satisfeito com a sua Graduação no bacharelado em Turismo pela UERN/CAN?



Fonte: Autor (2019)

A média das notas atribuídas à satisfação com a referida graduação foi de 7,9 como indica a régua acima.

Os egressos atribuíram nota ao corpo docente do curso de Turismo da UERN/CAN. As notas poderiam variar de 1 a 10. O quadro 04 apresenta as respostas e o seu respectivo percentual.

Quadro 9: Estrelas atribuídas ao corpo docente da UERN/CAN

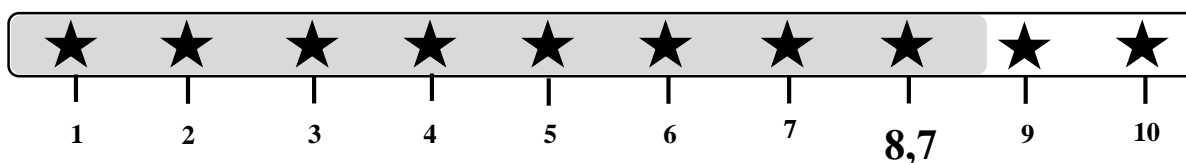
Estrelas	Respostas	Percentual (%)
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	1	2,0%
5	0	0%
6	4	8,2%
7	1	2,0%
8	10	20,4%
9	19	38,8%
10	14	28,6%

Fonte: Autor (2019)

A menor estrela atribuída ao corpo docente foi a nota 4 (em destaque) que apareceu apenas uma vez. E 9 estrelas (em destaque) foi a indicação mais atribuída por 19 egressos um percentual de 38,8%. Verifica-se que a maioria das estrelas atribuídas ficou acima de 6.

Já a nota atribuída ao corpo docente do curso de Turismo da UERN/CAN foi de 8,7 como demonstrado na régua abaixo.

Gráfico 7: Classificação de estrelas ao corpo docente

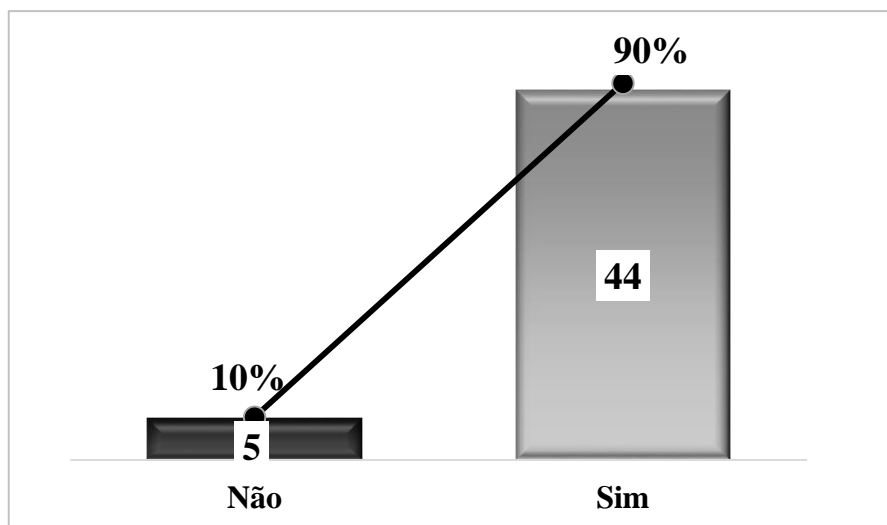


Fonte: Autor (2019)

Estes resultados demonstraram que os egressos respondentes fizeram uma avaliação positiva do Curso, bem como, do seu corpo docente.

Outra questão levantada no questionário foi se os egressos indicariam o curso de Turismo da UERN/CAN. E o resultado foi o seguinte:

Gráfico 8: Você indicaria o curso de Turismo da UERN/CAN?



Fonte: Autor (2019)

Os que responderam positivamente somam 44 egressos, o que corresponde a 90% das respostas, e os que responderam não, somam 10%.

