

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**

**MARISA CSORDAS**

**O Turismólogo como Agente Social: Limites e Possibilidades**

**Mestrado em Ciências Sociais**

**São Paulo  
2009**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

MARISA CSORDAS

**O Turismólogo como Agente Social: Limites e Possibilidades**

Mestrado em \_\_\_\_\_

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dra. Marisa do Espírito Santo Borin.

São Paulo  
2009

Banca Examinadora:

---

Prof<sup>ª</sup> Dra. Marisa do Espírito Santo Borin  
Orientadora

---

Prof<sup>ª</sup> Dra. Dulce Maria Tourinho Baptista

---

Prof<sup>ª</sup> Dra. Maria Cecília Damas Gaeta

## **Agradecimentos Especiais**

Aos meus pais, por terem acreditado em mim me bancando novamente por longos anos e principalmente por me mostrarem a importância dos estudos.

À Professora Marisa pelo acolhimento, esforço e coragem.

À professora Carmem Junqueira pelos conselhos tão certos e contribuições sábias.

Aos professores Paulo Edgar e Lucio Flávio pela amizade.

Às professoras Dulce e Cecília pela disponibilidade.

Ao Eduardo da Policentro por ter infringido a lei dezenas de vezes por mim, fotocopiando livros e mais livros que não teria condições de comprá-los, sempre disponível e prestativo.

Aos meus alunos que colaboraram respondendo a pesquisa de campo e amigos profissionais do turismo, que tornaram possível a conclusão desta pesquisa, pois ao longo de mais de 20 anos me ensinaram a ser a profissional que hoje sou.

A alguns amigos que sempre com as palavras certas nos momentos certos, me deram a paciência, sabedoria, entusiasmo e companheirismo tão necessários em situações críticas, assim como material valioso para os meus estudos.

Registrar seus nomes, cujo apoio e auxílio possibilitaram a concretização desse encerramento de ciclo de longos anos e início de novos caminhos seria injusto demais; porém essas luzes e referências se manterão presentes em cada gesto, em cada pensamento e em cada atitude da minha vida.

**" Não é a força, mas a perseverança que realiza  
grandes coisas".**

Samuel Johnson

## RESUMO

A presente dissertação tem como objetivo analisar a formação do bacharel em turismo, para se entender e identificar as suas reais possibilidades e limites de atuação profissional, especificamente no campo social. Partiu-se da hipótese de que a sociedade e o próprio mercado turístico é induzido a ver o profissional de turismo prioritariamente relacionado somente a funções administrativas e econômicas, em virtude de um marketing direcionado para a sua formação e atuação. O estudo analisa a ocupação do profissional do turismo, identificando suas capacidades de atuação e avaliando suas competências nesse campo. Utilizou-se como base teórica autores do Turismo e da Sociologia do Trabalho. A abordagem metodológica escolhida se deu pela análise comparativa dos currículos e ementas que são oferecidos nos cursos superiores de turismo de duas instituições com culturas e intenções distintas. Através de questões aplicadas a alunos, aos profissionais que atuam no campo social do turismo e aos “leigos” que não estão inseridos no setor, procura-se conhecer suas percepções sobre os limites e possibilidades de atuação do turismólogo no campo social.

**Palavras-chave:** Campos Sociais do Turismo, Formação do Bacharel em Turismo, Perfil Profissional do Turismólogo e Planos Curriculares dos Cursos de Turismo.

## ABSTRACT

This dissertation aims to identify potential working opportunities for the graduated professionals in Tourism who intend to accomplish activities related with Social Sciences. The human focus specially given to this paper is due to the misjudged view taken by the society and by the touristic market itself that the graduated professionals in Tourism are prepared only to work in supportive, administrative or financial positions. This study evaluates currently curriculum offered at the Tourism graduation courses to check if these curriculum confer the necessary applied and social human skills to the Tourism professionals. Discussions on the curriculum adequacy are based on classical postulates from Sociology and Tourism, like Human Behavior in Work. The field methodology comprehended a comparative analysis between the curriculum of Tourism graduation courses offered by two renown Universities with different cultural and goal approaches. Also an inquiry was called from laymen and Tourism professionals and students already working in activities related to Social Sciences in order to compare their impressions and opinions about the Tourism usual duties and assignments. Data collected from the methodology applied above is a powerful instrument to know the real possibilities and Limits for the tourism's professional work in social application areas.

**Key Words:** Social Application of Tourism, Tourism Education, Professional's Tourism Profile and Tourism's Subjects of Structure Plain.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	01
1. Objetivos .....	07
2. Procedimentos Metodológicos .....	10
3. A Estrutura do Trabalho .....	22
 <b>CAPÍTULO 1. Fundamentos do Trabalho e o Turismo</b> .....	 25
1.1. O Turismólogo e as relações com o mercado do turismo .....	39
 <b>CAPÍTULO 2. As estruturas do Turismo no Campo Social e seus segmentos</b> ....	 48
2.1. Turismo Ecológico .....	67
2.2. Turismo Rural .....	75
2.3. Turismo Cultural .....	78
2.4. Turismo Étnico .....	89
2.5. Turismo Pedagógico .....	94
2.6. Turismo Social .....	99
2.7. Limites e possibilidades de atuação do turismólogo no campo social ...	108
 <b>CAPÍTULO 3. A formação Profissional do Turismólogo: Uma análise de dois cursos institucionais</b> .....	 119
3.1. As universidades pesquisadas .....	131
3.2. O curso de turismo com ênfase humanística. Universidade A .....	132
3.2.1 Plano curricular e ementa do curso de turismo. Universidade A	138
3.3. O curso de turismo com ênfase mercadológica. Universidade B .....	143
3.3.1 Plano curricular e ementa do curso de turismo. Universidade B	153
3.4. A análise comparativa dos planos curriculares dos dois cursos avaliados	156

3.5.	Resultados e Análises dos questionários .....	165
3.5.1	Resultados e Respostas dos Alunos .....	166
3.5.2.	Resultados e Respostas dos Profissionais do Turismo .....	172
3.5.3.	Resultados e Respostas dos “Leigos” da Área Turística .....	180
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>		<b>188</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>		<b>196</b>
<b>ANEXOS</b>		
Anexo 1	“Questionário de Alunos” .....	202
Anexo 2	“Questionário Profissional” .....	204
Anexo 3	“Questionário Geral” .....	206
Anexo 4	“Artigo Promocional” .....	208
<b>ÍNDICE DOS QUADROS</b>		
<b>CAPÍTULO 3. A formação Profissional do Turismólogo: Uma análise de dois cursos institucionais .....</b>		
		<b>119</b>
Quadro 3.1:	Matriz Curricular. Universidade A .....	139
Quadro 3.2:	Matriz Curricular. Universidade B .....	154
<b>ÍNDICE DAS TABELAS</b>		
<b>CAPÍTULO 3. A formação Profissional do Turismólogo: Uma análise de dois cursos institucionais .....</b>		
		<b>119</b>
Tabela 0.1:	Perguntas de Pesquisa e Instrumentos de Coleta .....	165
Tabela 1.1:	Idade .....	166
Tabela 1.2:	Sexo .....	166
Tabela 1.3:	Tempo de Formação.....	167
Tabela 1.4:	A importância da Disciplina de Sociologia para o Turismo .....	168
Tabela 1.4.1:	Justificativa da Resposta .....	168
Tabela 1.5:	O que gostaria de estudar na disciplina de Sociologia .....	168

Tabela 1.6:	Conhecimento quanto disciplinas de formação nas Ciências Sociais	169
Tabela 1.7:	Pretensão de trabalhar na área social do Turismo .....	169
Tabela 1.8:	Profissional ou não do Turismo .....	170
Tabela 1.8.1:	Área de atuação dos alunos profissionais entrevistados .....	170
Tabela 1.9:	A disciplina de Sociologia quanto a suprir a expectativa do turismólogo	171
Tabela 2.1:	Idade .....	173
Tabela 2.2:	Sexo .....	174
Tabela 2.3:	Formação .....	174
Tabela 2.3.1:	Década de Formação .....	174
Tabela 2.4:	Profissional teve formação com disciplinas de Sociologia .....	175
Tabela 2.5:	A importância da Sociologia para a formação profissional .....	176
Tabela 2.6:	Atividade dos entrevistados .....	176
Tabela 2.6.1:	Utilização dos conhecimentos na atividade profissional .....	176
Tabela 2.6.2:	Frequência de aplicabilidade dos conteúdos da disciplina no trabalho ....	176
Tabela 2.7:	Conhecimento sociológico aplicado ao trabalho e sua procedência .....	177
Tabela 2.7.1:	O conteúdo da Sociologia quanto a suprir as necessidades do trabalho ..	177
Tabela 2.8.:	Fator de importância para a contratação .....	178
Tabela 3.1:	Idade .....	180
Tabela 3.2:	Sexo .....	181
Tabela 3.3:	Profissão .....	181
Tabela 3.4:	Conhecem profissionais formados na área .....	181
Tabela 3.5:	Exercem ou não a profissão .....	182
Tabela 3.6:	Locais de trabalho atribuídos ao turismólogo .....	184
Tabela 3.7	Opções de disciplinas de formação em uma faculdade de Turismo .....	187

## I – INTRODUÇÃO

As condições sócio-econômicas no Brasil mudaram muito nas últimas décadas, e geraram transformações no contexto social e em várias áreas profissionais, dentre elas no campo executivo e educacional da profissão do bacharel em turismo. Por esse motivo, há necessidade de se realizar estudos mais profundos nessa área, que sejam mais voltados para o potencial da profissão, com o objetivo de compreender, entre outros aspectos, a interdisciplinaridade que existe com outros profissionais das ciências sociais.

Assim sendo, o trabalho analisa a formação do bacharel em Turismo, para se entender e identificar seu campo de possibilidades e de sua atuação na sociedade. Parte-se do pressuposto que os alunos e os formados em turismo não conhecem todas as potencialidades de sua atuação em outras áreas, se não aquelas com enfoques administrativos e econômicos.

O tema surgiu a partir da minha atuação como educadora social em uma ONG, onde se capacitavam docentes do ensino fundamental e médio para as disciplinas relacionadas ao turismo, promovendo a educação para o turismo, e principalmente, na inquietação é verificar se os bacharéis em turismo podem atuar nos campos das ciências sociais.

O turismólogo sofre das dificuldades características de estar ligado a uma área de conhecimento inter e multidisciplinar; ou seja, o profissional deve buscar instrumentos e se complementar em outras ciências. De acordo com BARRETO (2000):

“É impensável um cientista que possa pesquisar os impactos sociais, culturais, ambientais, macro e microeconômicos, os impactos psicológicos, os fenômenos de interação, motivações, e que ainda possa planejar, executar e gerenciar não somente o fenômeno em si, mas todos os equipamentos e infra-estrutura necessários para que isso aconteça. Dessa forma, é preciso que administradores contribuam com seu conhecimento para gerenciar empresas de turismo, os economistas para a otimização dos aspectos financeiros, os profissionais de educação física para as atividades de

recreação (...) o concurso de geógrafos e biólogos para verificar os impactos no meio natural, a antropologia para os impactos socioculturais, a sociologia e a ciência política tanto na pesquisa pura quanto na pesquisa aplicada ao planejamento do turismo, verificando o que é causa e o que é consequência da atividade.. O turismo precisa e aceita outras ciências para seu estudo e manejo” (BARRETO, 2002, p.48)

É consenso de que as áreas de conhecimento e a profissionalização do formado em turismo devem ser complementadas por outras áreas. Barreto (2002) em sua obra, afirma que nos cursos de turismo, há docentes que vem de outras ciências e de campos profissionais distintos, que por um lado contribuem para a interatividade, mas por outro, não contemplam as exigências formais e quase exclusivas dos cursos de turismo. Isso se deve porque o turismo é um campo de saber que ainda está sendo explorado, o que torna mais difícil o trabalho do docente, cuja formação também é complexa e demora a ser construída. Por isso, é essencial para a contribuição de novos conhecimentos, a interação com outras instituições e docentes, a fim de se obter trocas e acúmulos de experiências.

Segundo as pesquisas sobre a produção do saber turístico de Moesch (2002),

“(...) a diversidade dos tipos de estudo efetuados na área, espelha a interdisciplinaridade do seu objeto. Paradoxalmente, há que reconhecer nos estudos já publicados, o tratamento reducionista dado ao objeto turístico. Boa parte destas análises ora enfoca sob a égide economicista, ora sob a ótica sistêmica, tratando-o como um sub-sistema, o enfoque parte de uma premissa determinista e acaba sendo analisado sob os cânones da especialização de cada disciplina que o constitui (...)” (MOESCH, 2002, p.13)

A interdisciplinaridade auxilia a quebrar alguns paradigmas, pois em turismo a união de conhecimentos que formam as matrizes curriculares do curso, traz uma mescla de ciências, e não é mais possível vê-las de forma isolada e segmentada. Por esse motivo, busca-se uma análise constante das necessidades de formação do profissional, e isto deve ser refletido no momento em que há flexibilização para as atividades complementares, porque além da sua

formação teórica, ele estará sendo preparado para lidar com as dificuldades de um mercado em constante mudança. (ALEXANDRE,2006,p.64).

Um dos questionamentos levantados nesse trabalho é o da possibilidade da sociedade e do próprio mercado turístico ser induzido em ver o profissional prioritariamente relacionado a funções administrativas ou econômicas, em virtude de um marketing focado à formação única às atividades de gestor ou consultor de empresas turísticas.

Uma das análises propostas neste trabalho se dá pela pesquisa dos currículos e ementas que são oferecidos nos cursos superiores de duas universidades de turismo da cidade de São Paulo, com culturas e propostas distintas, para que se entendam os interesses e as competências adquiridas dos formados que trabalham, ou não, na área social do turismo. Também é apresentada a pesquisa bibliográfica, que fundamenta os segmentos do turismo que oferecem condições para se operacionalizar a administração das atividades e projetos sociais do turismólogo como agente e consultor. Essa contextualização se faz necessária, quando se supõe, que as pessoas desconhecem as reais potencialidades de atuação e caminhos profissionais do turismólogo. Conjuntamente, através de questionários direcionados a grupos distintos (entre eles, alunos de turismo, profissionais do setor e leigos da área) e a análise levantada desses resultados, torna possível entender que alguns paradigmas relacionados à atuação e formação do bacharel em turismo devem ser quebrados.

O paradigma consiste em uma estrutura que gera novas teorias por ser aceita pela maioria dos cientistas de uma determinada comunidade, que tentam eliminar controvérsias existentes a respeito de determinados fundamentos. Este consenso é sadio para a construção de uma base – às vezes provisória – que sustente a reflexão. Kuhn (2001) identificou uma estrutura comunitária, na qual os participantes são submetidos à iniciação profissional e a educação similares, o que os leva a compartilhar os mesmos paradigmas. Dessa forma, o estudo do paradigma deve começar pela identificação dos grupos responsáveis dentro da

comunidade científica. Quando um paradigma deixa de fornecer as respostas para as soluções dos problemas do grupo, ocorre a “revolução científica”, a qual Kuhn especifica. Geralmente as mudanças são decorrentes de crises e os novos paradigmas se constroem em função das novas exigências do momento, ou quando as respostas anteriores se tornam insatisfatórias.

Cabe salientar que a análise no âmbito da economia ressalta também uma prática determinista. Um dos cientistas pré-paradigmáticos do turismo Fuster (FUSTER apud Barreto et al, 2002), afirma que os economistas fizeram sua entrada nessa investigação do turismo na primeira metade do século XX e o fizeram com fervor, a ponto de ter sido a economia turística a área de maior produção bibliográfica até hoje. Não é de se estranhar este efeito economicista, como o primeiro a ter despertado atenção dos especialistas nos estudos turísticos. O conceito econômico está representado pela prática, a materialização ideológica do fenômeno turístico, daí sua percepção, seu significado, dentro de uma formação social capitalista. (MOESCH, 2002, p.58).

Considerando que a transmissão do conhecimento científico cabe ao ensino, este é um dos pontos fundamentais da dinâmica de adoção de determinado paradigma ou de sua substituição (DENCKER, 2002, p.35).

Levantados os construtos teóricos através de estudiosos do trabalho e do turismo, a análise orienta este trabalho para alguns objetivos. O Turismo é uma área de conhecimento que necessita ser complementada em áreas como a Educação, Antropologia, Geografia, Psicologia, História, Sociologia, Direito, etc.

Essa multidisciplinaridade em campos das ciências sociais, também faz do turismólogo um cientista do social, e talvez o grande problema dos profissionais do turismo hoje é a não compreensão e valorização dessa importância, não só pelos próprios profissionais, mas por parte das pessoas que não estão diretamente ligadas à área. A pesquisa esclarece essa real necessidade e importância do profissional no campo social, e

complementa-se com o entendimento da possibilidade de se reconhecer a futura profissão do turismólogo, para um “status” das profissões tradicionais dessa área, já que apresenta-se sua necessidade de inserção em grupos interdisciplinares de trabalho.

A interdisciplinaridade, entendida como uma integração de dois ou mais componentes curriculares na construção de um conhecimento, auxilia nas distorções e problemas causados pelo excesso de especialização e fragmentação das disciplinas. Dencker (2002) afirma que a crítica que se faz a esta separação entre as disciplinas, é semelhante ao trabalho fragmentado da economia capitalista em que trabalho intelectual e manual, teoria e prática não se misturam. A interdisciplinaridade ainda não possui um método de aplicação, muito dos projetos são tentativas que vão ao encontro com a base do processo que é o professor, e estes muitas vezes retornam a antigas práticas, por falta de orientações sobre como proceder. Em algumas situações trabalham quase por idealismo, pois as estruturas burocráticas das instituições de ensino apresentam dificuldades em se adaptar a essas exigências. Os sistemas de carreiras ainda existentes contribuem para a competição, o individualismo e o personalismo que comprometem muitas vezes a formação de equipes eficientes de trabalho com base no comportamento solidário.

Deve-se levar em consideração que para aprovar um currículo de curso superior em turismo, muitas instituições de ensino se equivocam ao entender a interdisciplinaridade, como “pegar emprestado” disciplinas e professores de outros cursos para ministrarem aulas, sem um projeto pedagógico bem estruturado, sem as concepções das competências que serão desenvolvidas em cada disciplina e sua importância social. Ao ensinar História e Geografia, por exemplo, deveria se ensinar as noções do Turismo enfocados nos fundamentos dessas disciplinas, mas simplesmente se reproduz o conhecimento de História ou Geografia do segundo grau, os docentes não constroem metodologias próprias com os conhecimentos e teorias do turismo, assim a interdisciplinaridade pode se tornar um fator negativo na formação

do aluno, por falta de integração dos professores e dos currículos. Transforma o aluno em generalista sem consciência de onde realmente pode atuar. (BARRETO, 2001).

Entende-se que desde o momento da sua formação, de acordo com os resultados das análises desse trabalho, o estudante não seja preparado para a análise e reflexão das questões sociais as quais o turismo abrange e faz parte. Ser um profissional da área de turismo exige uma preparação ampla, como se verá no capítulo específico sobre o mercado de trabalho no turismo.