Os que não indicariam tiveram que justificar a sua resposta, conforme apresentado no quadro a seguir:

Quadro 10: Motivo de não indicar o curso de Turismo

Respon dentes	Se não, por que não?
Egresso 5	Não há mercado para absorver a mão de obra que é qualificada.
Egresso 16	Porque não indicaria a formação em turismo. Mas o curso em si, e o corpo docente são muito bons.
Egresso 26	Falta de comprometimento por parte de alguns profissionais. Falta de liderança na coordenação (na minha época); Desorganização técnica na coordenação.
Egresso 27	Pois não tem mercado de trabalho, só tem serventia para concurso e se for preso ter cela especial kkk.
Egresso 39	Porque não tem espaço para turismólogos no mercado turístico, em outro curso "talvez" fosse melhor. Então cursar turismo seria tempo perdido.

Fonte: Autor (2019)

Para concluir esta análise, foi questionado aos respondentes se eles teriam alguma sugestão de melhoria para o curso de Turismo ofertado na UERN/CAN. Vejamos o que foi referido:

Quadro 11: Sugestão de melhoria

Motivo	Motivo 1	%	Motivo 2	%	Motivo 3	%
Comprometimento	1	2,1%	-	0,00%	-	0,00%
Estrutura do campus	3	6,3%	1	11,11%	-	0,00%
Mais aulas práticas	15	31,3%	3	33,33%	1	50,00%
Mercado de trabalho	5	10,4%	-	0,00%	-	0,00%
Metodologia de ensino	6	12,5%	1	11,11%	-	0,00%
Parcerias	2	4,2%	1	11,11%	-	0,00%
Produção científica	4	8,3%	1	11,11%	-	0,00%
Projeto de extensão	1	2,1%	-	0,00%	-	0,00%
Sem comentário	8	16,7%	-	0,00%	-	0,00%
Sindicato estudantil	1	2,1%	-	0,00%	-	0,00%
Valorização	1	2,1%	1	11,11%	-	0,00%
Visibilidade	1	2,1%	1	11,11%	1	50,00%
Total Geral	48		9		2	

Fonte: Autor. (2019)

Como se pôde observar, foram apontadas muitas sugestões de melhoria ao curso. Os dados foram colocados em ordem crescente, porém aquela que se destaca foi ter mais aulas práticas no motivo 1 com 31,1%, novamente mais aulas práticas no motivo 2 com 33,33% e no motivo 3 também foi citado mais aula prática com 50,0% junto com visibilidade do curso com 50,0%.

Para elucidar estas sugestões, foram sorteados através do site Sorteador¹⁹ algumas respostas, tais como:

Egresso 21: “O curso é muito bom, prepara muito bem o aluno para o mercado de trabalho. Acredito que a melhoria poderia existir na área de pesquisas, muitos dos alunos ingressam no curso de Turismo da UERN e desenvolvem um maior interesse nessa área, e a instituição deixa a desejar nesse quesito. ”

Egresso 45: “Mais aplicações práticas e experiência o mercado em si. ”

Entre os fatores que levam os egressos a não ingressarem e/ou desistirem de atuar em sua área de formação, está a insegurança profissional, que na opinião dos respondentes do questionário, dá-se pelos baixos salários; concorrência com graduados de outras áreas; não graduados; falta de conhecimento da importância do turismólogo; falta de concurso público. Estes dados correspondem ao terceiro objetivo específico deste trabalho, que foi refletir sobre

¹⁹ O site <https://sorteador.com.br/> sorteia itens para manter a aleatoriedade.

prováveis problemas que impedem que esses profissionais sejam absorvidos pelo mercado de trabalho na área do Turismo.

Todavia, apesar da problemática referente ao mercado de trabalho, bem como, a desvalorização dos bacharéis em turismo dentro do próprio setor turístico e o não (re)conhecimento das funções e importância destes profissionais, os resultados desta pesquisa, que teve como objetivo geral analisar a atuação profissional dos bacharéis em Turismo formados de 2012.1 a 2018.1 pela Universidade do Estado Rio Grande do Norte – UERN Campus Natal, no mercado de trabalho, demonstraram que os egressos que responderam ao questionário apresentaram, em sua maioria, satisfação com a formação recebida e fizeram uma avaliação positiva do Curso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo buscou fazer uma abordagem do turismo enquanto atividade econômica e qual a importância que os bacharéis em turismo têm nessa atividade, principalmente os egressos formados pela UERN/CAN.