A pesquisa no campo turístico sugere o auxílio de fundamentação científica, que ofereça subsídios tanto para o pesquisador como para os empresários do setor turístico. A pesquisa desenvolvida desse trabalho aborda alguns caminhos de análise, como a definição do que seja o modelo do turismo comunitário e sustentável, o mercado de trabalho nessa área entre os limites e possibilidades de atuação, quem são os profissionais ou os formados que trabalham na área social do turismo. A fundamentação foi construída e desenvolvida em autores da Sociologia do Trabalho, da Educação e do Turismo como Braverman (1987), Hirata (1977), Bourdier (1998), Perrot (2000), Barreto (2006), Coriolano (2006), Moesch (2002), Almeida (2006), Krippendorf (1987) e outros; esses fundamentos são analisados a partir das categorias do trabalho e emprego.

Na fundamentação histórica, verificam-se todos os processos do trabalho assalariado, bem como do próprio trabalhador estabelecido na cidade de São Paulo, migrado do campo ou diretamente de seus países, no caso dos imigrantes, essa base de conhecimentos auxiliou na compreensão de como se construiu uma sociedade baseada na imagem da administração.

Menciona-se novamente a questão da imagem, quando se estabelece que através das faculdades, do poder público e da mídia, se vende um Marketing não completo de um conjunto de informações do profissional do Turismo e de suas atribuições.

A pesquisa com esse recorte sociológico encontra justificativa, pela existência reduzida de produções acadêmicas com este enfoque. A discussão sobre a atuação do profissional do turismo vem ocorrendo em diversos países, porém, a literatura em língua portuguesa sobre este assunto ainda é limitada, embora apresente um crescimento nos últimos anos.

## **1. Objetivos da Pesquisa**

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a formação do bacharel em turismo, para se entender e identificar as suas reais possibilidades e limites de atuação profissional, especificamente no campo social.

Analisa-se a sua formação acadêmica, para se entender e identificar seu campo de atuação na sociedade. Desse modo, são comparados os cursos de duas universidades de turismo, ambas particulares e confessionais, dentro da cidade de São Paulo, com objetivos e culturas distintas. Uma com perfil humanístico – Universidade A – e a outra com perfil mercadológico – Universidade B. A pesquisa se dá através das matrizes curriculares de ambos cursos de turismo e das ementas das disciplinas ligadas às Ciências Sociais, com a intenção de se entender se os egressos saem com conhecimentos, interesses e se são formados dentro das competências exigidas pelas diretrizes curriculares do curso de turismo, no que se refere aos artigos que direcionam as bases para a formação social do aluno. Os resultados auxiliam na compreensão de como diferentes instituições de ensino estão formando e preparando seus alunos não só para o mercado, mas para sua formação humana.

Além da pesquisa bibliográfica, que oferece os fundamentos científicos para se entender os modelos de turismo voltados para o social, criaram-se questionários com uma abordagem instrumental, cujo ponto inicial é a análise comprobatória e a de necessidades. Foram direcionados a estudantes, profissionais da área e leigos. Desse modo, se pôde

descobrir o perfil do egresso e do profissional do turismo no campo social, quanto aos seus desejos e necessidades; no campo profissional, suas habilidades e atuações no mercado de trabalho; quanto ao curso de turismo, a visão do que o aluno e a sociedade pensa sobre sua constituição, como os alunos e profissionais são formados ou preparados para as questões sociais que o turismo abrange.

Os objetivos específicos que norteiam o desenvolvimento deste trabalho têm as seguintes perspectivas:

- Compreender o processo de formação do turismólogo no Brasil, suas possibilidades e limites para a área social;
- Identificar o perfil do bacharel que está sendo formado e suas competências para a atuação social;
- Demonstrar a sua importância, se há real necessidade e atuação do turismólogo no campo social;
- Identificar qual a imagem que existe do profissional e do aluno de turismo exigido pela sociedade e pelas organizações;
- Reconhecimento da profissão e possibilidade de sua inserção em grupos interdisciplinares de trabalho social

Uma das hipóteses desse trabalho é de que a sociedade e o próprio mercado turístico é induzido a ver o profissional do turismo prioritariamente relacionado somente a funções administrativas e econômicas, em virtude de um marketing direcionado para a sua formação e atuação profissional.

Parte-se do pressuposto, que os formados e profissionais do turismo, além de não serem preparados, também não são cientes de todas as potencialidades da sua atuação em outras áreas, se não aquelas com enfoques administrativos e econômicos. O estudante talvez não seja preparado para a análise e reflexão das questões sociais as quais o turismo abrange e faz parte, porque trabalhar com turismo pode ser um ato praticado por pessoas das mais variadas profissões.

A fundamentação dessa hipótese se baseia ao que Moesch (2002) em sua obra afirma sobre os cursos de turismo.

“A produção do saber turístico de modo geral tem se constituído num conjunto de iniciativas do setor privado/empresarial e menos da academia. O saber turístico assim produzido é reduzido às informações e sistemáticas sobre o seu setor produtivo. Este contexto permite delinear a hipótese de que o saber turístico é um fazer saber”. (MOESCH, 2002, p.13).

E sobre a mentalidade das pessoas voltadas ao turismo como atividade econômica:

“[...] durante quase vinte anos esta foi a compreensão generalizada do fenômeno turístico. Na academia e no mercado produtivo, a teoria funcionalista, na sua vertente sistêmica, abraçou o turismo como um sub-sistema de um sistema maior: o econômico. [...] os economistas entraram na investigação do turismo com tal fervor, que a economia turística é a que oferece maior bibliografia em livros e trabalhos de pós graduação, esses dados imediatos põem os aspectos da realidade ao alcance direto do investigador. Em algumas situações, constituem o único ponto de partida e de apoio objetivo, mesmo com uma percepção e intelecção de modo incompleto ou deformado. Fuster entende que mesmo valorizando a existência de uma economia do turismo, não podemos crer que a essência, a medula do turismo, se reduza a uma manifestação pura e limitada do *homo economicus* e que os múltiplos fatores que integram esse fenômeno tenham sua raiz na economia.” (Ibidem, p. 22)

## 2. Procedimentos Metodológicos

Considerando que a pesquisa foi desenvolvida num contexto organizacional e educacional em que se encontra a existência de uma gama complexa de variáveis a serem observadas, optou-se por uma metodologia de pesquisa qualitativa/descritiva, chegando-se a pesquisa bibliográfica, entrevistas e observações diretas, e também o método quantitativo, que se entende como aquele que lida com hipóteses pré-estabelecidas, amostras e probabilidades. De acordo com Dencker (2002) “busca estabelecer relações de causa e efeito entre as variáveis, de tal modo que as perguntas “quanto?” “em que proporção?”, “em que medida?” sejam respondidas com razoável rigor. Na pesquisa quantitativa são utilizados métodos estatísticos com finalidade de buscar determinações causais e predições dos resultados.

A pesquisa viabilizou o aprofundamento na abordagem instrumental, cujo ponto inicial e essencial é a análise de necessidades, e onde busca levantar as situações de aprendizagem, do mercado para as atividades sociais, e conseqüentemente, para o entendimento se o turismólogo pode atuar como agente social.

Os métodos qualitativos e quantitativos não são excludentes, porque tanto a pesquisa qualitativa pode lidar com medidas estatísticas como a quantitativa pode buscar resultados menos pontuais, a finalidade nesse trabalho será a contribuição que ambos, combinados trarão para a pesquisa sobre o turismo. Pelo fato do turismo ser uma área interdisciplinar, há muitos métodos e procedimentos metodológicos que variam conforme o objeto de estudo. A pesquisa científica em turismo pode ter como paradigma o método qualitativo, quantitativo ou ambos, apesar de ainda serem formas de pesquisa limitadas e incompletas para analisar os efeitos decorrentes das interações que ocorrem em ambientes sociais. (DENCKER, 2002)

As direções da pesquisa são exploratórias, pois o estudo tem como objetivo principal esclarecer ou desenvolver uma idéia, propondo a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses para estudos posteriores, e também é explicativo, porque tem uma preocupação de identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de tais situações.

Para a análise da potencialidade da atuação do turismólogo no campo social, utilizou-se primeiramente o método bibliográfico, através da literatura de autores específicos, dentro dos modelos do turismo de base comunitária e sustentável.

Em outra parte do trabalho, analisaram-se duas instituições de ensino superior privadas, estabelecidas na cidade de São Paulo, com perfis e culturas distintas. Uma delas com perfil humanístico e a outra com características mercadológicas, visando uma análise comparativa através das estruturas curriculares e das ementas das disciplinas de formação social no turismo.

E através de questionários, levantaram-se dados junto a informantes que responderam questões pertinentes aos objetivos deste trabalho.

A base da estruturação desses questionários foi proposta pelo modelo de Belmonte (2003), tendo-se feito algumas adaptações, para levantar o perfil dos alunos e dos profissionais que trabalham com o Turismo Social. Dessa forma, podem-se descobrir seus desejos, necessidades, preferências, aplicabilidades das disciplinas de Ciências Sociais relacionadas com o mercado, bem como as competências e interesses adquiridos dos alunos e profissionais nessa área pelo curso oferecido.

Com a intenção de verificar o perfil dos profissionais atuantes no mercado de trabalho no segmento do turismo social, em instituições públicas de difícil acesso, foi elaborado um questionário para profissionais e encaminhado por e-mail contendo questões fechadas, com o objetivo de se colher informações sobre suas formação e aplicabilidade no trabalho social, o

que se exige do formado em turismo, e se esses formados suprem as exigências e competências para a função.

O questionário para pessoas leigas da área auxiliou no entendimento de qual é a visão que eles possuem do profissional e do estudante do turismo, quanto a sua formação e atuação profissional na sociedade, principalmente quanto à hipótese desse profissional ainda estar vinculado a imagem de administrador de empresas ou ligado exclusivamente a gestão econômica do turismo, assim como a visão que também possuem dos cursos de turismo . O entendimento dessa visão auxilia a compreender um paradigma instituído quanto à imagem constantemente vinculada a atividades administrativas e econômicas do turismólogo, por falta de conhecimento da sociedade, das suas reais ocupações. Esse paradigma pode acabar limitando sua atividade nos campos sociais, porque o mercado também abrange a iniciativa privada ou o terceiro setor, e estes podem permanecer fechados a esse profissional, limitando as contratações pela falta de informação dos seus administradores.

De acordo com Dencker (2002), optou-se pelo questionário estruturado de múltipla escolha, com questões fechadas e um campo para comentários, por ser a natureza de interação pesquisador-informante impessoal.

Os dados foram analisados e interpretados, segundo a influência e visão teórica dos conceitos apresentados por essa pesquisadora que trata do conhecimento científico e de sua aplicação na área do turismo. Os passos se deram com o objetivo de responder a algumas perguntas de pesquisa dessa dissertação.

1. Quem é o profissional do turismo: Suas habilidades, seus campos de atuação?
2. Como é visto o curso de turismo pela sociedade? E pelo aluno?
3. O profissional de turismo está vinculado a imagem administrativa/econômica?
4. Como é formado para as questões sociais que o turismo abrange?

## 5. O formado tem competências para trabalhar no campo social?

O contexto de pesquisa se realizou nas universidades, quanto à formação do aluno e do currículo do curso de turismo; nas pesquisas bibliográficas, quanto à contextualização dos segmentos sociais do turismo para compreender seu campo; e no mercado de trabalho. Esse último, parte dele foi visto pelos alunos que já trabalham no turismo e a outra parte, fez-se no contato com profissionais da área ligados ao campo social.

### 2.1. Instrumentos da coleta de dados

Para selecionar as universidades A e B de tantas que oferecem cursos de turismo na cidade de São Paulo, primeiramente se examinou dez ementas dos cursos de turismo, depois se selecionaram alguns e verificou-se a facilidade de acesso às informações dos currículos, bem como a disponibilidade dos coordenadores ou empregados da faculdade para oferecerem informações relacionadas a tal.

No que se refere às fontes utilizadas, se utilizou o levantamento de leitura específica de documentos relacionados ao curso de turismo das duas universidades, tais como: Projetos Políticos Pedagógicos dos Cursos, Matrizes Curriculares, Missão das universidades, Avaliações, Carga horária dos professores e dos alunos quanto às horas/aulas de determinadas disciplinas, Pesquisas e Tccs. Os documentos externos como: Dados do Ministério da Educação – Diretrizes Curriculares do Curso de Turismo, Dados da Embratur, órgãos e revistas científicas específicas do Turismo que abordam a formação e oportunidades de trabalho do turismólogo, bibliografia especializada de autores do turismo e da sociologia do trabalho. Documentos,

artigos e outras publicações da ABBTUR – Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo e outras leituras gerais.

Para levantar os dados necessários para o desenvolvimento dessa pesquisa, se utilizou a aplicação de questionários fechados envolvendo os sujeitos da pesquisa, pois de acordo com Quivy (apud Sguarezi, 2003):

“[...] .. nas suas diferentes formas, os métodos de entrevista distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interacção humana. Corretamente valorizados, estes processos permitem ao investigador retirar das entrevistas informações e elementos de reflexão muito ricos e matizados ... os métodos de entrevista caracterizam-se por um contacto directo entre investigador e os seus interlocutores e por uma fraca directividade por parte daquele. (QUIVY et al, 1998, p. 191-19, apud Sguarezi, 2003).

Para facilitar a entrevista, a rapidez e otimizar os resultados, elaborou-se um rol de questões com respostas fechadas ou de múltipla escolha em formulários próprios (Anexos 1, 2 e 3).

Primeiramente, realizou-se um levantamento prévio dos eventos abertos na área do turismo onde se pudesse encontrar o perfil adequado de público para as entrevistas (ver ‘Coleta de Dados’). Quanto à seleção dos entrevistados definiram-se apenas três grupos: Profissionais do turismo que trabalhassem na área social (amigos da autora) e pessoas comuns que pudessem se interessar por turismo, o selecionamento e delimitação desses, formou o terceiro grupo de ‘alunos’, que ocorreu no momento da entrevista (ver ‘Questionário de Alunos’).

A partir de uma amostra intencional fez-se a análise descritiva da visão dos sujeitos entrevistados, procurando evidenciar as contradições das diferentes formas de ver o curso de turismo através da fala dessas pessoas, bem como reforçar os

pontos comuns, uma vez que as falas podem ser contraditórias, mas ao mesmo instante não são excludentes.

A análise das entrevistas revela as convergências e divergências em relação ao perfil e a formação do turismólogo em vários contextos: acadêmica, do mercado e dos leigos. Primeiro buscou-se mostrar a visão dos entrevistados em relação à formação do egresso, os perfis dos profissionais e na seqüência a interdependência com os outros entrevistados, já que havia algumas perguntas comuns aos três grupos.

As perguntas foram criadas com base no que o pesquisador acredita ser mais expressivo na visão dos sujeitos, a partir da pergunta base dessa pesquisa: Os turismólogos podem ser agentes sociais, podem atuar ou possuem competências para trabalhar nos campos sociais do turismo?

### **2.1.1. Questionário de Alunos**

Baseando-se nas sugestões propostas em modelos de questionários de diversos autores, elaborou-se um questionário para levantar o perfil dos alunos do curso de turismo através de alguns parâmetros como idade e sexo, tempo de formação (a fim de entender qual grade curricular foi ministrado ao aluno), se está preparado para trabalhar como agente social, bem como descobrir como é visto o curso, se eles possuem **interesse** ou **conhecimento** do campo de atuação do turismólogo nas áreas sociais, através da disciplina de Sociologia e equivalentes. Entende-se a compreensão e valorização dessa especialização pelos alunos, através dos seus desejos, preferências e expectativas da sua preparação social para o mercado de trabalho. Esse questionário também auxilia no entendimento de algumas questões que

foram levantadas quanto a imagem do bacharel vinculado como administrador de empresas e empreendedor do turismo.

Para se chegar aos alunos selecionados, a aproximação e seleção se deram através da seguinte pergunta direta: Se o indivíduo tinha ou não nível superior em turismo. Se a resposta fosse afirmativa, era selecionado para o questionário, caso contrário era aplicado o “Questionário Geral”. Foram feitos ‘*approach*’ em 100 pessoas.

Esse questionário contém questões fechadas e de múltipla escolha (Anexo 1), perfazendo um total de 9 questões. Tal instrumento foi aplicado a 40 alunos de variadas faculdades de turismo, de variados semestres, alguns já formados, ou não, com o intuito de se colher informações quanto à importância da disciplina de Sociologia na sua formação, o imaginário quanto a sua suposta formação nesse campo social, o interesse do aluno em trabalhar ou não nesse campo; assim como, se o aluno já é um profissional do turismo, qual sua especialização e a expectativa quanto ao conteúdo da disciplina (se o supriu).

Baseando-se nas orientações teóricas de Dencker (2002), analisaram-se os dados que possibilitaram obter informações sobre necessidades objetivas, subjetivas e atuação dos alunos no mercado de trabalho. As respostas foram quantificadas e, através de porcentagens se compararam resultados.

Identificaram-se as necessidades objetivas dos respondentes a partir das respostas dadas às seguintes perguntas do questionário (Anexo 1): Idade (1), Sexo (2), Tempo de formado (3), Se há intenção de trabalhar com a área social do turismo (7) Se já trabalham e qual setor do turismo optaram (8). Identificaram-se as necessidades subjetivas dos respondentes, a partir das respostas do questionário (Anexo 1): Se a disciplina de Sociologia e equivalentes foi importantes para a formação na área (4) O que gosta ou gostaria de estudar na disciplina de Sociologia ou equivalentes (5) Se ele imaginava que teria aula de Sociologia ou equivalentes focando esses assuntos (6) e se a disciplina supriu as suas necessidades profissionais (9).

### 2.1.2 Questionário Profissional

Através da elaboração de um questionário direcionado a profissionais ligados a setores sociais do turismo, pode-se verificar se existem profissionais formados em turismo trabalhando nesse campo e se o entrevistado, quando formado na área, teve orientação e formação adequada dentro das disciplinas básicas da Sociologia e seus equivalentes.

Baseando-se nas sugestões de Belmonte (2003), elaborou-se um questionário para levantar o perfil de profissionais que já atuam nesse mercado de trabalho. Assim, buscou-se coletar informações sobre idade, sexo, formação acadêmica e importância do conhecimento e aprendizado da Sociologia e equivalentes da época acadêmica, para desempenhar as atividades relacionadas ao seu trabalho atual.

Para essa questão, além da análise das ementas que são oferecidas nos cursos superiores de turismo, com a intenção de compreender a formação e competências desse profissional, fez-se necessário verificar também, se existe porcentagem significativa de alunos formados em turismo trabalhando nesse campo, bem como se tiveram orientação e preparação adequada para esse trabalho.

Para encaminhar os questionários, foram selecionados 15 profissionais indicados por amigos da entrevistadora e encaminhados para 15 endereços eletrônicos profissionais e pessoais desses. Vale lembrar, que o número de respondentes menor em relação aos questionários restantes, se deve ao fato que esse só foi aplicado aos profissionais que

trabalham nas áreas sociais do turismo, muitos em empresas públicas, ou seja, um campo limitado de atuação. Devido às dificuldades encontradas para se ter acesso às empresas públicas, dentre os outros setores, e problemas de agendamento para contato direto com esses profissionais sendo, portanto, o único meio de resposta que obtive.

As respostas vieram em dias diferentes. Dos 15 e-mails apenas 12 pessoas responderam. As empresas dos consultados não foram escolhidas, cada profissional respondeu conforme suas disponibilidades.

Esse questionário continha questões fechadas e de múltipla escolha (Anexo 2), perfazendo um total de 11 questões respondidas através de e-mail. As respostas dos entrevistados surpreendem, apenas 5 entrevistados são formados em Turismo. Dessa forma, levou-se em consideração na estatística somente os entrevistados formados e que continuaram a responder as questões referentes a sua formação.

Ainda com o respaldo nas orientações teóricas de Dencker (2002), identificaram-se às necessidades objetivas dos respondentes, a partir das seguintes respostas dadas às perguntas do questionário (Anexo 2): Idade (1), Sexo (2), o nível de formação (3), a importância da Sociologia para sua formação profissional (5), a utilização da Sociologia no seu trabalho (6), a frequência dessa (7) e o que foi importante para a contratação (9). Identificaram-se as necessidades objetivas dos respondentes, a partir das seguintes respostas dadas às perguntas do questionário (Anexo 2): Se já teve alguma disciplina relacionada à Sociologia ou equivalentes nos seus estudos (4) de que forma o conhecimento para aplicação na área social foi adquirido (8), a opinião sobre o conteúdo oferecido pelas faculdades quanto a disciplina de Sociologia suprimindo as necessidades do mercado a qual atua (10).

### 2.1.3. Questionário Geral

Através da elaboração de um questionário direcionado a pessoas comuns, sem quaisquer vínculos com o turismo, seus profissionais ou seu curso, pôde-se verificar qual é a idéia que um leigo tem referente à formação e as atividades do turismólogo, a fim de que se entenda a idéia das pessoas, não ligadas à área, pensam do profissional e conseqüentemente da profissão, assim como obter dados quanto a hipótese que a sociedade ainda vincula a imagem do bacharel apenas a de um administrador de empresas e não a de atividades ligadas ao social.

Buscou-se coletar informações sobre idade, sexo, profissão do entrevistado, conhecimento de alguém da área do turismo e sua atividade, os locais onde se atribuem atividades dos turismólogos e as disciplinas que o leigo imagina que o aluno tenha para sua preparação profissional. Todas essas questões com os seguintes intuitos: Para verificar se a pessoa possui algum vínculo e informação anterior dessa área, para que se tenham estatísticas das áreas de maiores atuações do turismólogo, para que se tenha a idéia do pré-julgamento que as pessoas (sem conhecimento do setor), tem quanto às atividades e formação do profissional do turismo.

Para essa questão, além da análise das respostas do questionário, faz-se necessário mencionar também, o artigo jornalístico (Anexo 4) com o parecer de alguns docentes de algumas instituições de ensino, que oferecem cursos na área e vendem a imagem irreal do profissional que, supostamente, estuda turismo para viver de *glamour*.

Conforme mencionado na forma de aplicação do “Questionário de Alunos”, foi feito um contato inicial para aplicação de questionário específico aos supostos alunos ou ex-alunos de faculdades de turismo, os que não eram formados ou profissionais, apenas eram visitantes do Salão do Turismo, supostamente seriam ‘descartados’ da entrevista, mas foram ‘reaproveitados’ para responder ao “Questionário Geral”.

Dos 100 entrevistados, 60 responderam a esse questionário. As respostas vieram em dois dias diferentes dos três dias ocorridos do evento. Esse questionário continha questões fechadas e de múltipla escolha (Anexo 3), perfazendo um total de 7 questões.

Ainda com o respaldo nas orientações teóricas de Dencker (2002), identificaram-se às necessidades objetivas dos respondentes, a partir das seguintes respostas dadas às perguntas do questionário (Anexo 3): Idade (1), Sexo (2), formação (3), a importância da Sociologia para sua formação profissional (5), a utilização da Sociologia no seu trabalho (6), a frequência dessa (7) e o que foi importante para a contratação (10). Identificaram-se as necessidades objetivas dos respondentes, a partir das seguintes respostas dadas às perguntas do questionário (Anexo 2): Se já teve alguma disciplina relacionada à Sociologia ou equivalentes nos seus estudos (4) o nível de importância desses conhecimentos para a formação no turismo (8) de que forma o conhecimento para aplicação na área social foi adquirido (9), a opinião sobre o conteúdo oferecido pelas faculdades quanto à disciplina de Sociologia suprimindo as necessidades do mercado a qual atua (11).

## **2.2 Coleta de Dados**

Devido ao fato desta pesquisa envolverem vários e diferentes informantes, assim como diferentes instrumentos, a coleta de dados no que se refere às ementas e matrizes curriculares

das duas faculdades pesquisadas, bem como o material bibliográfico de pesquisa, prolongou-se por quase todo o ano de 2008.

Os dados para os questionários foram coletados através do VI Salão de Turismo que ocorreu em Março de 2008, o público visitante desse evento foram alunos da área, profissionais do setor e leigos no turismo. O Salão objetivou vender roteiros, expor novidades e trocar informações turísticas. Os questionários que são conhecidos neste trabalho foram aplicados durante dois dos três dias de sua realização. O fato de a própria autora ser a responsável em aplicar os questionários favoreceu o esclarecimento de dúvidas sobre as questões junto aos entrevistados e o recolhimento dos mesmos para tabulações, sem extravios.

Utilizou-se o estudo das ementas das disciplinas ligadas as Ciências Sociais do Turismo do curso de 2008, e a estrutura curricular de duas instituições de ensino e se comparou com os dados adquiridos através de outros instrumentos. A partir de amostras junto à liderança dos profissionais, dos alunos do curso e das pessoas comuns leigas do turismo, se fez uma análise descritiva. A descrição serviu de suporte para o trabalho, pois segundo Dencker “[...] é a descrição que permite a transcrição da percepção da realidade pesquisada, do ponto de vista de quem percebe com todas as subjetividades presentes” (2002, p. 15), possibilitando, assim, estabelecer a correlação entre as variáveis, por isso, tornou-se importante instrumento metodológico.

Quanto à observação, e sabendo-se que nem sempre é possível planejá-la, (RUDIO apud Sguarezi, 2003) ensina, que “[...] observar não é apenas utilizar os sentidos, mas abrange todos os procedimentos utilizados na pesquisa”. Para ele, o êxito do pesquisador está intrinsecamente ligado à “intuição, à curiosidade, à atenção e à fidelidade do relato da observação”. Sendo assim, esta se caracterizou

como importante ferramenta metodológica no sentido de entrelaçar a complexidade, a diversidade e a contradição dos discursos em relação ao referencial teórico.

Vê-se no cotidiano a possibilidade concreta deste tornar-se a fonte de informação para compreender o contexto do objeto estudado. “[...] parte da compreensão de nosso viver – não de definições e conceitos – é que orienta a atenção para aquilo que se vai investigar” (FAZENDA, apud Sguarezi, 2003), ou seja, “interpretar e novamente compreender” a realidade dos fenômenos, Vale lembrar que todo pesquisador tem uma leitura própria da realidade estudada. “Ao percebermos novas características de um fato, ou ao encontrarmos no outro interpretações, ou compreensões diferentes, surge para nós uma nova interpretação que levará a outra compreensão” (Ibid., p. 63). Dessa forma, a pluralidade de variáveis e a diversidade inerente ao objeto de estudo podem levar o pesquisador a alcançar a essência do fenômeno. Assim, se encontraram elementos e condições para se comprovar, ou não, as perguntas e hipóteses centrais desse trabalho.

### **3. A Estrutura do Trabalho**

Para atender os objetivos propostos nesse estudo, estruturou-se esse trabalho em três capítulos.

No primeiro capítulo, “A Estrutura Teórica do Turismo”, apresenta-se os escritos básicos que nortearam as linhas de pesquisa e as fontes sugeridas por alguns autores que escrevem dentro da Sociologia do Trabalho, como Braverman, Hirata e Ribeiro. No exemplo de Braverman, o livro “*Trabalho e Capital Monopolista. A Degradação do Trabalho no século XX*” teve função relevante nessa pesquisa; o autor apresenta um ponto de fundamental importância, que as atitudes de concepção e execução presentes no ser humano não são

invioláveis, podendo ser rompidas. A idéia de uma pessoa pode ser executada por outra, sendo assim a idéia de pensar e realizar o trabalho acontece no indivíduo, mas é restabelecida no conjunto, na oficina, na comunidade, na sociedade em geral. Quaisquer atividades no turismo geram trabalhos de equipe. Braverman escreveu sobre a organização do trabalho fabril inglês no final do século XVIII, no entanto ainda é a base para a noção do trabalho na modernidade. O estudo volta-se historicamente para as raízes brasileiras, quando a partir dos estudos de Darcy Ribeiro sobre a formação cultural do povo brasileiro, o autor relata a tradição histórica e cultural desses primeiros trabalhadores na área de serviços, e assim compreender as características desse profissional nos dias atuais. Fundamental também foi o trabalho de Hirata, para criar um paralelo entre esse novo trabalhador preocupado com sua qualificação, envolvimento, cooperação, com o trabalho intelectual que alguns segmentos do Turismo também exigem, e que oferece maior oferta de emprego mundialmente. Perrot complementa na abordagem sobre os conceitos de desempenho e competências. Todos os autores auxiliaram a entender a análise do trabalho e do trabalhador atual, assim como os fatores que influenciam as dificuldades do setor, dos processos e das tendências contemporâneas do trabalho e do emprego. Conclui-se o capítulo com um tópico sobre o mercado de turismo e o processo organizatório do trabalho, a flexibilização do profissional e o sistema produtivo no turismo, onde se complementa com informações relevantes quanto à falta de organização da profissão não só em nível educacional, mas em nível político abrangendo a valorização, as regulamentações e leis dos estudos do trabalho turístico.

O segundo capítulo trata da conceituação do turismo no campo social e seus segmentos específicos nesse setor. Conceituam-se e se apresentam alguns tipos diferenciados de turismo, que enfatizam e abrangem as propostas da responsabilidade social. A separação e a segmentação dos tipos de turismo, nesse texto, se dá apenas com a intenção de ressaltar aqueles que enfatizam de forma mais explícita a proposta social e as implicações decorrentes

dessas relações. Esclarece-se, que o turismo sustentável e o comunitário não são segmentos de mercado, são modelos que por suas características abrangem tipos específicos desses turismos. Conseqüentemente, com os conceitos e definições estabelecidos, se chega à intenção primordial do entendimento desse trabalho, que são das possibilidades e limitações do turismólogo na atividade social.

O capítulo três se encontra a maior gama de informações e a estrutura principal dos conteúdos das respostas das questões levantadas pela pesquisa. Analisa-se a formação acadêmica do Turismólogo, através da apresentação de dois cursos de duas universidades com propostas e objetivos educacionais distintos, uma com linha humanística e a outra com proposta mercadológica. Fundamenta-se o conhecimento e comparam-se os resultados sob as Diretrizes Curriculares do Curso de Turismo, para se contextualizar a trajetória do ensino brasileiro, os cursos superiores no Brasil a qualidade social e o compromisso das IES. A análise e a discussão dos dados coletados se dá através dos questionários elaborados.

É seguido das Considerações Finais e os Apêndices dos questionários aplicados.

## **Capítulo 1. Fundamentos do Trabalho e o Turismo**

Como afirma Blass (2001) “O trabalho possui uma linguagem, resultado das tradições culturais herdadas e de experiências históricas (...) as práticas fabris seriam apenas uma das formas históricas de assalariamento das sociedades capitalistas ocidentais”.

Para analisar o trabalho na área de turismo, é fundamental entender o conteúdo histórico dos primeiros trabalhadores no segmento, qual a tradição desses trabalhadores, para que se possa compreender a formação e as características desse profissional nos dias atuais.

Somente após a Revolução Francesa surgiu a necessidade dos hotéis públicos. Só no final do século XIX que se começou a dar forma e organização aos hotéis, que se destinavam às classes abastadas. Nessa época o importante para o hotel era o título do cliente que valia fortunas.

No Brasil, as cidades e vilas da rede colonial exerciam como função principal o comércio através de importação, contrabando e a prestação de serviços aos setores produtivos. A classe urbana alta era composta de funcionários, escrivães, militares, sacerdotes (educadores) e negociantes. Exceto a alta hierarquia, todos esses grupos eram de ‘segunda’ em relação à aristocracia rural. Cada comerciante ou fazendeiro mantinha agregados que os serviam devotadamente sem qualquer salário, em contrapartida dos obséquios que recebiam e

de que viviam. Essas pessoas também poderiam ser de origem indígena e africana, que enchiam as casas auxiliando em todas as tarefas domésticas, no artesanato, no fabrico de alimentos; alguns desses artesões trabalhavam por encomenda nos ofícios ligados a construção e hospitalidade, e abaixo vinham os escravos, realizando o trabalho braçal de manutenção e limpeza. Vilarejos estradeiros serviam de pouso nas longas viagens entre núcleos do interior ou para baldear cargas de uma estrada, rio ou mar. Assim, apesar das intensas diferenças que mediavam as formações socioculturais européias e as brasileiras, ambas eram fruto de um mesmo movimento civilizatório.

Com a industrialização se altera essa estrutura urbana e sua tecnologia produtiva, transformando todo o seu modo de ser, de pensar e agir. Acresce que mais do que preconceito de raça e cor, os brasileiros têm arraigado o preconceito de classe. Notam-se enormes distâncias sociais entre pobres e remediados, não apenas em função de suas posses, mas também pelo seu grau de interação no estilo de vida dos grupos privilegiados – como analfabetos e letrados, como detentores de um saber vulgar transmitido oralmente ou de um saber moderno, como herdeiros de tradição folclórica ou do patrimônio cultural erudito, como descendentes de famílias bem situadas ou de origem humilde – opõem pobres e ricos muito mais do que negros e brancos. (RIBEIRO, 1995, p.236).

Após a 1ª guerra, verificou-se profunda mudança nesse quadro, onde o progresso técnico mudou as estruturas sociais existentes. Com os trabalhadores obtendo direito a férias nas indústrias, os hoteleiros passam a se ocupar da clientela e também da preocupação com o atendimento, desejo de conforto e qualidade dos serviços de uma demanda crescente. Os hoteleiros tiveram que estudar processos de racionalização de custos, exigindo dos trabalhadores da área uma formação mais adequada.

O turismo implica em deslocamento e a evolução dos transportes acompanhou esse processo ganhando velocidade e segurança, levando à obrigação dos donos de escritórios

adquirirem mão de obra especializada. O mesmo vale para as agências de viagens que utilizavam os trabalhadores mais conhecedores dos ofícios aduaneiros e de transportes, para assistir as viagens de brasileiros e outros estrangeiros aqui residentes aos países da Europa. Deveriam também, serem bem relacionados socialmente e terem estrutura educacional para orientarem os roteiros de viagens, ou seja, não eram trabalhadores comuns provenientes de fábricas ou de meio rural, geralmente eram imigrantes que promoveram o primeiro surto de industrialização e renovaram a vida econômica local, que mais tarde se expandiria (a independência derramou uma quantidade enorme de lusitanos, todos voltados para o comércio, como agentes de empresas ingleses inclusive) ou empregados treinados pela ‘casa’ que supriram as demandas de mão de obra e depois se tornaram autônomos. No turismo (que à época eles desconheciam o conceito) a autonomia dos trabalhadores tende a ser maior, pelo conhecimento que tinham do seu saber profissional, a prática do *segredo* transmitido apenas no quadro da aprendizagem familiar.

Nesse segmento do agenciamento do turismo prevaleceram as atividades intelectuais como as administrativas, financeiras, de comércio - vendas, de relações interpessoais, etc. No entanto, os trabalhadores sofriam dos mesmos problemas das práticas de trabalho provenientes do meio braçal; exceto a alta hierarquia, todo esse povo era de ‘segunda’, os comerciantes mantinham agregados. A igreja fornecia pessoal e às vezes empregava as jovens camponesas e moças rejeitadas pelas famílias. A disciplina era quase monástica e gerou muitos conflitos por volta de 1848 e 1880. (SIQUEIRA, 2005)

Complementando a informação, as primeiras agências de viagens brasileiras foram registradas oficialmente como prestadoras de serviços específicos no final do século XIX. No caso do trabalho braçal, na área de transportes (manutenção, construção de estradas...) ou na hotelaria (serviços de limpeza, arrumação, alimentação..) eram feitas por trabalhadores livres ou libertos, que não escolhiam onde morar ou sobre suas horas de trabalho. Essas tarefas não

eram dignas, desprovidas de vontade, e por esse motivo, essas tarefas manuais passam a significar ‘coisa de escravo’. Essa questão ganha maior relevância quando ocorre a produção capitalista, mas nessa atividade o modo de organizar a produção e o trabalho fugiria dos modos tradicionais Fordistas <sup>1</sup> e Tayloristas <sup>2</sup>, ela só aparecerá nos trabalhos manuais nos hotéis e nas empresas de transportes, como se verá adiante.

A “Indústria do Turismo” como é comumente denominado o sistema que cerca as viagens, não fugiu a esse processo pós-Segunda Guerra Mundial; pelo contrário, ela refletiu tudo o que já foi exposto. Esse sistema fundamentou-se de um lado pelos ganhos da classe trabalhadora, de outra nos avanços das comunicações, principalmente nos transportes e na sofisticação do marketing. É dirigida à classe trabalhadora, ou classe média, uma vez que a aristocracia e burguesia sempre viajaram. (BAPTISTA, 1997).

Com o tempo, os serviços que incentivavam e organizavam o promissor setor econômico do turismo expandiu-se, aglutinando profissões que começaram a surgir no mercado de trabalho, nos níveis gerenciais, administrativos e operacionais. Pode-se afirmar que o turismo insere-se dentro da lógica do “Fordismo” – designação dada pela escola de regulação francesa à generalização do consumo de massa. Isso significa que as viagens na categoria de atividades recreativas, antes privilégio das classes mais abastadas, tornaram-se acessíveis às amplas faixas da população. (PAIVA, 2001, p.13).

---

<sup>1</sup> Modelo de Produção em massa que revolucionou a indústria automobilística na primeira metade do século XX. criado por Henry Ford, que utilizou os princípios de padronização e simplificação de Frederick Taylor e desenvolveu outras técnicas avançadas para a época para pôr em prática na sua empresa “Ford Motor Company”. Consistia em organizar a linha de montagem de cada fábrica para produzir mais, controlando melhor as fontes de matérias-primas e de energia, os transportes, a formação da mão-de-obra, adotando os princípios da Intensificação, da Economia e da Produtividade. (Fonte: [www.wikipedia.org.pt](http://www.wikipedia.org.pt). Acessado outubro 2008).

<sup>2</sup> Teoria administrativa criada em 1911 pelo norte-americano Frederick W. Taylor, propondo o fracionamento das etapas do processo produtivo de trabalho em fábricas, de modo que o trabalhador desenvolvesse tarefas ultra-especializadas e repetitivas. O foco maior era o controle sobre o tempo gasto em cada tarefa e um constante esforço de racionalização, para que a tarefa seja executada num prazo mínimo, o trabalhador que produzisse mais em menos tempo receberia prêmios como incentivos. (Fonte: [www.wikipedia.org.pt](http://www.wikipedia.org.pt). Acessado outubro 2008).