A revisão bibliográfica evidenciou que a atividade turística passou por uma longa evolução, desde os deslocamentos realizados por pequenos grupos de pessoas utilizando simples meios de transportes, até a diversidade de atrativos e rapidez dos deslocamentos do mundo vigente.

Além de ser uma atividade de lazer, é também um fenômeno social que provoca mudanças no comportamento, nos padrões culturais e morais da sociedade. O turismo é um dos segmentos econômicos e sociais que aceleraram os processos de urbanização da humanidade, além do que trabalha como componente de transmissão e irradiação cultural. O turismo passou a ser um dos mais importantes setores econômicos na sociedade contemporânea e a principal atividade econômica de vários países.

Essa pesquisa procurou verificar a atuação dos egressos do curso de Turismo da UERN/CAN do semestre 2012.1 a 2018.1, uma vez que, a conquista de espaço no mercado de trabalho é um desafio enfrentado por profissionais de todas as áreas. Espera-se que os resultados e as reflexões apresentadas neste trabalho venham a ser úteis para os futuros alunos e egressos sobre a atuação no mercado de trabalho dos turismólogos formados pela UERN/CAN, estimulando o debate acerca das oportunidades e discrepâncias entre a formação acadêmica e o mercado de trabalho.

Com esse propósito, o estudo buscou identificar quais as contribuições que os turismólogos podem proporcionar ao setor, e quais os motivos de ingressarem ou não na atividade turística, bem como, sobre o que dificulta à sua contribuição com o crescimento da atividade. Vale salientar que este estudo não pode ser finalizado aqui, pois é importante acompanhar a atividade profissional dos bacharéis em turismo, graduados pela UERN, no mercado de trabalho, com o objetivo de perceber a importância do Curso para a formação de profissionais. Assim como, ter respaldo de como incentivar outros pesquisadores a explorarem diferentes vertentes a respeito dos egressos em turismo e sua atuação no mercado de trabalho.

Embora a presente pesquisa tenha respondido os objetivos a que se propôs inicialmente, ainda há muito a se investigar e estudar nesse campo. Este estudo não atingiu o número ideal esperado de egressos devido a burocracia, e a lentidão da Instituição em responder o

memorando nº 018/2019 que foi enviado dia 16/07/2019 sendo respondido apenas na data de 18/09/2019, com o parecer do setor Jurídico da UERN informando a impossibilidade devido confidencialidade de dados, o que deixa espaço para que estudos futuros possam ser elaborados com o propósito de abranger uma gama maior de estudos acerca da atividade profissional e inserção dos egressos das graduações no mercado de trabalho, não apenas do curso de Turismo, mas, dos diversos cursos ofertados pela Universidade.

No que concerne a avaliação dos cursos, A RUF²⁰ (Ranking Universitário Folha) fez sua avaliação anual do ensino superior do Brasil, feita pela Folha deste 2012. De 149 cursos de Turismo avaliados a UERN ficou em 59º lugar, atrás da UFRN 12º e a UNP em 25º.

²⁰ Notícia disponível no site: <https://ruf.folha.uol.com.br/2018/ranking-de-cursos/turismo/>