Segundo Paiva, após a Segunda Guerra Mundial o regime de acumulação baseado no consumo de massa generalizou-se, orientado por um modo de regulação monopolista que incorporava o crescimento do consumo popular, em contrapartida aos ganhos de produtividade. Nesse modelo foram fundamentais a organização do processo de trabalho e a qualificação da força de trabalho, base para o entendimento do turismo social e os de massa que começaria a surgir.

A própria organização das forças produtivas do capitalismo gerou níveis de alienação em decorrência da divisão do trabalho. O emprego do tempo livre, com a condição intrínseca de decidir sobre o que fazer, foi modificado para reproduzir as necessidades programadas e orientadas para a produtividade e consumo, com o apoio de fortes esquemas mercadológicos.

O lazer passou a reproduzir os anseios de uma sociedade orientada para a produtividade, com atividades dirigidas aos ganhos da classe trabalhadora, não somente quanto aos salários, mas a outros direitos adquiridos, tais como: jornadas de trabalho reduzidas, férias remuneradas, incentivos profissionais, etc. Surgiram atividades variadas, algumas delas mediatizando os próprios conflitos das relações de produção no capitalismo. Outras já refletem a busca dos homens por uma melhor qualidade de vida. Dentre os serviços que as organizações do setor de turismo ofereciam incluíam-se as atividades de hospedagem, atividades de transporte, atividades de restauração (restaurantes e similares), atividades de agenciamento, de recreação, câmbio, etc. (Somente após a década de sessenta que surgiram outras atividades encampadas dentro do setor turístico como as atividades de eventos, atividades de ensino e consultoria, planejamento organizacional de órgãos oficiais, patrimônio histórico cultural, organizações que lidam com a cultura, a ecologia e até associações de classe). Exigiram investimentos, mas geraram emprego e renda, multiplicadores sobre outras atividades de comércio.

Fatores como jornada flexível de trabalho, atividades assalariadas ou não, exclusão e discriminação social (mulheres, jovens, idosos) a polivalência do trabalhador das empresas e o trabalhador doméstico devem ser mencionadas nessa fundamentação, já que essa heterogeneidade das experiências de trabalhos marca os processos de formação das sociedades capitalistas. Também para se entender o contexto das sociedades contemporâneas, as questões do trabalho e suas mudanças, é importante mencionar a organização do processo de trabalho fabril inglês do final do século XVIII, base para a noção do trabalho na modernidade.

De acordo com Braverman (1987), o que distingue a força do homem não é a produção de excedentes, mas o caráter da sua inteligência, de fazê-lo com um propósito, que lhe dá adaptabilidade e que produz as condições sociais e culturais para aumentar sua produção sempre. Na visão capitalista esta capacidade é a base sobre a qual se efetua a ampliação do seu capital, ele empreende meios de aumentar a produção da força de trabalho que comprou quando a põe em ação. As formas que as põe em prática vão desde obrigar o trabalhador a jornadas mais longas, até a utilização de instrumentos de trabalho melhores, sempre com a intenção de produzir a partir do potencial inerente à força de trabalho, porque isto é que lhe renderá o maior excedente e maior lucro.

Se o capitalista se baseia nesta qualidade de força de trabalho, é essa qualidade que coloca diante dele o seu maior desafio e problema, pois o custo, a moeda do trabalho tem seu inverso. Ao comprar a força de trabalho que pode ser suficiente, ele está ao mesmo tempo comprando uma qualidade e quantidades indeterminadas. O que ele compra é infinito em potencial, mas limitado em sua concretização pelo estado subjetivo dos trabalhadores, por sua história passada, por suas condições sociais gerais sob as quais trabalham, assim como pelas condições próprias da empresa e condições técnicas do seu trabalho. O trabalho

executado será afetado por esses e muitos outros fatores, inclusive a organização do processo e as formas de supervisão dele.

Até esse período do desenvolvimento histórico do capitalismo, permaneciam em larga escala os sistemas domiciliares e de subcontratação que são, na realidade, métodos de organização do trabalho caracterizados por elementos das origens do capitalismo industrial herdados do capitalismo mercantil, que tinha como relação fundamental a compra e venda de mercadorias, em que não existia preocupação com o ato de produzi-las, desse modo, o trabalho era tratado como uma mercadoria qualquer.<sup>3</sup>

Os sistemas de fabricação domiciliar e de subcontratação apresentavam problemas de irregularidade da produção, constante perda de material, pouca eficiência produtiva, não tendo, também, rigor no que se refere à qualidade das mercadorias. Mesmo assim, sua maior limitação se devia à sua incapacidade de transformar os processos de produção, não havia condições necessárias para o desenvolvimento da divisão do trabalho. Para solucionar essa questão era preciso que o capitalista assumisse o controle sistemático e a reorganização do processo de trabalho, algo que muitas vezes o capitalista se abstinha de fazer graças ao seu empenho em comprar trabalho acabado por meio do sistema de tarefas domiciliares, e que a gerência logo assumiria como sua função (BRAVERMAN, 1987, p.64 e 65).

Deve ser salientado a respeito do comando da produção que, no início, a gerência teria sido caracterizada pela incorporação de formas despóticas e rígidas, pois para que se constituísse uma “força de trabalho livre” seria imprescindível o uso de métodos forçados para habituar os empregados às suas tarefas. Em resumo, os empregadores necessitaram

---

<sup>3</sup> A reunião dos produtores fez surgir o que Braverman chamou de gerência em forma rudimentar. Por um lado, apareceram as funções gerenciais decorrentes do próprio exercício do trabalho cooperativo, e por outro, elas originaram-se da combinação de diferentes tipos de trabalho em estaleiros, fábricas de viaturas e em novas indústrias que tinham pouca experiência manufatureira anterior. Foi nesse período que o capitalista se encontrou obrigado a assumir as funções de gerente em razão de sua posse do capital, se junta a esse momento a peculiar luta do empregador em não reconhecer a diferença existente entre trabalho propriamente dito e força de trabalho; na prática o senhor capitalista acreditava ser possível ‘comprar trabalho’ como se fosse uma matéria prima qualquer. A gerência tipicamente capitalista como conhecemos teria aparecido na segunda metade do século XIX. (N.A.)

conseguir de seus trabalhadores uma conduta diária que melhor servisse aos seus interesses, e os empregados, por sua vez, atuariam de acordo com um contrato de “trabalho livre”. Nesse sentido, pode-se tirar dessa noção das relações sociais que se criavam, que o controle era essencial, de fato, sem ele a nova organização produtiva não poderia vingar.

A preocupação do autor se volta não à divisão em geral, mas àquela manifestada no modo capitalista de produção, ou seja, a manufatureira ou ainda, divisão do trabalho no interior da oficina, que, na prática, significou a fragmentação do processo de trabalho em operações limitadas. Se pensarmos na estrutura e administração de um hotel, de um navio ou de um ambiente de aeroporto, a teoria de Braverman analisada dentro dos moldes da organização do trabalho fabril inglês do séc XIX, ainda é absolutamente atual para o setor do trabalho turístico, pois os empregados ainda sofrem exatamente dos mesmos problemas.

Na sua obra, fica determinado que a divisão manufatureira do trabalho foi o mais antigo princípio inovador do modo de produção capitalista, sendo que de alguma maneira ela permaneceu como princípio básico da organização produtiva fabril. Esse tipo de transformação por que passou o trabalho aparece somente no capitalismo.

Contrapondo-se ao parcelamento de tarefas na fábrica, existiu em todas as sociedades a divisão geral, ou social, do trabalho. Recorrendo a Marx, Braverman esclarece que a despeito dessa divisão ter uma diferenciação entre os ofícios, não existiu qualquer subdivisão de tarefas no interior dos ofícios. A divisão em geral do trabalho é caracterizada pelo autor como a diferenciação na sociedade que é forçada caoticamente pelo mercado, e a divisão dentro da oficina que é imposta pelo planejamento e controle.

Agora se analisarmos que hoje as empresas de turismo vivem auxiliadas pela tecnologia, pensar em tecnologia nos faz lembrar do Taylorismo. Constituído pela tecnologia, pelas máquinas e equipamentos; toda organização do trabalho é parte da esfera subjetiva. Onde existe uma grande preocupação em controlar o comportamento das pessoas no local de

trabalho há predominância do elemento subjetivo – o ser humano. Enquanto Marx, no século XIX, dizia que o capital havia encontrado a sua forma adequada de produzir mercadorias – a fábrica estruturada a partir do sistema de máquinas, onde o trabalho (humano) era progressivamente, eliminado. O conceito de controle é o ponto distintivo do pensamento de Taylor sendo “*uma necessidade absoluta para a gerência adequada a imposição ao trabalhador da maneira rigorosa pela qual o trabalho deve ser executado*”. (BRAVERMAN, 1987, p.86). Logo, o sistema de Taylor seria nada mais que um modo pelo qual a gerência promoveria o controle da maneira concreta de execução de toda atividade no trabalho. O propósito de tal metodologia seria, unicamente, obter o máximo de um dia da força de trabalho.

Dando continuidade à sua exposição, Braveman situa a gerência num período que coincidiria com a revolução técnico-científico e outras transformações de destaque na estrutura e no funcionamento da sociedade capitalista, dentre essas mudanças, deve ser lembrada a modificação na composição da classe trabalhadora.

A principal consequência da implantação da gerência na organização da fábrica foi a separação que se operou entre os trabalhos manual e intelectual, reduzindo a necessidade de trabalhadores diretamente na produção. Portanto, o modo capitalista de produção chegou a um estágio em que se dividem os dois aspectos do trabalho – concepção e execução.

Perrot (2000) também é referência nessa análise, já que ela definiu sua obra como um estudo da evolução do modo capitalista de produção da parte final do século XIX. Importante, no fato de que, contrariamente à tradição da sociologia industrial e da teoria da organização, ela restabeleceu a história e a especificidade da sociedade capitalista, tornando popular o conceito de processo de trabalho.

Nessa especificação, a autora publicou um livro <sup>4</sup> onde em um dos capítulos menciona um texto de 1829 “*Como conduzir uma fábrica*” e a “*Organização dos Trabalhos*” a qual ressalta a divisão dos trabalhos, a limpeza, o silêncio, a submissão, a pontualidade.. Insiste nos vigilantes (preservá-los pagando-os bem) e especialmente destaca a distribuição do espaço da oficina, separando os operários por sexo e pelo tipo de operação que realizavam, o pseudo trabalho por células, vinculando o trabalho à produtividade. Totalmente aplicado ao turismo no século XXI, inclusive em nível de agenciamento de viagens, um trabalho intelectual, onde as equipes trabalham por células e apenas em poucas situações ocorre a comunicação entre as equipes.

Na citação a seguir, Perrot analisa o interesse pessoal vinculando remuneração e rendimento:

“ O operário remunerado proporcionalmente ao serviço executado e não pelo tempo gasto, trabalha mais. O regulamento é a expressão da vontade patronal os operários não tem qualquer influência nele. Esses regulamentos aumentam ao longo do século XIX, toda indústria maior, com importância teria o seu. No início do século eles eram simples e curtos, posteriormente se alongam e se especificam. Sem perder um instante, durante tantas horas quantas lhe permitam suas forças; ele prolonga sua jornada até o momento em que o repouso lhe é indispensável”. (PERROT, 2000, p.68)

No início os regulamentos fixam horários e valor das multas, incluem prescrições morais, depois acrescentam-se disposições sobre os salários, regras de higiene e segurança, legislação, aviso prévio, proibições cada vez mais precisas sobre a circulação na fábrica, até regras de se vestir. O regulamento de fábrica torna-se cada vez mais cerrado, tirânico e mais inaplicável, um dos motivos da crise do trabalho no final do século.

Apenas 1% dos trabalhadores era atingido pelo Taylorismo o restante dos trabalhadores continuavam a sofrer diferenças extremas de qualidade empregatícia segundo

---

<sup>4</sup> PERROT, Michelle “Os Excluídos da História. Operários, Mulheres e Prisioneiros”

regiões e setores industriais, alguns ainda na era do olhar, outros na vanguarda americana ou alemã. Esses contrastes são necessários porque reciclam e tendem a acompanhar toda a história das regras e métodos do trabalho refletindo na resistência, liberdade e controle dos trabalhadores.

No turismo, ao contrário do que ocorre hoje, tende a ocorrer uma volta do homem para o centro de produção como acontecia antes da Revolução Industrial. A mudança também se reflete nas novas competências dos trabalhadores e nas garantias dos direitos conquistados pelos trabalhadores. No caso do Brasil, essa reestruturação é notada no trabalho informal e no desemprego, assim como o relacionamento de longo prazo das empresas com seus funcionários mudou - as empresas já buscam esse profissional no mercado pronto.

Para atuar na nova economia (com ampla tecnologia e redução de custos) as grandes empresas tiveram que se tornar mais efetivas, as fábricas que antes apresentavam uma hierarquia vertical, um organograma operacional com muitos cargos e subcargos gerenciais, se ‘horizontalizou’, se tornaram mais ‘ enxutas’ significando menos cargos de gestão de executivos e maior número de técnicos e especialistas setorializados. Obrigatoriamente gerou mudanças na posição do trabalhador como a reorganização das equipes em torno dos processos e não mais de tarefas, redistribuição de responsabilidades, redução das chefias, avaliação dos funcionários a partir da satisfação dos clientes, adicional de salário com base em desempenho, treinamento dos funcionários e principalmente na era da informação “tempo” é hoje uma mercadoria crítica e as organizações precisam de agilidade dos seus funcionários para ser competitiva.

Na avaliação de Hirata (1977), a autora chama a atenção para problemas de ordem social que advém do atual modelo de organização produtiva no mundo, no que diz respeito à utilização de conceitos como o de desempenho, empregabilidade e competência. Esses conceitos mencionam o sujeito, à individualização do trabalho e a efeitos excludentes e

marginalizadores. A possibilidade de concentrar a atenção sobre a pessoa, mais do que sobre o posto de trabalho, e de associar as qualidades requeridas de um indivíduo; fortaleceria a divisão da sociedade em um núcleo “capacitado” e “desqualificado”, portanto excluída do processo produtivo. (HIRATA, 1997). No turismo, mais que qualquer outra área não é diferente.

A preocupação das organizações em contar com indivíduos preparados para o desempenho eficiente de determinada função não é recente. Em decorrência de pressões sociais e do aumento da complexidade das relações de trabalho, as organizações passaram a considerar, no processo de desenvolvimento profissional de seus empregados, não só questões técnicas, mas, também, os aspectos sociais e comportamentais do trabalho.

A autora faz pesquisas comparando modelos de gestão no Japão, Brasil e França que apontam hoje a tendência dada pelos empresários a certas atitudes pessoais e formas de comportamento em relação ao trabalho, tais como responsabilidade, envolvimento, cooperação, disponibilidade, confiabilidade, iniciativa, e facilidade de adaptação ao trabalho em grupos. Isso evidencia que estamos diante de um processo de *readequação da estrutura de controle da força de trabalho*, de forma a garantir a extração de trabalho excedente num novo contexto de acumulação. Esta estrutura não se caracteriza só na redefinição do perfil da força de trabalho, mas na própria organização do trabalho.

Esse processo só pode ser avaliado quanto às intervenções se foram corretas, ou quanto se os problemas foram resolvidos no tempo certo, etc. Se ocorrer a fiscalização contínua da qualidade, através do controle pelo próprio operador e da pressão sobre os colegas de trabalho. O controle dos membros da equipe garante as metas de produção às quais está condicionada parte do salário. Desta maneira, os trabalhadores estão sempre sob pressão. (HIRATA, 1997). Esse nível de estresse também decorre da necessidade dos trabalhadores estarem sempre preparados para produzir o que pede a demanda, uma vez que a produção é

feita sob encomenda. Desta maneira devem adaptar-se imediatamente para a nova produção no decorrer do dia, provocando também o individualismo e o trabalho organizado. Essa flexibilização da mão de obra, onde o indivíduo polivalente precisa desenvolver uma série de capacidades para se inserir ou se manter no mercado de trabalho, traz uma não definição da sua atuação como profissional específico num mercado de trabalho definido, e conseqüentemente traz consigo a tentativa de eliminação da ação sindical.

O método da subcontratação representa uma necessidade e um recurso dentro do modelo de produção. Também absolutamente atual nas atividades empregatícias do turismo, onde se terceirizam serviços de segurança, limpeza, organização e eventos (hotéis) assistência receptiva e emissiva em aeroportos e portos marítimos, controle de bagagens e alimentação nos aeroportos (empresas de transportes), etc. Para as funções essenciais dentro da empresa se seleciona os trabalhadores efetivos e as demais funções são deixadas para o pessoal subcontratado. Para estes reserva-se salário mais baixo, carga horária maior, serviços desqualificados e nenhum vínculo empregatício ou sindical. Os mais jovens, formados, que ingressam no mercado de trabalho, as recusam por não haver nestas empresas perspectivas de ascensão profissional, e pelas condições precárias a que são submetidos. Sendo assim, “não conseguindo atrair os empregados qualificados, as pequenas empresas começaram a contar com mão de obra barata”. (HIRATA,1997) Emenda-se nesse raciocínio a questão do trabalho feminino, no turismo se valoriza o trabalho feminino, há mais mulheres trabalhando no mercado turístico do que homens,<sup>5</sup> entretanto as mulheres recebem menos e possuem cargos inferiores. A herança de rigidez no sistema de relações de trabalho no Brasil também conspira contra a flexibilidade pretendida pelos métodos japoneses atuais.

No Fordismo há os princípios da produção em massa, ao criar junto com a linha de montagem o conceito de posto de trabalho, e ao ampliar a divisão do trabalho, diminui-se o

---

<sup>5</sup> Fonte OMT, (organização Mundial do Turismo) 2007.

tempo necessário para o treinamento do trabalhador. Contudo, na medida em que vai se formando um novo senso comum em relação à organização do trabalho, essas idéias vão sendo questionadas e caracterizadas como antiquadas. Já não basta executar uma tarefa e deixar que os setores pensem as ações. Um elemento importante é o que diz respeito aos grupos de trabalho eficazes, que representam a implantação do trabalho organizado em grupos onde a responsabilidade pelas tarefas é do grupo como um todo, que funciona com um líder eleito pelo próprio grupo. A adoção desse tipo de organização desmonta a concepção que a empresa adotou por várias décadas, em que o trabalhador deveria saber especificamente sua pequena tarefa, sendo controlado por algum supervisor.

Sobre a dinâmica da reestruturação das empresas que refletem nas empresas turísticas, focalizam-se quatro aspectos que influenciam diretamente a qualificação do trabalho:

- a) a modernização tecnológica;
- b) a adoção de novos métodos organizacionais;
- c) os novos enfoques de gestão de recursos humanos e de relações industriais desenvolvidos pelas empresas;
- d) os movimentos de subcontratação.

Em relação às mudanças no conteúdo do trabalho e às novas demandas de qualificação, três questões merecem atenção:

- a) as mudanças na *divisão do trabalho*;
- b) a emergente demanda de *habilidades cognitivas*;
- c) a exigência de *novas atitudes* face ao trabalho. (SILVA, 1993).

O novo trabalhador é preocupado com sua qualificação, com a qualidade da produção que ele ajuda a criar e desenvolver e principalmente com os serviços que englobam contato com o público, o que atualmente oferece maior oferta de emprego mundialmente.

Nas empresas turísticas, é mister que o diferencial do processo produtivo do trabalho é justamente o fator humano, ter uma equipe com empregados criativos, críticos e rápidos em um mercado competitivo, onde o processo de produção e venda de serviços é direto. Esse 'plus' faz com que a empresa tenha um maior diferencial, entretanto a grande maioria das empresas turísticas ainda possuem a administração patriarcal, onde prevalece o sistema de trabalho que sempre foi vigente no Brasil, ou seja, radicalmente avesso a incorporar a contribuição intelectual dos trabalhadores ao processo de produção. Isto evidencia que ainda prevalece uma cultura organizacional fortemente marcada pelo autoritarismo das chefias intermediárias (supervisores e gerentes) na qual, a autoridade gerencial está centrada na posição hierárquica e não no conhecimento e experiência.

### **1.1. O Turismólogo e as Relações com o Mercado de Trabalho do Turismo**

No capitalismo vigente, a divisão do trabalho fundamenta-se na intensificação e sofisticação do processo de trabalho. À medida que ocorre seu aperfeiçoamento, elimina-se através da organização do trabalho, os obstáculos à produção e qualifica-se a força de trabalho quando se incorpora a tecnologia das máquinas e dos equipamentos. O maior conflito ainda ocorre quando há a falta de treinamento ou assistência em como operá-las e realizar o trabalho integrado.

As empresas da área de turismo não fogem dessa condição, apesar de trabalharem baseadas na prestação de serviços, se prioriza o processo organizatório do trabalho e o treinamento dos empregados, em comparação com a ênfase à tecnologia (exceção da área de

transportes que é primordial). Se analisarmos que para se trabalhar como mercado internacional se deva ter infra-estrutura de qualidade superior, de nada adiantará, se não tiver serviços do mesmo nível. Outra característica do processo de trabalho no setor de turismo é o encadeamento intra e intersetorial, essa interdependência extrapola o âmbito de cada organização, porque o estilo do processo de trabalho no turismo exige inter relacionamento entre empresas muitas vezes situadas geograficamente em outros locais. Como o processo de trabalho é baseado na ‘cooperação’ entre todas as partes, cabe ao trabalhador para desempenhar sua função entendê-lo totalmente.

Essa condição de conciliar o saber com o fazer é saudável ao trabalhador do setor, pois dá ao mesmo a oportunidade de exercitar sua criatividade e iniciativa em cada situação nova e inusitada no seu trabalho.

Essa idéia de trabalho pelos empresários é condição indispensável para se manterem no mercado. Os trabalhadores podem estar numa condição de exercerem funções onde se concilia o saber com o fazer, mas se verificam relações de trabalho muito precárias (jornadas extensas, salários incompatíveis com a função, trabalhos por temporalidade, etc) e força de trabalho muito explorada. A maior parte dos trabalhadores situam-se nos níveis operacionais, enquanto uma pequena parcela está nos níveis de direção e gerenciamento. As relações trabalhistas reproduzem o espaço político e social em que as organizações turísticas estão inseridas.

Algumas pesquisas realizadas por órgãos de classe como a ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens e BRAZTOA – Brazilian Tour Operators (sigla justificada pelo nome fantasia divulgado no exterior) demonstram que os salários das empresas de turismo ainda são um pouco mais favoráveis dentro do comércio de prestação de serviços, contudo, a questão do trabalho ainda deixa muito a desejar no Brasil.

A idéia de flexibilização contida na estrutura do que se chama “padrão empresarial”, dentro do capitalismo da “acumulação flexível”, não é a mesma adotada nos cursos de turismo do Brasil, nestes a imagem de um funcionário polivalente foi mal interpretada. As empresas de turismo precisam de funcionários com flexibilização vertical, ou seja, precisam de funcionários que sejam aptos e capacitados na sua formação para gerenciar um departamento inteiro, assim como exigem desse mesmo profissional funções operacionais básicas nesse mesmo departamento onde atuam como gerentes, pessoas que dentro de um hotel, possam tanto gerenciar a recepção do hotel quanto carregar uma mala sem constrangimento; no entanto, também querem a especialização horizontal, ou seja, o profissional generalista com conhecimento em outros (ou todos os outros) departamentos da empresa. Ao contrário, adotou-se aqui no Brasil a flexibilização horizontal com rigidez vertical.

Hipoteticamente o bacharel em turismo pode trabalhar eficientemente no gerenciamento de qualquer empresa de turismo, lazer ou hospitalidade, da hotelaria a uma secretaria de Estado, porém ele não quer fazer trabalhos manuais. Isso tem uma explicação histórica marcada pela escravidão em que os membros das classes médias se recusam a qualquer trabalho braçal, mesmo dentro de casa, por considerar esse tipo de trabalho uma tarefa indigna ou humilhante.

As profissões do setor de transportes: pilotos, comissários de bordo, agentes de tráfego, capitães de navio, mecânicos; no setor de hospedagem: cozinheiros, arrumadeiras, copeiros, garçons, barman, encarregados de reservas, recepcionistas, governantas; no setor de agenciamento de viagens: guias, operadores de viagens, motoristas receptivos, administradores; planejadores, arquitetos, engenheiros, geógrafos e juristas são profissionais ligados à estrutura jurídica administrativa (ao Estado) na sua forma de administração local, regional, ou nacional e assim sucessivamente, se chegando a centenas de profissionais. Ao

nível desse raciocínio, se leva a reafirmar que o turismo gera empregos, porém é impossível que todas essas funções sejam exercidas por pessoas com uma mesma formação.

Como afirma Barreto (2004):

“Por isso, trabalhar com turismo, pode ser um ato praticado por pessoas das mais diversas profissões e ser um profissional da área de turismo torna-se a cada dia um conceito mais amplo que pode definir tanto um médico que trabalha a bordo de um cruzeiro marítimo, um publicitário que divulga uma ilha paradisíaca, quanto um advogado que defende os direitos dos turistas consumidores lesados por uma operadora. Já ‘estudar turismo’ pode ter duas interpretações, a primeira é ‘estudar num curso de turismo’ e a segunda pode ser a de estudar o fenômeno turístico por outros olhares”. (BARRETO, 2004, p.36-37).

O bacharel em turismo é esse super profissional que pode ser tanto garçom quanto secretário de Estado. Serão realmente possíveis tantas flexibilidades?

Um problema comum no Turismo é o da separação entre universidade, empresa e poder público. Os cursos que preparam pessoas para trabalhar deveriam propiciar que as empresas oferecessem melhor qualidade em serviços, harmonia e cooperação efetiva entre as diferentes organizações da indústria do turismo, bem como, reconhecimento da importância da sustentabilidade e desenvolvimento de políticas e programas de educação em turismo e hotelaria. De acordo com Baun, raramente tem acontecido, pois ela “*evoluiu de forma heterogênea e autônoma com poucas ligações com as necessidades reais ou percebidas do trade*”. (apud COLLINS, 2002, p.152)

De acordo com a OMT em nível mundial,

“[...] os planos de estudo são inadequados para as exigências do setor [...] esta inadequação dos planos gera certo desânimo nos estudantes, porque consideram que no final dos seus estudos, não estarão preparados para ocupar um posto de trabalho para o qual teoricamente

foram preparados, gera-se um espaço entre as expectativas do aluno que está se formando e a realidade do mercado”. (OMT,1995)

Na área de turismo é comum que as empresas prefiram os funcionários da “casa” moldados para as necessidades do sistema produtivo e para a reprodução do sistema socioeconômico dominante. Eles querem funcionários qualificados, e para isso ser competente significa estar moldado a tarefas e processos de trabalho determinados à proposta da empresa, e não que esse trabalhador tenha formação. Sob essa ótica ‘Fordista’ o indivíduo deveria ter qualificação para o emprego.

A atividade privada, o *trade* (mercado) turístico é constituído por hotéis, transportes, hospitalidade na área alimentícia & lazer e agenciamento, englobando a organização de eventos. Como afirma Coriolano (2006) e ratificado nas respostas dos profissionais do setor público, não se observam muitos formados nas funções de planejamento turístico nos órgãos públicos de cidades com recursos na área, os profissionais que aí trabalham não se preocupam com temas como preservação da natureza, da cultura, ou sequer sejam reconhecidos como parte de um processo turístico; quando há planejamento, este atende aos interesses conjunturais do Estado para beneficiar determinado partido no poder ou empresa. (CORIOLANO, 2006).

O mercado de turismo é diferente do mercado de trabalho no setor de turismo, obtendo dados recolhidos pela OIT (Organização Internacional do Trabalho), o órgão mundial de turismo atesta que o emprego na área apresenta elevada percentagem de trabalhadores em tempo parciais, temporários e esporádicos, assim como importante presença de mulheres em cargos menores e poucas mulheres em cargos de responsabilidade <sup>6</sup>, importante presença de trabalhadores estrangeiros e de jovens com escassa qualificação, grande número de trabalhadores clandestinos, menor remuneração do que em outros setores da economia, maior

---

<sup>6</sup> c.f. Marcelo Vieira “O Gênero como fator determinante para escolha de recepcionistas de hotéis”.

número de horas semanais de trabalho e menor grau de sindicalização (OMT 1995, p.30-31) características que fazem do turismo um setor de muito menor produtividade do que outros (Ibidem, p.27).

Com esses dados, de acordo com os empresários, torna-se difícil imaginar para qual mercado deveria estar orientada a formação dos estudantes de turismo. Dado que nem sempre o que os empresários necessitam é o que a sociedade necessita, então qual seria o papel da universidade? Formar para um grupo específico da sociedade – empresários - ou para o conjunto da sociedade mais ampla? (BARRETO, 2006, p.49).

As faculdades de Turismo do Brasil não possuem um currículo unificado, as instituições educativas precisariam “*trabalhar juntas para desenvolver esses programas e os currículos necessários para atender às necessidades do ‘trade’*”, mas sem esquecer que a educação deve ser acadêmica, desenvolvida como parte integrante de um desenvolvimento social, econômico e cultural mais amplo de uma simples localidade ou região. (RITCHIE, 1990, p.147).

Quando se fala em Sociedade, nesse contexto do texto se pensa em universidade, ensino, e qualidade desse ensino. Questiona-se quem é o real cliente do processo de ensino, e então se pensa em que tipo de sociedade a universidade está inserida, se por ‘sociedade’ entende-se o conjunto de pessoas que vivem em uma faixa de tempo e espaço, seguindo normas comuns e que são unidas pelo sentimento de consciência do grupo. Do ponto de vista sociológico seria o corpo orgânico estruturado em todos os níveis da vida social, com base na reunião de indivíduos que vivem em determinado sistema econômico de produção, distribuição e consumo, em um dado regime político e obediente a normas, leis e instituições necessárias à reprodução da sociedade como um todo (DAE, 1994). Assim, a sociedade compõe-se de todo conjunto de pessoas e instituições que fazem parte de uma nação. (LEMOS, 2002, p. 68).

Essa análise vem ser necessária, para se reconhecer que a qualidade do ensino ministrado pela universidade, só será evidenciada a partir do momento em que esse aluno estiver exercendo na sociedade o papel que ele almejava na qualidade de estudante, e que o exercício desse papel esteja atendendo ou superando as expectativas demandadas pela sociedade. Por isso qualquer atitude de reforma que a universidade pretenda adotar deve levar em consideração em que tipo de sociedade ela está inserida, tendo em vista os contextos social e econômico vigentes, bem como as tendências que se configuram para o futuro do país e do mundo.

O Brasil sofre na condição de país da América Latina emergente, sofre pressões internacionais, no que diz respeito à reestruturação produtiva. Isso implica a submissão ao capital internacional, com políticas públicas educacionais que dêem atendimento a esses interesses. A análise da educação superior acaba sendo compreendida dentro dessa perspectiva, para que a formação do profissional em turismo ocorra dentro de uma visão que tome o contexto nacional e internacional do capital.

Quando se enfatiza o turismólogo e suas relações com o mercado de trabalho do turismo, se faz necessário, além de entender as condições da formação desse futuro profissional, investigar a possibilidade da sociedade e do próprio mercado turístico ser induzido em ver o profissional prioritariamente relacionado a funções administrativas ou econômicas, em virtude de um marketing errôneo das atividades desse gestor. É também um dos questionamentos levantados nesse trabalho, porque pode limitar sua atuação nas áreas sociais, gerando a diminuição de suas chances empregatícias.

Uma das causas de distorção cultural é originada por figuras incorretas criadas pelo marketing e pela propaganda turística. O espaço turístico é uma imagem feita pela mídia e pelas representações de quem pretende viajar. São imagens complexas, constituídas de sonhos e evocações, feitas com a ajuda dos audiovisuais como cartazes, guias, prospectos, folheterias,

livros, filmes, etc. Todas cheias de ambivalência, contradições e do duplo movimento entre o imaginário e o real.

As campanhas publicitárias constroem espaços turísticos utópicos, distantes do real, impulsionadas por objetivos como a consolidação desses espaços como núcleos receptores de turismo. Os profissionais que trabalham no turismo evocam o sonho, o prazer e a ostentação: O recepcionista de hotel sempre feliz, o carregador de malas vestido como *captain* inglês, os organizadores de lazer transbordando saúde e sensualidade, a comissária de bordo como modelo de elegância e mulher, o comissário do navio lhe convidando para mais uma das infinitas noites de festa, ou seja, o turismo traduz status, hedonismo, um universo onde mesmo que não seja o seu, em um determinado momento você poderá participar. O imaginário convocante sintetiza as pretensões, os objetivos que os núcleos turísticos buscam alcançar. Esse imaginário serve para orientar as ações, direcionar as políticas, mobilizar a sociedade para as metas desejadas. Quando o imaginário passa a ser social chama-se ideologia, diz Chauí (apud CORIOLANO, 2006, p.102). É assim que surge a ideologia do turismo, quando o imaginário passa a ser coletivo, sensibiliza as pessoas, toca as emoções vontades e desejos. Os futuros visitantes dos espaços turísticos atingidos pela imagem projetada reelaboram novas imagens desses espaços. Essa criação e recriação de imagens se confrontam com o real. Somente de forma coletiva, se começa a criar uma cultura de turismo.

O imaginário não atinge apenas o racional, é capaz de despertar as vontades, emoções e paixões, é resultado de um englobamento que Da Matta (apud CORIOLANO, 2006) explica, se referindo as operações lógicas em que um elemento é capaz de totalizar o outro em certas situações específicas. Dessa maneira, imaginário e real são englobados e passam a fazer parte de uma totalidade. No turismo, a imagem criada, a utopia, é capaz de transformar o real. Não só no turismo, mas em qualquer setor da vida social. Criar visões, projetar cenários, sonhar são momentos da realidade do turismo e do turista.

Afirma Coriolano (2006):

“Os governos e as empresas criaram uma imagem para o turismo e a divulgam na mídia. Isto se faz necessário porque esta atividade é mediada pelo modo de pensar, de sentir e por tudo o que alicerça a cultura da sociedade. Precisou transformá-lo em mito, não somente pela estrutura econômica do modo de produção, mas sobretudo, por idéias que transformam a demanda em desejo, sonho e aspirações, portanto uma ideologia sustenta o turismo. Constrói-se um mito para o turismo, como se ele trouxesse liberdade, realização, poder, satisfação superando ou substituindo a desilusão com o mundo do trabalho. Assim como a modernidade iluminista criou o mito do trabalho, a contemporaneidade cria o mito do ócio ou do turismo.” (CORIOLANO, 2006, p.220).

O tipo de marketing necessário deverá enfatizar a educação e a comunicação juntamente com a dimensão das vendas. Wight (apud MURPHY, 2001) pede corretamente um “marketing de turismo responsável” incorporando a ética e os códigos de procedimentos. Ir além da preocupação com a venda e rótulos. Kotler (Ibidem, 2001) foi um desses pesquisadores do mercado que demonstrou que o marketing é quase mais importante do que a venda. De fato, é um instrumento de comunicação, conforme expressa por meio de sua função de relações públicas. Atualmente é reconhecido também como um importante fator econômico do setor sem fins lucrativos, contribuindo para suas estratégias de sobrevivência e desenvolvimento. A articulação dos vários grupos envolvidos no setor por meio da comunicação do marketing pode ajudar a vender o conceito de turismo sustentado e seus produtos mediante a educação (MURPHY, 2001).

As questões da imagem e da comunicação podem ser melhores compreendidas, quando associadas às análises realizadas no capítulo três desse trabalho, no entanto, sua análise teórica é de importância ao fechamento desse capítulo, quando suas respostas ratificam as considerações dos autores que escrevem sobre as questões da criação e recriação de imagens se confrontando com o real: A imagem feita pela mídia e pelas representações de

quem pretende vender algo, nesse caso as Instituições de Ensino vendendo o Curso de Turismo (Anexo 4).

São imagens cheias de ambivalências entre o imaginário e o real, já que as campanhas publicitárias constroem cursos distantes do real, impulsionados por vários objetivos, como a possibilidade de trabalhar e viajar aliando lazer e prazer. Esse imaginário serve para orientar as ações e mobilizar a sociedade para outras metas.

## **Capítulo 2 – As estruturas do Turismo no campo social e seus segmentos.**

É importante a compreensão do termo ‘Responsabilidade Social’ na dimensão do turismo, por estar aliado a compromisso social e sustentabilidade, termos básicos para entender a dinâmica do planejamento.

O turismo além da comunicação, como processo global, tem introduzido e espalhado valores culturais e sociais por todo o mundo, pois o aumento do conhecimento de outras sociedades levou à adição de diferentes valores e à crescente similaridade entre várias sociedades. A ética pode ser considerada a base desse conceito, e que essa maneira de conduzir as ações torna os envolvidos parceiros e co-participes pelo desenvolvimento social, sendo, portanto um compromisso que todos deveriam selar quando se gerenciam atividades que interfiram no objeto ou local.

Conceituam-se e se apresentam alguns tipos diferenciados de turismo, que enfatizam e abrangem as propostas da responsabilidade social e suas implicações nas relações humanas,

aqui desenvolvidas com importância, haja vista que um dos questionamentos levantados nesse trabalho é o da possibilidade da sociedade e do próprio mercado turístico ser induzido em ver o turismo e o profissional prioritariamente relacionado a funções administrativas ou econômicas.

A importância dessa compreensão se dá não apenas para os próprios profissionais da área turística, que talvez desconheçam o seu total campo de atuação, mas também para o terceiro setor, que hoje possui grande força e iniciativa para trabalhar ações filantrópicas e voluntárias. (SAMPAIO, 2005).

A academia tenta sistematizar novas modalidades de turismo e seus respectivos usuários a partir de diferentes disciplinas, o que justifica a grande quantidade de classificações existentes, porém as pessoas enquanto seres sociais, pós-modernos que exigem a diferenciação,<sup>1</sup> não são passíveis de enquadramentos rígidos. Logo, toda e qualquer tipologia constitui apenas uma ferramenta epistemológica que os pesquisadores utilizam conforme suas necessidades. O mercado turístico também tem mostrado uma busca por novos segmentos, como estratégias mercadológicas para venda de produtos turísticos destinados a grupos específicos de público, em alguns casos, não foram apresentadas algumas fundamentações científicas ou de estudos de demanda para classificá-los, mas sim criatividade ou modismo para atingi-los. (RIBEIRO, 2008).