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, J.V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 6. ed. São Paulo: Ática, 1999.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em Turismo e Hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2002. Série Turismo.
- ARENDIT, Ednilson José. **Introdução à economia do turismo**. 2ª edição. Campinas, SP: Editora Alínea, 2000.
- BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. **Direito do Turismo através da história e sua evolução**. São Paulo: [s.n.], 2005. Disponível em: <www.ibcdtur.org.br/arquivos/DireitoDoTurismoHist.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.
- BALANZÁ, Isabel Mílio; NADAL, Mônica Cabo. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira, 2003.
- BARRETTO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural**. As possibilidades do planejamento. 6. ed. Campinas: Papyrus, 2001.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 7.ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- BENTES SOBRINHA, Maria Dulce P. **Produção Hoteleira: as ações do poder público e do setor privado na zona costeira do Rio Grande do Norte**. Trabalho Programado 3. Parte integrante das atividades desenvolvidas no Doutorado em Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, USP, 2001a.
- BOSISIO, A (coord.). **Breve História do Turismo e da Hotelaria**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio/Conselho de Turismo, 2005.
- CAMINHA, Pero Vaz. **Carta a El Rei D. Manuel**. São Paulo: Dominus, 1963.
- CEZAR, Therbio Felipe M. **Antecedentes históricos do turismo e da hotelaria; uma revisão**. Disponível em: <<http://www.infotecne.com.br/infotecne.cgi?flagweb=tur10>>. Acesso em: 20 mar. 2019.
- CRESWELL, J. W. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- CRUZ, Rita de Cássia. **Política de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2000.
- Curso de Turismo da UERN. Disponível em <http://www.uern.br/faculdade/faculdades.asp?fac=CANATAL&cur_cd=1023100&menu=Curso> Acesso em 20 de abr. de 2019.
- Curso Superior de Turismo. Disponível em: > <http://www.unp.br/cursos-det?course=70>.< Acesso em 20 de abr. de 2019.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 8.ed. São Paulo – Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo** - Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2005.

ECOVIAGEM TURISMO FÁCIL E INTERATIVO. Embratur completa 40 anos resgatando a história do turismo. Disponível em: <<https://ecoviagem.com.br/noticias/turismo/embratur-completa-40-anos-resgatando-a-historia-do-turismo-6328.asp>>. Acesso em: 15 abr. 2019.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes da. **Turismo e trabalho em áreas periféricas**. Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, vol. VI, nº 119 (128), 2002. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn119128.htm>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

G1. Concursos e empregos. Disponível em: <<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2012/01/governo-regula-profissao-de-turismologo-mas-veta-exigencias.html>>. Acesso em: 03 abr. 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOVEIA, Elieti Fátima de; Menezes Vanessa Oliveira de; Demczuk, Paula Grechinski. **Estágio Curricular Acadêmico: um estudo das oportunidades e aprendizado profissional dos formandos do Curso de Turismo da UNICENTRO entre os anos de 2009 a 2011**. Trabalho apresentado no VI Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 2012, Foz do Iguassu – PR.

História da UERN – Disponível em <<http://www.uern.br/administracao/admin.asp?menu=apres>>. Acesso em 02 abr. 2019.

IBGE. Biblioteca. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=444491>>. Acesso em: 23 abr. 2019.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

IPEA. Ocupação nas Atividades Características do Turismo. 2013. Disponível em:<<http://www.ipea.gov.br/portal/images/ocupao%20formal%20e%20informal%20do%20turismo%20-%20brasil%20centro-oeste%20e%20df%20-%202011.pdf>>. Acesso em 02 abr. 2019.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo: teoria e prática**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEAKEY, M. *Tourism and society*. **Oxford**: Brasil Blackwell, 1999. 138 p.

LOPES, Rosa Maria Rodrigues; ALVES, Larissa Da Silva Ferreira. **O desenvolvimento do turismo no Estado do Rio Grande do Norte a partir da ação pública**. CULTUR, Natal, v. 9, n. 3, p. 143-172, mar. /out. 2017.

MÁRCIO, R. **O Ensino do Turismo e a Formação Profissional em Turismo**. Jun/05- Revista Turismo – on-line.

- MATIAS, Marlene. **Turismo: formação e profissionalização**. Barueri: Manole, 2005.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- NAKASHIMA, S.; CALVENTE, M. **A História do Turismo: epítome das mudanças**. Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 9, n 2, p. 1-120, maio/ago. 2016.
- OMT. Organização Mundial do Turismo. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Tradução de: Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- PARAÍSO DO TURISMO. **História do Turismo no Brasil e no Mundo**. Disponível em: <<https://www.paraisodoturismo.com.br/viagens/historia-do-turismo-mundial-e-do-brasil/>>. Acesso em: 16 abr. 2019.
- PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**. Barueri/SP: Manole, 2001b.
- RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia Científica: completo e essencial para a vida universitária**. São Paulo: Avercamp, 2006.
- ROSINI, Fernando; FERREYROS, Aliada Rita Saona. **Situação profissional dos egressos da primeira e segunda turma do curso de turismo da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos-SP**. 2007 (?). Ano 1, nº 1, junho de 2006. Disponível em:<<http://www.faes0.edu.br/horusjr/artigos/Artigo08.pdf>>. Acesso em 14 abr. 2019.
- SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- SOLHA, K. T. **Evolução do Turismo no Brasil**, in: Rejowski, M. (org.) Turismo no percurso do tempo, Editora Aleph, São Paulo, 2002.
- THEOBALD, W. Significado, Âmbito e Dimensão do Turismo, in Theobald, W., Turismo Global, Ed. SENAC/SP, São Paulo, 2002.
- TRIBE, John. **Economia do lazer e do turismo**. Tradução de Maria Cláudia Pires Lopes. 2ª ed. Rev. São Paulo: Manole, 2003.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- VITRUVIUS. **Hotel reis magos descascando o debate superficial do patrimônio cultural**. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/minhacidade/15.176/5469>>. Acesso em: 23 abr. 2019.