A separação e a segmentação dos tipos de turismo, nesse texto, se dará apenas com a intenção de ressaltar aqueles que enfatizam de forma mais explícita a proposta social e as implicações decorrentes dessas relações, onde as ações dos turistas e dos planejadores envolvidos influenciam mais diretamente as comunidades, a fim de contribuir para que essas atividades possibilitem a troca de experiências entre visitantes e comunidade local.

---

<sup>1</sup> As pessoas não querem ser parte de um coletivo indiferenciado, o que explica o declínio também do turismo de massas, as pessoas querem exclusividade. Hoje, muitas agências de viagem se autodenominam *Agentes Delicatessen* e 'Turismo' é 'Experiência' de Viagem. (BARRETO, 2008, p.15).

O turismo sustentável e o comunitário não são segmentos de mercado, são modelos que por suas características abrangem tipos específicos de turismo. No texto os tipos são separados e especificados em: Ecológico que engloba o Rural; Cultural que englobam o Étnico e o Pedagógico; Social, onde para poder melhor compreendê-lo, também se abrangem os modelos do Turismo Popular e de Massas.

Cabe salientar, que existem outros tipos como Turismo Religioso, Folclórico, Arqueológico, Esoturismo, de Aventura e outros, dentro dos segmentos do Turismo Cultural, Turismo Social e Ecológico, que também podem ter o compromisso de provocar uma ressurgência social, ou seja, que possibilita o desenvolvimento local. No entanto, a escolha de alguns tipos de turismo foi feita, porque se verificou que esses em especial, abrangem maiores ações e conhecimentos de planejamento social por parte dos turismólogos. Conseqüentemente, com os conceitos e definições estabelecidos, se facilitará chegar à intenção primordial do entendimento desse trabalho, que são das possibilidades e limitações do turismólogo na atividade social.

Todos os tipos de turismo mencionados seguem os princípios orientadores de planos comerciais e sociais, mas principalmente abrangem a questão educacional como conscientização das comunidades locais e estudantis, quanto à importância econômica do turismo. Apresenta-se a grande diversidade de empregos e a renda que se gera, a fim de motivá-los a se envolverem profissionalmente com o setor, dessa forma, também se contribui para a fixação dos estudantes em seu local de origem, evitando o êxodo de recursos humanos e de capital para as cidades de entorno. Também os sensibiliza quanto à questão da preservação do patrimônio natural e histórico cultural da localidade, conscientizando-os à importância da valorização de sua cultura e do ambiente natural onde vivem, elevando os sentimentos de cidadania e possibilitando a melhoria de vida dos moradores locais.

Existem dezesseis tipos de segmentações possíveis do mercado turístico, a WTO – World Travel Organization e a ETC - European Travel Commission (apud PANOSSO, 2008, p.23) destacam alguns dos mais utilizados relacionados a seguir: Sociodemográfica, Tipo de Viagem, Visita a amigos e familiares, Característica da viagem, Turista que visita a primeira vez um destino e o que já esteve no destino, Vantagem ou benefício, Atividade, Motivação, Estilo de Vida, Nicho de mercado, Geodemográfica, Preço, Segmentação por audiências, Internet, Business-to-business e Sem segmentação. Dessa forma, pode-se perceber que há uma gama de opção de segmentos e são utilizados de acordo com as estratégias almejadas.

O turismo seguindo outros setores econômicos está utilizando alguns referenciais para posicionar-se como atividade rentável e sustentada, além das satisfações dos clientes no que condiz aos desejos e necessidades emocionais básicas da venda de um serviço, outro procedimento mercadológico necessário, refere-se à orientação para a sociedade envolvendo cidadania, a empresa deve atender aos lucros e aos impactos não negativos sobre os valores sociais. As ações sociais interferem diretamente na imagem da instituição.

Hoje é muito difícil uma empresa buscar sustentabilidade comercial sem conciliar-se com as instituições, culturas e estruturas sociais. Quer seja na hotelaria ou em um pacote aéreo, há um envolvimento direto com a privacidade e expectativa pessoal de quem o consome. A empresa turística ao abrir-se para o mercado assume funções sociais diretas, à medida que seus produtos, serviços ou ações influem diretamente na sociedade e nas pessoas. Argumenta-se que o serviço turístico é parte da vida das pessoas, de seus sonhos e realização. Portanto, tudo que é oferecido ao mercado envolve uma leitura de cidadania, que tem desdobramentos sociais (GIACOMINI FILHO, 2002).

Assim é possível considerar que os serviços turísticos representam identidades de pessoas, sendo por isso tão monitorados. Cada indivíduo tem um estilo de vida moldado por preferências, nesse caso, um destino turístico que faça sentido para a vida de alguém se

aproxima de seu estilo pessoal, sendo mais fácil de ser adquirido, vale como um código ou símbolo da sua maneira de ser e viver, sinalizam que as pessoas são o que seus objetos significam. Muitas vezes o que a empresa poderia considerar como um ‘produto’ destinado a um ‘consumidor’ assume outras proporções, tornando-se uma ‘necessidade humana’ a serviço de um ‘cidadão’. Um dos motivos, que hoje um possível mau atendimento, um dano gerado por um serviço turístico tende a ser encarado como dano social.

Portanto, a postura de responsabilidade social não somente se faz necessária no sentido de ser aceita no mercado, vinculado a ética, meio ambiente, direitos trabalhistas, cultura, cidadania das pessoas envolvidas nas ações da empresa, etc. Como a formação de uma imagem de zelo na qualidade do serviço prestado junto ao público, nesse caso a definição de Kotler (2000) abrange esse conceito.

“Responsabilidade social é um conjunto de atribuições que a sociedade estipula para as instituições. A sociedade espera que as organizações, por exemplo, cumpram as leis, respeite o meio ambiente, preserve o direito de minorias, atenda princípios éticos” (KOTLER apud GIACOMINI FILHO, 2000, p.64).

Tendo em vista a relevância do turismo, que apresenta acelerado crescimento e ascensão e que tende a se tornar alavanca econômica de diversas regiões, o turismo abrange e contempla programas de planejamento desenvolvimentista e sustentável.

O foco colocado no turismo, visto como fenômeno humano, justifica-se pela necessidade de se levar em conta os interesses das comunidades receptoras no momento de se tomar decisões sobre diretrizes de políticas. Nesse sentido pretende-se superar a ótica dominante das ciências sociais aplicadas, complementando-a com a das ciências ambientais,

resultando assim, em princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação **turismo comunitário** ou **turismo com base comunitária**.

O turismo globalizado voltado aos mega empreendimentos que chegam aos países subdesenvolvidos não oferece oportunidades e vantagens às comunidades receptoras de turismo por não incluí-las em seus projetos. Há modelos concentradores de capital e assim estão associados à exclusão socioeconômica, à desvalorização das culturas nativas e geração de impactos negativos em relação à base dos recursos naturais e sociais dos núcleos onde se instalam. Assim, esses grupos excluídos implementam um outro tipo de turismo de base local que busca a sustentabilidade socioespacial, e que seja uma forma de participação inteligente na cadeia produtiva do turismo.

O turismo comunitário é aquele em que as comunidades, de forma associativa, possuem o controle efetivo das atividades econômicas associadas à exploração da atividade turística, desde o planejamento ao desenvolvimento e gestão das atividades e assim conseguem melhorar suas economias. Por meio do envolvimento participativo realizam variados projetos, que além de garantir a melhoria de suas condições de vida, preparem as condições para receber visitantes e turistas. (CORIOLANO, 2003 p.10)

Essa prática pode construir uma ponte e constituir o início de um verdadeiro intercâmbio cultural campo/cidade. Pois forma redes de solidariedade a partir da interação de turistas, agentes de viagens que trabalham em contato com as comunidades e também com organizações não governamentais. As comunidades citadas podem ser indígenas, camponesas, quilombolas, litorâneas pesqueiras e de movimentos ligados aos sem terra. Destaca-se que nas visitas se dá o contato com a rusticidade da vida no campo ou das áreas litorâneas, com a cultura dos trabalhadores rurais, preservada por meio de festa, da mística e das lutas e colheitas conjuntas. Entra-se em contato, ainda, com histórias de vida reais e distintas, num encontro promovido pelos moradores locais. Histórias que falam do prazer de se trabalhar em

terra própria, ser livre e independente. Tudo isso representa, uma prática que contribui para a solução de velhos problemas sociais.

Por comunitário, de acordo com Maldonado (apud RIBEIRO, 2008) entende-se:

“Um sujeito coletivo, com direitos e obrigações, constituído com base na adesão voluntária de seus membros (indivíduos ou famílias) com ou sem sustento institucional no direito consuetudinário ou de viver em uma territorialidade comum”. (MALDONADO apud RIBEIRO, 2008, p.108).

E a sua identidade pode ser nutrida por um conjunto de objetivos, valores e normas de participação social codificados por seus membros, que convivem entre si no mesmo território.

O turismo comunitário é realizado de forma integrada às demais atividades econômicas, com iniciativas que fortalecem a agricultura, a pesca, o artesanato e outras atividades. Prioriza a geração de trabalho para os residentes nas comunidades, os pequenos empreendimentos locais, dinamiza a renda local e garante a participação de todos (jovens e mulheres), assegurando as ações com planejamento descentralizado e associativo. Luta pela regulamentação fundiária e pela garantia da posse da terra dos nativos (indígenas, pesqueiras, quilombolas, etc), assim como das UCs (Unidades de Conservação), implementa comitês da gestão ambiental nessas unidades e planos de manejo e conservação compatíveis com o turismo. (CORIOLANO, 2006, p.202).

Esta definição de turismo engloba outras formas operativas de produção, além da familiar e comunitária, que geram arranjos mistos de fluxos de recursos e benefícios pode haver também há a conformação de empresas mistas com ONGs e setor público, às vezes parcerias com setores privados em termos da participação e dos investimentos.

Como já descrito anteriormente, há uma convergência entre turismo sustentável e turismo comunitário, mas as concepções não são as mesmas. O turismo sustentável lançado

pela OMT e UNCTAD<sup>2</sup> tem a intenção de atender a Ecologia, a Sociedade, a Economia, fala do bem estar dos pobres sem apontar caminhos. O turismo comunitário é a prática dessa proposta da OMT, embora sejam considerados excluídos do turismo global.

O turismo supera a perspectiva de uma atividade utilitarista com feição econômica e compensatória aos seus efeitos como a neurose do excesso ou da pressão de trabalho. É necessário resgatar o que as comunidades domésticas podem promover com seus recursos e potencialidades; o desenvolvimento do espaço local, transformando-o numa comunidade que possa decidir o que ela quer ser, grande ou pequena, criando no momento em que percebe sua vocação, sem correr o risco de um localismo fechado. Vê-se a situação, que muitas vezes essas comunidades não dispõem de meios para fazer marketing, ficando desprotegidas ou dirigem sua propaganda para públicos diferenciados através de ONGs, inclusive para o exterior. Por isso o turismo comunitário é o novo eixo do turismo nacional, organizado em rede, mas articulado com outras localidades internacionais.

Afirma Sampaio (2005):

“O local é um espaço em movimento que possui porosidade e a preocupação não está centrada em saber onde ele se inicia ou termina, mas nos arranjos dos elementos que o compõe”.  
(SAMPAIO, 2005, p.26)

Para os grandes empreendimentos turísticos, o lugar não é a comunidade, apenas um pólo receptor de turistas, por isso desconhecem a presença dos habitantes e negam a história local. A comunidade é um grupo social residente em um pequeno espaço geográfico cuja integração das pessoas entre si, e dessas com o lugar, cria uma identidade tão forte que tanto os habitantes como o lugar, se identificam como comunidade. Assim quando se fala

---

<sup>2</sup> OMT - Organização Mundial do Turismo e UNCTAD – Organização das Nações Unidas para o Comércio  
Fonte EMBRATUR. Disponível em [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br) Acessado em Dezembro de 2008.

comunidade tal, fala-se ao mesmo tempo do povo e do lugar. Como diz Santos (apud CORIOLANO, 2006) que o “território permite a nação falar”, ou seja, as pessoas e os lugares são as bases necessárias ao desempenho das atividades cotidianas associativas, havendo uma solidariedade orgânica. (CORIOLANO, 2006, p.201)

A pergunta que se faz é como transitar entre o agir econômico e o agir sensível à outra economia (ou administração) do turismo? O princípio norteador não é excluir o agir econômico da racionalidade social, mas incorporar outros tipos de agir. Não se espera soluções ideais, mas criativas, que tenham condições de sobrevivência e que possam melhorar as perspectivas sociais, econômicas e ecológicas das populações autóctones.

A divisão do trabalho das primeiras organizações pré-capitalistas surgiu na época da revolução industrial, onde polarizou as forças do capital de um lado e o trabalho de outro. Unido a tríade liberdade, fraternidade e igualdade da revolução francesa, estas não conseguiram reverter o problema social que descaracterizaram as comunidades domésticas ocasionadas pela sobreposição da racionalidade utilitarista individual à valorativa coletiva.

É preciso retroceder e resgatar os valores intelectuais, estéticos, morais e espirituais da integridade humana, discutida na filosofia clássica de Aristóteles; e a ação social de Weber, na qual relaciona os elementos agentes, meio e fins; e rediscuti-los, relacionando-os com a razão valorativa substantiva, para-econômica, comunicativa e ambiental, com a mesma intensidade do que se faz com a racionalidade utilitarista, sob as óticas da burocracia, da economia e do determinismo. (SAMPAIO, 2005)

Diante da afirmativa, faz-se necessário encontrar um tipo de ação social que possa melhor mediar os interesses das chamadas comunidades domésticas potencialmente receptoras com o *trade* da destinação turística, ou seja, as comunidades têm o direito de decidir o que elas querem ser. Se quiserem ser destino turístico, podem estabelecer

conjuntamente com os atores envolvidos (governo, empresários, ONGS..) quais são os limites de carga desse impacto ocasionado.

Verifica-se também que não há homogeneidade no turismo comunitário, ele também possui conflitos. As diversidades sugerem que esse tipo de turismo, embora mostrando indícios que se pode fazer um novo turismo, no movimento dialético de suas contradições pode dirigir-se para novos caminhos. Há comunidades que se apresentam conformadas ao sistema, outras críticas e resistentes, acabando por percorrerem caminhos diferentes. Há lugares onde só se aprende o movimento no discurso, ao contrario dos territórios produzidos pelo discurso empresarial – governamental, onde é visível a materialização dessas diferenças. Também no movimento do turismo comunitário é possível identificar aqueles que não comungam dessa idéia, excluindo-se e mostrando que a totalidade é constituída de negações e contradições (CORIOLANO, 2006, p.219). Existe um grande erro em pensar que desenvolvimento é igual ao simples crescimento da economia, mas agora as comunidades, as pessoas que pensaram de forma critica, os teóricos, os professores, as pessoas, que estudam chegaram à conclusão que o crescimento da economia não é o desenvolvimento da sociedade. A economia pode crescer, mas o lugar pode não desenvolver e as comunidades se deram conta disso pelo empirismo.

O turismo tem a peculiaridade de ser um sistema local-global, diferente de algumas outras atividades econômicas, que em determinados casos, pode ter uma perspectiva predominantemente local. Assim, não se pode falar de turismo de subsistência, como se fala em agricultura ou pesca, voltados para um pequeno local. O turismo sempre dependerá de um plano externo para desenvolver seu plano interno, ou seja, dos consumidores que nesse caso, se pode constituir como potencial, mas também em risco sociocultural ambiental, como já entendido.

O turismo de base comunitária é um divisor de águas. Ele se baseia na relação dialética entre turista e comunidade receptora, e não na sobreposição de comunidade ao turista, ambos considerada agentes de ação socioeconômico e ambiental, repensando as bases de um novo tipo de desenvolvimento – regulando padrões de consumo e estilos de vida – e de um conjunto de funções produtivas e socioecológicas – regulando a oferta de bens e serviços e seus impactos ambientais. Entretanto, os governantes e empreendedores, encaram o conceito de turismo de base comunitária de forma simplista, como mais um segmento da atividade turística, assim como o Turismo Cultural, o Ecoturismo ou Turismo Rural. O turismo comunitário não se limita à observação ou convivência com as populações autóctones, mas consiste também no envolvimento com os próprios projetos comunitários, é uma experimentação alternativa ao modo de vida consumista. Ele é uma estratégia de comunicação social, que possibilita que as experiências de planejamento para o desenvolvimento de base comunitária, onde a população local se torna a principal protagonista, possa ser vivenciada através da atividade turística.

As gestões públicas podem ter um nível de engajamento maior em relação a ações simples como oferecer e planejar às comunidades: Oficinas de capacitação em ecoturismo e patrimônio, técnicas de hospitalidade quanto mão de obra, técnicas de recursos naturais (agricultura orgânica), legislação, o envolvimento da mídia, parcerias, entendimento melhor do turismo como estratégia de desenvolvimento, organização dos segmentos comunitários através de associações, formação dos Conselhos Municipais e outros. A partir dessa postura, podem-se contabilizar pontos positivos e resultados, como uma maior sensibilização da comunidade e a emergência de lideranças locais, ou seja, as comunidades aperfeiçoam sua organização social a fim de cobrar dos parceiros o cumprimento de suas competências.

Segundo o Acordo de Mohonk,<sup>3</sup> assinado por 20 países num evento realizado nos Estados Unidos em 2000, **Turismo Sustentável** é aquele que busca minimizar os impactos ambientais e socioculturais, ao mesmo tempo em que promove benefícios econômicos para as comunidades locais e destinos (regiões e países). O evento discutiu pela primeira vez os princípios e componentes que deveriam fazer parte de um programa sólido de certificação de turismo sustentável e ecoturismo (o turismo sustentável em áreas naturais, que beneficia o meio ambiente e as comunidades visitadas).

Pensar a sustentabilidade urbana a partir da injeção de idéias sobre o meio ambiente em uma sociedade racionalizada por uma ética do consumo pode parecer um contra-senso. Dessa maneira, discutir de que maneira a gestão ambiental viabilizaria cidades sustentáveis, a partir de ações como os mecanismos de desenvolvimento limpo do Turismo, requer buscar nas Ciências Sociais, idéias e parâmetros de análise que extrapolam a Sociologia, a ciência Política e mesmo a Antropologia, para citar o mínimo de interdisciplinaridade que a análise requer.

Em um primeiro momento, faz-se necessário discutir o que se entende por sustentabilidade. De fato, entender os sentidos do termo e de suas variantes – como desenvolvimento sustentável – vai além do mero conceito, faz-se necessário buscar o momento em que o elo do meio ambiente se perdeu da corrente da humanidade. Assim, criou-se um pressuposto inicial: o de que as atuais preocupações com a saúde ambiental e o futuro da vida natural e humana decorrem do fato, de que o modelo de racionalidade adotado a partir da renascença, e consolidado com a modernidade, procurou se desvincular paulatinamente da natureza.

Nesta perspectiva, pretende-se inferir uma conceituação adequada de sustentabilidade/desenvolvimento sustentável. Para tanto, empresta-se dos estudos

---

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.aecoturis.org.br/definicoes.php> Acessado em Janeiro de 2009.

antropológicos, como o de Wolff (2001), a idéia de trato social do meio ambiente, a partir de uma ótica relacional entre homem/sociedade, sistema político-econômico e natureza, para depois introduzir as relações e conceitos do Turismo Sustentável.

Nessa lógica, os administradores têm o compromisso de conscientizarem-se da importância das cidades em rede e dos modelos de sistemas locais de produção, como possibilidades reais, viabilizando métodos e técnicas que possam ser compartilhadas por todos os cidadãos.

Cabe aos pesquisadores do planejamento e estudiosos do turismo, realizarem releituras das formas como são geradas e geridas as riquezas, construir metodologias e categorias de análise do que seja valor, e de como é possível estabelecer uma nova concepção de desenvolvimento nos moldes da sustentabilidade do turismo.

Os estudos acerca do meio ambiente e das influências das populações em seu trato, tornou-se relevante nos últimos anos. Os vários níveis de sociabilidade e de sociodiversidade são fatores determinantes de como grupamentos humanos se relacionam com a natureza e definem em quais aspectos esse uso se faz necessário, bem como a duração do mesmo. Nesse contexto, pode-se dizer que a configuração do trato do meio ambiente, enquanto regra a ser seguida para garantia de sua preservação da vida, varia segundo a sociedade analisada. (MOZINE, 2008).

Nesse ínterim, surge nos últimos anos uma preocupação com o que se convencionou chamar Desenvolvimento Sustentável. Fruto de décadas de debates internacionais, este conceito foi definido em 1987 pelo *Relatório Brundtland*<sup>4</sup> como o uso dos recursos naturais

---

<sup>4</sup> Em 1983 foi estabelecida a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, presidida pela norueguesa Gro Brundtland, que contou com a participação de governos, Ongs e comunidades científicas. Seu objetivo: reexaminar a questão ambiental, interrelacionando-se com a questão desenvolvimentista, propondo programas de ações. Quatro anos depois, surge o relatório final da comissão chamado '*Our Common Future*' ou Relatório Brundtland. Nele que surge com força a expressão 'desenvolvimento sustentável'. (SAMPAIO, 2005, p.116).

pelas populações presentes sem comprometer a sobrevivência das gerações futuras. Contudo, falar em desenvolvimento sustentável significa abordar no mínimo três esferas da vida social e conjugá-las de forma harmônica com os objetivos de preservação ambiental. Essas esferas são: a econômica, a política e a social.

Desenvolvimento Sustentável é um conceito demasiadamente limitado. Ao se levar em conta seu emprego, deve-se ter a noção de que se está tratando de sociedades nas quais o progresso e o crescimento econômico estão imbricados no próprio padrão de sociabilidade, que invariavelmente tem caráter urbano. Dessa forma, não se deve utilizar essa definição no trato de outras sociedades, como as tribais e tradicionais, ou mesmo campesinas e rurais, para as quais se usa uma terminologia mais ampla: a sustentabilidade. (MOZINE, 2008).

Apresentado, vê-se que o tratamento da Sustentabilidade requer uma visão mais holística do funcionamento e organização social, cujo enfoque para um meio econômico pautado pela economia de mercado dá origem à noção de Desenvolvimento Sustentável. Nestes termos, tratar o Desenvolvimento Sustentável requer a clareza de que se está levando em conta uma sociedade de organização classista, onde o consumo faz parte da pauta social e na qual a sociabilidade está impregnada de urbanização, de conflitos e de interações sociais advindos dela. Falar em sustentabilidade, por conseguinte, requer definir os aspectos culturais, gnósticos e de apropriação da natureza, relacionados à determinada sociedade.

Como então se verifica, a sustentabilidade – de sociedades tradicionais, ou da sociedade ocidentalizada em termos de desenvolvimento sustentável – é fruto da interação entre o ambiente econômico, o político institucional – seja ele baseado na tradição, no estamento, na religiosidade ou na representação – e o social. Este último é o que representa maior importância na conjunção de esforços para um trato equilibrado da natureza.

Dessa maneira, destaca Wolff (2001):

“Sendo a sustentabilidade uma construção histórica e cultural [...] fazem parte desta construção vários níveis de relações. Uma determinada maneira sustentável de viver implica uma forma de relações entre todas as sociedades e toda a natureza. Articula-se a essa relação às classes sociais e a maneira como cada classe se relaciona com a natureza, se apropria dela e, ainda, a maneira como as diversas classes relacionam-se entre si” (WOLFF, 2001 p.243 a 261).

Nesse sentido, toda forma de sociedade pode atingir um determinado grau de sustentabilidade, independente do grau de complexidade que apresente. Isto não significa, todavia, que o equilíbrio com o meio ambiente está ao alcance da mão; revela ao contrário, que o meio social, enquanto campo de ação política e interação, são capazes de rearticular a sociedade e redefinir seus padrões de uso da natureza.

As formas de apropriação da natureza existentes nas diversas sociedades são fruto, portanto, desse enlace histórico entre os campos econômico, social e político. Nesse sentido, a sociedade que busca o Desenvolvimento Sustentável, deve introduzir o fato de que o seu alcance perpassa muito mais por uma mudança de mentalidade – e até de identidade – que de simples ação política de modificação do meio econômico, pois isto é consequência da descoberta de novos padrões de sociabilidade e apropriação da natureza.

De fato, a apropriação dos recursos naturais é resultado da herança histórica da própria sobrevivência das sociedades e dos rumos econômicos que elas tomaram. Alcançar o desenvolvimento sustentável, assim, é um dos principais desafios da sociedade moderna. O planejamento urbano e a gestão ambiental das cidades são iniciativas que, uma vez integradas nos setores públicos e privados e na sociedade civil, podem contribuir para atingir essa meta.

Turismo e meio ambiente possuem uma característica multidimensional, pois envolvem muitas abordagens, por esse motivo deve-se entendê-lo por uma perspectiva holística. Os projetos de desenvolvimento turístico necessitam serem avaliados e seus diversos níveis de sustentabilidade devem ser identificados. As principais dimensões de

sustentabilidade transdisciplinar que precisam ser verificadas são a ecológica, a cultural, a social, a tecnológica, a política, a jurídica e a econômica.

O aparecimento do conceito de ‘Desenvolvimento Sustentado’ marca a mudança, quando a qualidade ambiental passa a ser considerada dentro do desenvolvimento econômico e social, ligando esse conceito à preservação ambiental. Uma política global de sustentabilidade existe quando a conservação do meio ambiente está relacionada com eficiência econômica e justiça social, essa visão enfatiza esforços para associar a proteção ambiental às políticas de desenvolvimento do turismo. (BENI, 2000)

O turismo sustentável abre uma margem ampla de interpretações e perspectivas. Pode ser visto como uma viabilidade da atividade turística, sustentabilidade econômica do turismo, nesse caso o interesse é a própria atividade e o produto turístico. Gera investimentos em infraestrutura local, convergindo para um turismo nacional e internacional.

A qualidade ambiental é um fator de competitividade para o mercado, por isso deve ser protegida e mantida a sua viabilidade em longo prazo, que é a melhor forma de manutenção. Há uma outra interpretação pela ecologia, como visão sociocultural e política, com abordagem preservacionista, o turismo aqui integra uma estratégia global do desenvolvimento sustentável, a sustentabilidade é meta de importância igual a eficiência econômica e a justiça social para geração de empregos, distribuição de renda e melhoria da qualidade de vida. (BENI, 2000, p.168).

O turismo é um elemento importante da vida social e econômica da comunidade regional. Reflete as aspirações das pessoas no sentido de desfrutar novos lugares, assimilar culturas diferentes, beneficiar-se de atividades ou descansar longe do local habitual de residência ou de trabalho. É valor econômico de muitas áreas e cidades de comunidades e contribui social e economicamente para regiões periféricas, o turismo representa a relação fundamental entre o desenvolvimento econômico e o ambiente.

O desenvolvimento sustentável do turismo é entendido, portanto, como uma forma de integração dos excluídos, como o combate à pobreza e criação de segmentos de turismo alternativo que integrem os núcleos receptores, que evitem a exploração irracional dos recursos naturais, a degradação dos monumentos e sítios históricos, que combatam o empobrecimento das produções culturais e a exploração sexual. O turismo globalizado voltado aos grandes empreendimentos que chegam aos países considerados em desenvolvimento, não oferecem oportunidades e vantagens às comunidades receptoras de turismo por não incluí-las em seus projetos.

Beni (2004) afirma, que há falta de interssetorialidade da ação conjunta e integrada dentro do próprio governo com o setor privado, onde reside o maior problema para a atuação eficaz dos órgãos públicos de turismo no Brasil. O conflito entre o local e o global no desenvolvimento do turismo, implica a promoção de políticas públicas de turismo em escala municipal, nacional e internacional. (BENI, 2004, p.14) A parceria com a iniciativa privada pode ser o meio para enfrentar a escassez pública de recursos financeiros disponíveis, o recuo do espírito de risco do empreendedorismo e inovação do empresariado em face de alterações súbitas no mercado internacional e nacional. Vive-se um momento de transformação, de um modelo burocrático, prestador e concessionário de serviços para um modelo empreendedor, de co-responsabilização social solidária, a que o Estado deve prestar decisiva colaboração em conjunto com as empresas privadas e organizações sociais.

Uma ação desse porte pode representar um esforço na construção de um modelo de desenvolvimento integral, integrado e sustentável, possibilitando superar a reprodução da pobreza e da exclusão social provocadas pelo aumento das desigualdades, da internacionalização da economia, da incontrolada competitividade e do esgotamento das verbas públicas.

Portanto, é necessário associarmos a idéia de sustentabilidade a certas manobras derivadas da modernização do capitalismo. O turismo sustentável é a postura de práticas turísticas que destruam o mínimo possível o patrimônio cultural, e mesmo assim, continuando a ser economicamente viável e satisfazendo tanto à comunidade local quanto aos visitantes no que se refere ao meio físico e do tecido social.

O planejamento turístico requer um processo integrado. O antigo planejamento turístico preocupava-se em descrever a situação futura desejada, em função de padrões de uso do solo. No novo planejamento, a ênfase recai na observação de possíveis conseqüências de políticas ambientais, sociais, econômicas alternativas, para (avaliando-as em comparação com os objetivos) escolher as medidas preferidas e os processos adequados. Quanto à política de gestão estratégica e do desenvolvimento sustentável em *clusters de turismo*<sup>5</sup> que envolvem uma nova ética.

Nas recomendações da ECO 92<sup>6</sup> realizado no Rio de Janeiro, a questão da sustentabilidade foi destacada com a modernização de conceitos e novas concepções de como desenvolver o turismo e suas atividades correlatas de forma sustentável. O turismo por isso, se firma sobre quatro pilares: O ambiental - Principal fonte dos atrativos; O social – a comunidade receptora, o patrimônio histórico-cultural e a interação com os visitantes; O econômico – com os relacionamentos e interdependências harmônicos da cadeia produtiva; O político – que assegura o processo e o controle da gestão necessária à consolidação dos diferenciais da destinação turística e dos processos de produção. E se os quatro postulados do desenvolvimento sustentável são: a prioridade ao alcance de finalidades sociais, a valorização

---

<sup>5</sup> O conceito de cluster se constrói a partir da idéia de aglomeração ou concentração de empresas e atividades com sucesso extraordinário. Essa noção converteu-se em resposta às demandas de um mercado globalizado e competitivo voltado especificamente para o turismo. Tal abordagem amplia seu escopo a partir dos conceitos de aglomerado e arranjo produtivo, situa o fenômeno na escala da concentração geográfica de atividades econômicas e valoriza a localização com base no conhecimento e na especialização. (N.A)

<sup>6</sup> Segunda Conferência Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (conhecida como Eco-92) realizado no Rio de Janeiro teve como um de seus resultados a formulação de documentos que tratam de questões que estabelecem mudanças no comportamento dos países em relação ao meio ambiente. Disponível em [www.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/ecologia/eco92](http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/ecologia/eco92) Acessado em Janeiro de 2008.

da autonomia, a relação simbiótica com a natureza e a efetividade econômica; nota-se que as suas propostas são similares, são estratégias de um desenvolvimento socialmente mais justo, ecologicamente prudente e economicamente eficaz. (SAMPAIO, 2005, p.117).

A interpretação de lugares, patrimônios, saberes e fazeres culturais é um instrumento de comunicação entre os moradores e os turistas. A escolha dos meios e técnicas mais apropriados dependerá sempre do lugar ou do objeto a ser interpretado pelo público residente, pois há um agravante que geralmente os tomadores de decisões não residem nos locais explorados, por isso o respeito aos valores locais e sua compreensão pelo visitante estão no cerne de qualquer desenvolvimento de um ambiente turístico sustentável para a comunidade e para os visitantes. (BENI, 2004, p.19).

A essência do planejamento turístico local exige que a comunidade tenha consciência de seu patrimônio material e imaterial, e que decida sobre o que compartilhar e o que reservar para sua guarda e proveito próprio, bem como onde deseja que essa troca se efetue.

São várias as denominações usadas para definir uma atividade turística sustentável, aquela em que o turista deixa de ser um mero elemento em busca de diversão, descanso ou consumo e se torna um visitante consciente em busca de conhecimento, contemplação e atividades que tenham um diferencial em termos de sustentabilidade socioambiental. De turismo responsável a ecoturismo, passando por ecológico ou de natureza, cada um tem a sua característica. Mas todos têm um ponto em comum que os caracterizam como atividades especiais: o respeito pela natureza, pela biodiversidade e pelas tradições socioculturais das localidades visitadas e o intuito social de fazer algo pelas comunidades receptoras.

Os tipos específicos de turismo, apresentados a seguir, são segmentações estabelecidas pelo mercado, caracterizados dentro do 'Turismo Sustentável' por obedecerem aos princípios orientadores contidos no PNT (Plano Nacional do Turismo) e no código de ética do Turismo de 2002, da OMT. Estão estritamente ligados ao âmbito social e envolve:

- a) Compreender os impactos turísticos;
- b) Distribuir de forma justa custo e benefício;
- c) Gerar empregos locais, diretos e indiretos;
- d) Estimular negócios lucrativos;
- e) Injetar capital e dinheiro na economia local;
- f) Transferir benefícios de uma região mais rica a outra mais pobre, contribuindo para um maior equilíbrio intra-regional;
- g) Elevar as condições de vida das comunidades envolvidas;
- h) Estimular e favorecer o crescimento de outras atividades;
- i) Interar-se com todos os segmentos da sociedade;
- j) Incorporar planejamento e zoneamento;
- k) Desenvolvimento estratégico e logístico de transporte intermodal;
- l) Facilitação de recreamento e entretenimento;
- m) Encorajamento do uso produtivo de terras consideradas marginais;
- n) Auxiliar a cobertura de gastos com preservação ambiental;
- o) Intensificar a auto-estima da comunidade local. Incentivando seu engajamento no processo de desenvolvimento;
- p) Monitorar, assessorar e administrar os impactos do turismo, desenvolvendo métodos confiáveis de gestão estratégica. (BENI, 2004, p.22)

## **2.1. Turismo Ecológico**

A necessidade do desenvolvimento sustentado do turismo começa a chamar a atenção e o turismo ecológico esta sendo promovido em muitos países em desenvolvimento como um impulso para difundir simultaneamente a política de preservação do ambiente e o desenvolvimento do turismo. O Ecoturismo está inter-relacionado ao crescimento global do setor no mundo de hoje.

Ecoturismo é um termo que tem sido definido de muitas formas e em geral é usado para descrever atividades turísticas realizadas em harmonia com a natureza, em contraposição às atividades de massa mais tradicionais. È considerado também um tipo de turismo voltado para a natureza. Ainda não existe uma definição mais precisa de Ecoturismo, em parte porque são inúmeras as pessoas que se dedicam a essa atividade e atribuem a essa palavra perspectivas e motivações próprias.

Cultura e natureza são enfatizadas Ryel e Grasse (apud HAWKINS et KAHN, 2000) ao definirem Ecoturismo como *“Uma viagem com o objetivo preciso, que gera uma compreensão da historia cultural e natural, salvaguardando ao mesmo tempo a integridade do ecossistema e proporcionando os benefícios econômicos que estimulam sua conservação”*.

O papel do turista é ressaltado por Lascurain (apud HAWKINS et KAHN, 2000), segundo o qual a característica principal do Ecoturismo:

“ [...] é o fato da pessoa que o pratica ter a oportunidade de mergulhar na natureza de uma forma de que a maioria das pessoas não pode desfrutar em sua existência e rotina urbanas. Esta pessoa acabará adquirindo uma consciência que a transformará em alguém envolvido na questão da preservação [...]”. (LASCURAIN apud HAWKINS et KAHN, 2000, P.206).

Existe muita controvérsia sobre a origem do Ecoturismo. Alguns teóricos acreditam que os naturalistas, que acompanhavam as expedições européias entre os séculos XVII e XIX, com o objetivo de conhecer a flora e a fauna dos territórios conquistados, teriam sido os primeiros ecoturistas. As raízes desse segmento residem na natureza e no turismo ao ar livre, encontra-se o termo empregado pela primeira vez em textos de 1983, cujo autor Lascuráin, (apud CASTOGIOVANNI, 2004) tece uma leitura inicial do seu significado, buscando definir um novo segmento de turismo, praticado em áreas em que predominam elementos da natureza e cujas práticas fossem ambientalmente responsáveis, para evitar ou minimizar os impactos negativos que a presença de visitantes oferecem ao patrimônio natural. (CATROGIOVANNI, 2004, p.106)

Em 1987 a EMBRATUR lança no mercado um novo produto turístico denominado ‘turismo ecológico’ mas poucos resultados são obtidos nesta linha de atuação até o lançamento da publicação “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo” (EMBRATUR/IBAMA,1994) entende-se que o Ecoturismo é uma modalidade do turismo sustentável e não apenas como um segmento da atividade turística centrado unicamente no bem natural.

Ao analisarem-se essas colocações com o conceito de Ecoturismo da EMBRATUR/IBAMA (1994) :

“Segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem estar das populações”

Constata-se que a preocupação com a preservação do patrimônio cultural e natural continua sendo o ponto principal e mais preocupante deste segmento. Como já mencionado,

há diferentes conceitos de Ecoturismo, dependendo do autor ou da instituição: Turismo Verde, Turismo Natureza, Turismo Aventura, Turismo Alternativo... No entanto, há uma mesma confluência: O respeito às comunidades locais, os mínimos impactos, distribuição de benefícios às comunidades locais e visitantes ambientalmente conscientes. O autor Barbosa (2004) afirma que há diferenças entre ‘Turismo Natureza’ ou ‘Turismo Aventura’ e ‘Ecoturismo’.

“[...] as operações para utilizar a natureza apenas como meio ou cenário para a sua realização, oferecendo aos turistas apenas as oportunidades de conhecerem lugares e populações exóticas e para a prática de modalidades de esportes radicais não é Ecoturismo, por isso a necessidade da clareza teórica conceitual dos termos utilizados se faz necessária para encaminhar e exigir práticas mais responsáveis dos profissionais” (BARBOSA apud CASTROGIOVANNI, 2004, p. 107).

As atividades turísticas estão diretamente ligadas à questão ecológica, porque o turismo feito de forma desordenada e além da capacidade de recepção de um local em determinado tempo, acaba se transformando num fator de poluição e de destruição não só do patrimônio natural existente, mas do cultural da comunidade.