APÊNDICE A – Questionário de pesquisa de campo

Governo do Estado do Rio Grande do Norte
Secretaria de Estado da Educação, da Cultura e do Desporto - SEED
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN
CURSO DE TURISMO



Pesquisador: _____ Data: ____ / ____ / 2019

Análise da atuação dos bacharéis em Turismo formados pela UERN - Campus Natal no mercado de trabalho

Esse questionário faz parte da composição da monografia do graduando Erick Mike da Silva, do curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte e com a orientação do Prof. Dr. Marco Antônio Cavalcanti da Rocha Junior. A pesquisa possui finalidade estritamente acadêmica e tem por objetivo avaliar a atuação dos bacharéis em Turismo formados pela UERN/CAN. Os respondentes que participam da pesquisa não serão identificados. Sua participação é muito importante. Agradecemos a atenção!

Questionário da pesquisa

1. Sexo:

Masculino

Feminino

2. Faixa de idade:

Até 25 anos

De 26 a 35 anos

De 36 a 45 anos

De 46 a 60 anos

Acima de 60 anos

3. Você é natural da capital, interior ou outro estado?

Capital

Interior

Outro estado

4. Em qual ano se formou no curso de Turismo da UERN/CAN?

2012.1

2012.2

2013.1

2013.2

2014.1

2014.2

2015.1

2015.2

2016.1

10. Se você respondeu “SIM” na pergunta 8. Você acha que o bacharelado em Turismo foi o diferencial para a sua contratação?

Sim

Não

Não trabalho na área

11. Em qual Estado você trabalha na atividade turística?

Acre (AC)

Alagoas (AL)

Amapá (AP)

Amazonas (AM)

Bahia (BA)

Ceará (CE)

Distrito Federal (DF)

Espírito Santo (ES)

Goiás (GO)

Maranhão (MA)

Mato Grosso (MG)

Mato Grosso do Sul (MS)

Minas Gerais (MG)

Pará (PA)

Paraíba (PB)

Paraná (PR)

Pernambuco (PE)

Piauí (PI)

Rio de Janeiro (RJ)

Rio Grande do Norte (RN)

Rio Grande do Sul (RS)

Rondônia (RO)

Roraima (RR)

Santa Catarina (SC)

São Paulo (SP)

Sergipe (SE)

Tocantins (TO)

Outro país

12. Se você atualmente trabalha na atividade turística. Qual o grau de satisfação com a atividade que você exerce. Sendo 1 muito insatisfeito e 10 muito satisfeito?

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

13. Qual é a média salarial que a atividade turística lhe proporciona hoje?

- | | |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Um salário | <input type="checkbox"/> De dois a três salários |
| <input type="checkbox"/> De quatro a seis salários | <input type="checkbox"/> Acima de sete salários |
| <input type="checkbox"/> Hoje eu não trabalho na área | <input type="checkbox"/> Outro |

14. Caso você NÃO trabalhe na atividade turística, qual o motivo?

- | | |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mercado de trabalho | <input type="checkbox"/> Oportunidade de crescimento |
| <input type="checkbox"/> Interesse | <input type="checkbox"/> Salário |
| <input type="checkbox"/> Trabalho na área | <input type="checkbox"/> Outro: _____ |











15. Sabemos que o RN tem um grande potencial turístico. Na sua opinião o graduado no Turismo tem o seu devido valor reconhecido?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
|------------------------------|------------------------------|

15.1 Justifique a sua resposta anterior.

Resposta: _____

16. Como você avalia o curso de Turismo da UERN/CAN? Sendo 1 muito insatisfeito e 10 muito satisfeito?

									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

17. Hoje você encontra-se satisfeito com a sua Graduação no bacharelado em Turismo pela UERN/CAN? Sendo 1 muito insatisfeito e 10 muito satisfeito?

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

18. O que você acha do corpo docente do curso de Turismo da UERN/CAN? Sendo 1 muito insatisfeito e 10 muito satisfeito?

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

19. Você indicaria o curso de Turismo da UERN/CAN?

Sim

Não

20. Se não, por que não?

Resposta: _____

21. Que sugestão de melhoria você daria para o curso de Graduação em Turismo da UERN/CAN?

Resposta: _____

ANEXO 1

Código	Disciplinas do 1º Período	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102130-1	Metodologia Científica	60	04	-	
0102131-1	Economia do Turismo	60	04	-	
0102132-1	Filosofia aplicada ao Turismo	60	04	-	
0102048-1	Gestão Contemporânea	60	04	-	
0102052-1	Teoria Geral do Turismo	60	04	-	
0102133-1	Seminários em Turismo I	30	02	-	
	TOTAL	330	22		

Código	Disciplinas do 2º Período	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102134-1	Geografia e Turismo	60	04	-	
0102135-1	Comunicação e Redação Empresarial	60	04	-	
0701041-1	Sociologia do Turismo	60	04	-	
0102136-1	História e Patrimônio Cultural	60	04	-	
0102137-1	Estatística aplicada ao Turismo	60	04	-	
0102138-1	Laboratório de Turismo I	30	02		
	TOTAL	330	22		

Código	Disciplinas do 3º Período	C/H	C.R.	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102139-1	Território, paisagem e Turismo	60	04	-	
0102140-1	Turismo e Meio ambiente	60	04	-	
0102141-1	Hospitalidade	30	02	Teoria Geral do Turismo	
0102142-1	Legislação Aplicada ao Turismo	60	04	-	
0402026-1	Língua Inglesa Instrumental I	60	04		
0102143-1	Seminários em Turismo II	30	02	-	
	TOTAL	300	20		

Código	Disciplinas do 4º Período	C/H	C.R.	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102054-1	Marketing de Serviços Turísticos	60	04		
0102144-1	Gestão de Eventos	45	03		
0102901-1	Laboratório de Eventos	15	01	#	
0102145-1	Planejamento e Organização do Turismo I	45	03	Teoria Geral do Turismo	
0102902-1	Laboratório de Planejamento e Organização do Turismo I	15	01	#	

0102146-1	Hotelaria	60	04	Hospitalidade	
0102147-1	Transportes turísticos	60	04		
0102148-1	Laboratório de Turismo II	30	02		
	Optativa	30	02		
	TOTAL	360	24		

Código	Disciplinas do 5º Período	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102149-1	Gestão de Pessoas em Turismo I	60	04		
0102150-1	Promoção Turística	45	02	Marketing de Serviços Turísticos	
0102903-1	Laboratório de Promoção Turística	15	01	#	
0102151-1	Planejamento e Organização do Turismo II	45	03	Planejamento e Organização do Turismo I	
0102904-1	Laboratório de Planejamento e Organização do Turismo II	15	01	#	
0102152-1	Turismo e Cultura	30	02		
0102153-1	Agências de Viagens	60	04		
0102107-1	Estágio Curricular Supervisionado I	180	12	Todas até o 4º período	
	Optativa	30	02		
	TOTAL	480	32		

Código	Disciplinas do 6º Período	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102154-1	Lazer e Entretenimento Turístico	45	03		
0102905-1	Laboratório de Lazer e Entretenimento Turístico	15	01	#	
0102155-1	Gestão de Alimentos e Bebidas	45	03	Hotelaria	
0102906-1	Laboratório de Gestão de Alimentos e Bebidas	15	01	#	
0402094-1	Língua Espanhola Instrumental I	60	04		
0102108-1	Estágio Curricular Supervisionado II	180	12	Estágio Curricular Supervisionado I	
0102025-1	Empreendedorismo	60	04		
	Optativa	30	02		
	TOTAL	450	30		

Os Laboratórios de Eventos, Planejamento e Organização do Turismo I, Promoção Turística, Planejamento e Organização do Turismo II, Lazer e Entretenimento Turístico, Gestão de Alimentos e Bebidas somente poderão ser cursados simultaneamente as disciplinas base (teóricas), posteriormente ou em caso de aproveitamento desta.

Código	Disciplinas do 7º Período	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102059-1	Qualidade em Serviços Turísticos	60	04	Marketing de Serviços Turísticos	

0102156-1	Gestão de Empreendimentos Turísticos	30	02	Gestão Contemporânea	
0102157-1	Políticas Públicas em Turismo	30	02		
0102064-1	Estudo de Viabilidade de Projetos Turísticos	60	04		
0102109-1	Seminário de Monografia I	60	04	*	
	Optativa	30	02		
	TOTAL	270	18		

* **Pré –Requisitos para a disciplina Seminário de Monografia I:** Metodologia Científica, Gestão Contemporânea, Teoria Geral do Turismo, Filosofia aplicada ao turismo, Economia do turismo, Geografia e turismo, Comunicação e Redação Empresarial, História e Patrimônio Cultural, Sociologia do Turismo, Estatística aplicada ao Turismo, Território, paisagem e Turismo, Turismo e Meio ambiente, Hospitalidade, Legislação Aplicada ao Turismo, Gestão de Eventos, Planejamento e Organização do Turismo I, Planejamento e Organização do Turismo II, Promoção Turística, Hotelaria, Transportes turísticos, Marketing de Serviços Turísticos, Gestão de Pessoas em Turismo I, Turismo e Cultura, Agências de Viagens, Lazer e Entretenimento Turístico, Gestão de Alimentos e Bebidas.

Código	Disciplinas do 8º Período	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102051-1	Ecoturismo	30	02	Turismo e Meio Ambiente	
0102110-1	Seminário de Monografia II	60	04	Seminário de Monografia I	
0102129-1	Análises de Sistemas de Informações Gerenciais	60	04		
	Optativa	30	02		
	Optativa	30	02		
	TOTAL	210	16		

Atividades Complementares	Carga/h
Extensão, seminários, conferências, congressos e outras atividades acadêmicas.	120 (15 pontos)
Total de Créditos de Atividades Complementares = 08	
Total de Disciplinas Optativas	180
Total de Disciplinas Obrigatórias	2730
TOTAL GERAL DO CURSO DE TURISMO	3030
TOTAL GERAL DE CRÉDITOS DO CURSO DE TURISMO	192

DISCIPLINAS OPTATIVAS

Código	Disciplinas	C/H	C.R	Pré-requisitos	Deptº Origem
0102158-1	Análise Comercial I	30	02		
0102159-1	Análise Comercial II	30	02	Análise Comercial I	
0102160-1	Análise dos Fluxos Turísticos	30	02	Estatística Aplicada ao Turismo	
0102161-1	Avaliação da Sustentabilidade do Produto Turístico	30	02		

0102085-1	Cerimonial e Protocolo	30	02		
0102162-1	Comportamento do Consumidor em Turismo	30	02	Marketing de Serviços Turísticos	
0102163-1	Comportamento Organizacional	30	02		
0102077-1	Comunicação e Oratória	30	02		
0102164-1	Consultoria em Turismo e Hotelaria	30	02		
0102165-1	Controle de Materiais	30	02		
0102078-1	Controles em Hotelaria	30	02	Hotelaria	
0102166-1	Elaboração de Artigos Científicos	30	02	Metodologia Científica	
0102167-1	Elaboração de Roteiros Turísticos	30	02		
0102082-1	Etiqueta e Postura Profissional	30	02		
0102168-1	Gerência Comercial Hoteleira I	30	02	Hotelaria	
0102169-1	Gerência Comercial Hoteleira II	30	02	Gerência Comercial Hoteleira I	
0102084-1	Gerência de Hospedagem	30	02	Hotelaria	
0102170-1	Gestão de Pessoas II	30	02	Gestão de Pessoas I	
0102171-1	Gestão do Conhecimento	30	02		
0102172-1	Instrumentação à informática I (Office, e internet)	30	02		
0102173-1	Introdução à Análise Multivariada de Dados I				
0102174-1	Introdução à Análise Multivariada de Dados II			Introdução à Análise Multivariada de Dados I	
0102175-1	Introdução à docência em Turismo	30	02		
0402095-1	Língua Espanhola Instrumental II	60	04	Língua Espanhola Instrumental I	
0402109-1	Língua Inglesa Instrumental II	60	04	Língua Inglesa Instrumental I	
0401054-1	Língua Portuguesa Instrumental I	60	02		
0102176-1	Matemática Comercial e Financeira	30	02		
0102177-1	Normalização e Certificação do Turismo	30	02		
0102179-1	Pesquisa de Mercado	30	02	Marketing de serviços turísticos e Estatística aplicada ao turismo	
0102178-1	Gestão de Eventos II	30	02	Gestão de Eventos I	
	Planejamento Estratégico	30	02		
0102181-1	Psicologia aplicado ao Turismo	30	02		
0102182-1	Relacionamento e Mercado	30	02		
0102183-1	Segmentação e tendências do turismo contemporâneo	30	02		
0102184-1	Seminários Avançados do Turismo	30	02		
0102185-1	Softwares Aplicados no Turismo	30	02		
0102186-1	Técnicas de pesquisa científica	30	02		

0102187-1	Tópicos Contemporâneos do Turismo	30	02		
0102188-1	Turismo de Aventura	30	02		
0102189-1	Turismo e Desenvolvimento Local	30	02		
0102190-1	Turismo e Educação	30	02		
0102191-1	Turismo e Responsabilidade Social	30	02		
0102192-1	Turismo pedagógico	30	02		
0102193-1	Turismo Rural	30	02		
0102081-1	Turismo Sertanejo	30	02		
0102194-1	Turismo, Cultura e Desenvolvimento Social	30	02		

ANEXO 02

Atividade	Data / Período	Observações
Apresentação da disciplina e revisão dos Projetos (temas)	14/02 a 21/02	Com a Professora de TCC
Definição dos Orientadores	21/02	Com o Professor de TCC
Primeira orientação com o Orientador	20/02	Com o Professor Orientador
Entrega da proposta do projeto de Monografia	28/02	Entrega para a Professora de TCC
Entrega dos possíveis argumentos	11/03	Entrega para o Professor Orientador
Orientação do projeto de Monografia	04/04 e 05/04	Entrega para o Professor Orientador
Banda examinadora escolhida para defesa do projeto	14/05	Junto com o orientador foi escolhida a banca
Entrega do projeto para correção	15/05	Entrega para o Professor Orientador
Criação da apresentação em PPT	16/05 a 17/05	Entrega para o Professor Orientador
Entrega do projeto para correção	17/05	Entrega para o Professor Orientador
Correção final do projeto de Monografia aprovada	18/05	Projeto autorizado pelo Professor Orientador
Defesa do projeto de Monografia	20/06	Organizada pelo orientador
Entrega do projeto da monografia com as correções apontadas pela banda examinadora.	05/06	Enviar para a professora de TCC Rouseane via e-mail o projeto.

Orientação	24/06	Com o Professor Orientador
Início das aulas de monografia II	27/06	Com a Professora de TCC
Aberta a solicitação junto da DIRCA dos egressos de 2012.1 a 2018.1.	16/07	Através de e-mail para a DIRCA auxiliado pela secretaria do curso e o coordenador.
Apresentação do TCC para turma de monografia II	18/07	Com a Professora de TCC.
Envio do rascunho da monografia para possíveis correções da metodologia e do questionário.	26/07	Com o Professor Orientador.
Orientação.	01/08	Com o Professor Orientador.
Orientação.	08/08	Com o Professor Orientador.
Orientação.	22/08	Com o Professor Orientador.
Envio do rascunho dos resultados para possíveis correções.	11/09	Com o Professor Orientador.
Entrega da monografia	20/09	Na coordenação do curso de Turismo
Apresentação da monografia	30/09 a 02/10	CITEC