Como afirma Pelegrini (2000):

“Falta a compreensão de que a variável ecológica abrange além de plantas, animais, poluição, lixo, ruído urbano, etc. o direito humano de dispor de qualidade de vida, com direito a terras, moradia decente, saúde, educação, qualidade de vida, manutenção e preservação de sua cultura – ecologia humana. Assim, a questão ecológica na área turística envolve a preservação conjunta do patrimônio natural, composto pelo meio físico e biológico e do patrimônio cultural, representado pelos monumentos, festas religiosas, tradições, folclore, etc.” (PELEGRINI FILHO apud DONAIRE, 2000, p.81)

Dentro de um planejamento governamental que envolva a implantação de melhorias de métodos de gestão para o turismo, é fundamental que se inclua o aspecto da variável ecológica, que atentarà para a preservação dos recursos turísticos naturais e culturais a fim de que as gerações futuras não culpem a geração atual por omissão e descaso, repetindo erros já constatados em outros países e que resultaram em perdas consideráveis não só no aspecto econômico, mas também no cultural. No âmbito do turismo é sempre mais indicada a prevenção do que a cura.

É fundamental para atender ao objetivo do desenvolvimento sustentado, que as empresas engajadas nas atividades turísticas incorporem em seus projetos de implantação de empreendimentos (parques temáticos, hotéis-selva, ecoturismo, etc) a elaboração do EIA – Estudos de Impactos Ambientais e do RIMA – Relatório de Impacto Ambiental, tais instrumentos são de grande valia para o planejamento desses empreendimentos e constituem marcos importantes para a preservação ativa dos bens da natureza e dos bens culturais dos locais de recepção turística (DONAIRE, 2000).

No Quênia – um dos países de maior índice de atratividade – Ecoturismo significa Turismo de Massa. Exemplo: No Parque Nacional, se alguém vir um Leopardo, vai levar tempo até chegar perto dele e tirar uma foto, pois há muitas pessoas à volta. Algumas terras dos parques explorados originalmente são dos Massais <sup>7</sup> que recebem pelo arrendamento a empresas de turismo e hotéis que o exploram. O fluxo de visitantes e de gado está crescendo de maneira assustadora e observa-se que não há gerenciamento do processo. O turismo estaria oferecendo melhores condições de vida a comunidade, mas a própria cultura estaria retrocedendo.

É uma realidade comum em muitas partes do Brasil também, como o caso de uma comunidade amazônica que havia ganhado bastante dinheiro com o turismo, apresentando a

---

<sup>7</sup> Tribo, comunidade de nativos de determinadas regiões africanas, os Massais medem sua riqueza pela quantidade de cabeças de gado que possuem. (N.A.)

comunidade o modo de exploração do fabrico artesanal da mandioca. De forma ingênua, os moradores descaracterizaram o produto, quando compraram uma prensa moderna para facilitar o trabalho de todos com o crescimento e desenvolvimento da atividade. Percebe-se que as pessoas não conhecem o problema, não tem um entendimento claro do que é e como funciona o Ecoturismo, que pode trazer muito mais benefícios. O que para os turistas e empresários do turismo seria melhoria de qualidade de vida, para a comunidade o conceito de melhoria de qualidade de vida era outro. Dessa forma, o maior objetivo do turismólogo nesse caso, seria administrar esse conflito de maneira que fosse o mais benéfico para todos.

Interessante esse relato de Archer et Cooper (2000) que exemplifica uma possível alternativa de minimização de impacto social, numa situação de visitas de turistas provenientes de um cruzeiro marítimo a uma pequena localidade do Caribe:

“Quando os turistas são levados para conhecerem aldeias locais, é agressivo para o nativo ver alguém entrando na sua casa, no seu espaço, comentando sobre seus hábitos. Para minimizar esse impacto, no momento que os turistas do navio chegam, a população é convidada para ir a escola do lugarejo onde o medico e enfermeiros do navio dão atendimento gratuito a toda comunidade. Pelo lado dos turistas, há conforto em saber que estão ajudando pessoas ao invés de ser apenas diversão local. Aos poucos, todas as pessoas vão entendendo um pouco melhor a cultura da região e a população, criando condições de conseguir um equilíbrio ambiental” (ARCHER et COOPER apud THEOBALD, 2000, p.90)

Existem hoje as Políticas Nacionais de Ecoturismo, que estabelecem um processo de planejamento participativo, envolvendo vários ministérios como o do Meio Ambiente, do Turismo, da Educação e outros empresários do setor na elaboração de um trabalho em que foram formuladas as diretrizes para uma política e um entendimento do que se considera como Ecoturismo para o Brasil. A definição de Ecoturismo da EMBRATUR (já especificada

nesse texto) estabelece alguns elementos extremamente importantes no Brasil atualmente, todos de caráter social.

Nas diretrizes de uma Política Nacional de Turismo (1994), se propõe que o Ecoturismo proporcione melhores condições de vida e reais benefícios às comunidades, seja uma poderosa ferramenta de valorização dos recursos naturais e culturais, transforme-se em fonte de riquezas, divisas e geração de empregos, proporcione informações para se conhecer e utilizar o patrimônio natural dos ecossistemas, onde economia e ecologia possam conviver harmoniosamente, garantindo para as gerações futuras esse mesmo patrimônio.

É necessária uma especificação do conceito e da importância social do Turismo Educacional Ambiental, no entanto é primordial a sensibilização dos turistas e das comunidades locais para a necessidade de preservação, e somente através da educação ambiental para o turismo, que se chegará ao desenvolvimento humano.

Educar uma comunidade para participar do seu desenvolvimento, exige atividades práticas como o diagnóstico dos problemas e necessidades locais, através de um bom planejamento. Conscientizada a comunidade, a proposta é desenvolver um programa integrado com a participação de todos envolvidos na comunidade, pois as responsabilidades que começaram ser a elas atribuídas, não resultarão positivas se a sociedade ignorar os mecanismos existentes para a proteção ambiental e uma gestão participativa. A educação ambiental nesse processo deve ter um sentido amplo, um processo de orientação orientado para uma consciência crítica sobre as questões ambientais e de atividades que levem à participação das comunidades na preservação e equilíbrio ambiental.

A consciência crítica sobre as questões ambientais propõe que se estabeleçam pressupostos na prática do Ecoturismo que envolva a integração do turismo com todos os setores produtivos; ética que envolva solidariedade, respeito, conservação e qualidade ao meio ambiente e cultura; responsabilidade e compromisso ambiental. Nesse processo a qualidade

social e econômica dos habitantes locais melhorada pela educação, se reflete nas ações turísticas locais com o envolvimento comunitário e solidário.

Primordialmente a educação deve ter a intenção de construir uma cultura ambiental em práticas cotidianas e não em mais uma disciplina escolar, mas sim fazendo parte de todas as disciplinas. Como afirma Dias (apud CASTROGIOVANNI) a Educação Ambiental deve ser vista como um “processo de reconhecimento de valores e de esclarecimentos de conceitos que permitem o desenvolvimento de habilidades e atitudes necessárias para entender e apreciar as interrelações entre homem, sua cultura e seu biofísico circundante” (DIAS apud CASTROGIOVANNI, 2004, p.109)

A Educação Ambiental deve se preocupar com as possíveis mudanças de comportamento da sociedade com relação ao ambiente natural e cultural. Seus objetivos estão relacionados à formação de uma postura crítica frente ao mundo. O turismo e a educação sempre possuíram vínculos estreitos. Tem-se observado que a prática turística mostra-se um processo essencialmente pedagógico de aprendizagem constante, seja conhecendo lugares, interpretando paisagens, vivenciando diferentes estilos de vida, histórias, idiomas, espécies animais e vegetais. É nesta perspectiva que devem existir os programas de educação ambiental.

No Brasil, o processo de discussão com relação a educação ambiental e ações do turismo ecológico, como instrumento de inclusão, tem se intensificado significativamente com a ampliação gradual de oportunidades para capacitação e formação e pessoal especializado, intensificação da atuação integrada entre órgãos governamentais e sociedade civil organizada através das ONGs, exigências formais crescentes de projetos multilaterais e demandas sociais cada vez mais emergenciais.

É fundamental também que as iniciativas de Educação ambiental levem em consideração a linguagem e os códigos culturais e comportamentais locais e não insistam em

métodos ‘pasteurizados’ de baixa aplicabilidade, que não consideram as peculiaridades locais e que, portanto, não possuem legitimidade, pois ignoram as especificidades dos atores envolvidos no processo. Essas iniciativas não podem ser reduzidas a fórmulas porque representa um processo de construção centrado na realidade, portanto não pode estar dissociada de uma abordagem econômica, política e ética. (IRVING, 1998) O trabalho de educação também deve propiciar a formação de lideranças comunitárias, pois é como um trabalho de movimento social, se planejam, executam e avaliam as ações, de forma que se busquem soluções para problemas ambientais, sem deixar de expor e negociar conflitos existentes, uma vez que, como já mencionado, a Educação Ambiental na questão pedagógica é considerada como processo político. (ONGs, 1992).

O Ecoturismo dessa forma, não deve ser entendido como a solução para os problemas de pobreza rural ou de emblemas políticos partidários, e sim, como uma alternativa econômica de baixo impacto ambiental se bem gerenciada, capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma região e ainda permitir, através do simbólico e do lúdico, a aprendizagem de uma nova atitude de respeito aos valores ambientais e culturais, assim como uma consolidação de uma nova postura ética, de respeito à natureza e aos demais elementos das sociedades humanas e gerações futuras (IRVING, 1998, p.300).

## **2.2. Turismo Rural**

Turismo Rural é o conjunto de atividades e serviços turísticos desenvolvidos no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural da comunidade. É requerido por visitantes e turistas que desejam adquirir a experiência de conhecer a vida de propriedades rurais ou costeiras.

O Turismo Rural é um dos ramos da atividade turística que apresenta importância estratégica em termos de sustentabilidade, pois ao visitar economias locais, diversificam-se atividades e se fixa à população em seu local de origem. A idéia principal é chamar a atenção do agricultor orgânico familiar, para que não abandone sua atividade principal, pois a cooperação existente entre os associados na questão da produção agrícola, é um pressuposto na implantação do agroturismo em algumas situações.

A implantação do agroturismo deve ser um agregado da atividade, por isso é pensado de forma integrada. As hospedarias e as casas dos agricultores ou pescadores que recebem os turistas, trabalham juntas, cooperando e não competindo, promovendo troca de produtos, bens e serviços. Trata-se de uma tentativa de combater o marketing errôneo que os proprietários visem somente à prioridade econômica, já que os receptores devem ter disposição para trocar experiências de vida com os turistas.

Dentre as diversas formas alternativas relacionadas ao chamado turismo brando e de caráter ativo, encontramos o turismo rural, associado a práticas de lazer e recreação realizados no espaço rural, apoiado no turismo doméstico, de pequena escala e geralmente próximos dos centros emissores.

O conceito de Turismo Rural integrado, ainda que já generalizado, é o do turista viajar e participar das atividades agrícolas, de conhecimento da vida cultural da população rural, realização de excursões a pé, aprender sobre a flora e fauna do lugar, realizar a prática de esportes locais, participar da organização de cursos de gastronomia local, etc.

O alojamento ocorre em casas específicas com serviço de hotel, ou nas casas dos próprios camponeses. Esta atividade começou a se desenvolver nos anos cinquenta em alguns países europeus, no estilo “*Bed and Breakfast*”<sup>8</sup>. Os governos na Europa costumam auxiliar

---

<sup>8</sup> As pousadas B&B não oferecem instalações luxuosas e infra-estrutura de lazer, elementos que são mandatórios para que uma propriedade seja um verdadeiro boutique hotel. A idéia é que o hóspede tenha direito a usar toda uma infra-estrutura que um hóspede de um hotel normal teria, com o bônus de pagar menos e tendo a

com ajuda, subsídios e regulações legais. A própria União Européia promove o desenvolvimento do turismo rural como meio de desenvolvimento econômico regional, ao mesmo tempo, que instaura a promoção do património cultural dos países comunitários, e por outro, a preservação do meio ambiente ante as possíveis agressões que possam sofrer com o desenvolvimento massivo dessa atividade. (MONTEJANO, 2000).

Quem o pratica são famílias, o turismo de terceira idade, o turismo infantil e juvenil na forma de acantonamentos <sup>9</sup> promovidos por organismos públicos ou privados, associações, comunidades religiosas, centros docentes, etc.

Esta modalidade turística, ao contrário do turismo tradicional de 'sol e praia', vem se configurando como uma forma de geração de emprego e renda, contribuindo para diversificar a renda e as atividades dos proprietários rurais e para fixar a população em seu local de origem.

Geralmente as possibilidades de desenvolvimento e crescimento das atividades turísticas, nesse segmento em particular, não se dão em função da disponibilidade quantitativa de atrativos e equipamentos, tampouco na ostentação desse, mas sim na sua qualidade, onde estão inseridos aspectos relativos à proteção dos recursos naturais e culturais de cada localidade. (FERNANDES, 2006).

No que tange à qualidade ambiental dos projetos de turismo rural, cabe destacar que os alojamentos tornam-se um componente essencial, pois a qualidade do projeto das instalações pode aumentar o interesse e a satisfação do turista, funcionando como instrumento de aprendizagem e conscientização ambiental. Na maioria dos casos, se utilizam edificações preexistentes, em especial quando elas possuem valor arquitetônico. Exemplo dos antigos

---

exclusividade de geralmente manter contato diário com o proprietário por tratar-se de um estabelecimento para poucos hóspedes. (N.A)

<sup>9</sup> O acantonamento é em tudo semelhante a um acampamento, com exceção do local de dormir. Os acantonamentos são feitos normalmente em casas de habitação, escolas, garagens, pavilhões e sedes de agrupamentos. É esta a principal característica que distingue um acampamento de um acantonamento. Disponível em: [www.agr1316.cne-escutismo.pt/acampamentos](http://www.agr1316.cne-escutismo.pt/acampamentos). Acessado em Janeiro de 2009.

casarões das fazendas de café ou cacau, quando esse alojamento é integrado à moradia do proprietário rural ou ainda em pequenos chalés construídos para esse fim. Quando da necessidade de várias unidades, os projetos visam baixa densidade, estilo arquitetônico orgânico, uso de materiais locais e que promovam o mínimo desmatamento, contribuindo para a criação de condições relacionadas à conservação ambiental.

Nesse sentido, a atividade turística se coloca como um dos possíveis caminhos à implantação de comunidades sustentáveis, notadamente no que diz respeito às atividades ligadas às diferentes formas de turismo alternativo de base local, “nas quais as condições compensatórias são dadas pela própria situação de marginalidade desses lugares, que poderiam vir a se constituir como suportes hospedeiros privilegiados” (BENEVIDES apud FERNANDES, 2006, p. 172).

Difícilmente se pode ter uma alternativa de turismo que seja mais bem concebida, de modo que se possa reaprender a ver, distante do turismo *clichê*, do pré-fabricado e pré-concebido. Por isso ensinar a re-ver, ensinar a reaprender e redescobrir. Através da descoberta de novas formas, de paisagens, se pode gerar uma mudança de conduta que contribua a uma sociedade como conjunto, mais sustentável, que começa a compreender a importância de sua diversidade e começa a querê-la.

As comunidades rurais e litorâneas ainda mantêm bem mais fortes suas identidades, possuem linguagem e tempo próprios e respeitam a diversidade. Quem realiza esse turismo aprende a ver de outra maneira, além do que, possibilitaria excelente atividade para quem a empreende.

### **2.3. Turismo Cultural**

Alguns destinos turísticos têm assumido a necessidade de incorporar a cultura como um componente imprescindível da oferta turística, com o objetivo de aumentar sua qualidade e conseguir um valor agregado, dessa forma, se tem começado a diversificar as ofertas. Tem-se que considerar o turismo cultural como um produto com um mercado próprio, não somente como um complemento da oferta de um determinado lugar turístico. Uma das grandes vantagens do turismo cultural é poder desviar visitantes a zonas menos saturadas e se poder praticá-lo em qualquer época do ano.

Através do turismo cultural se revaloriza socialmente o Patrimônio Arqueológico. Constitui uma atividade de caráter inovador, já que tem por finalidade recuperá-lo e promovê-lo como recurso cultural para o público. Desse modo, pode-se devolver à sociedade (como serviço) parte dos esforços que se investem nos trabalhos arqueológicos e culturais. Em definitivo, é necessário estabelecer um equilíbrio entre a própria conservação do patrimônio e a exploração eficaz do mesmo, respondendo a demanda do turista cultural.

A maior aposta, em um processo de valorização de patrimônio num contexto municipal, é fazer participar a comunidade nesse empreendimento. A preservação da memória coletiva de uma comunidade desempenha papel cívico, contribui para a tomada de consciência pela população quanto a referenciais e valores da nacionalidade e constitui um elemento de atratividade das nações e regiões específicas para o turismo, que vêm ao encontro da diferenciação e do resgate de sua história.

Antes do desenvolvimento de políticas sobre o turismo cultural é necessário investigar vários assuntos como: as percepções e atitudes da população local com respeito à presença e comportamento dos turistas, os desejos, motivações, comportamentos dos turistas e o impacto na comunidade de acolhida, a aculturação causada pelo turismo, avaliação do impacto sócio ambiental, participação e decisões das comunidades no desenvolvimento turístico e as disputas dos setores públicos e privados em relação ao turismo cultural. A análise

antropológica local permite estabelecer as diferenças e semelhanças entre distintas comunidades, tendo o cuidado de não cair no erro de maquiagem o patrimônio com falsas interpretações, simplesmente para atrair o turista.

Os indivíduos que formam uma comunidade turística organizam seu sistema de comportamentos, idéias, crenças, atitudes, sentimentos, atos, códigos, e implementos turísticos (ASCANIO a, 2004, p.139) Esta cultura turística, que é uma nova dimensão, tão completa como a cultura original de uma comunidade, requer um processo de adaptação que somente a mesma comunidade decide se deve aceitá-la ou não. No começo é necessária uma reestruturação psicológica para uma possível adaptação, assim como um reajuste cultural, que se supõe inovação e criatividade (ASCANIO a, 2004, p.141).

Requer-se um tempo suficiente até que a comunidade se ajuste a sua nova atividade. Se o ajuste é gradual a estabilidade será maior; então se pode entender, que quando o turismo surge abruptamente (quase imposto) geralmente ele é rechaçado, a menos que a comunidade de acolhida seja muito passiva e gere poucas tensões (ASCANIO a, 2006 p.273)

Qualquer mudança ou perturbação de uma comunidade turística pode ter efeitos em seus indivíduos, apesar de sua autonomia e vice versa. Essa mútua interação entre comunidade e quem as forma, é o que temos chamado “um elemento do sistema turístico” e esse conceito é crucial para entender que os indivíduos vivem ao mesmo tempo em dois níveis: o seu e o do grupo. O estudo social do turismo cultural não pode separar o indivíduo da comunidade a qual pertence, como não pode separar o ambiental, o econômico e o político. Se os indivíduos que participam do sistema turístico não podem se adaptar ao que chamaria de consciência coletiva, ele (sistema turístico) poderia ser a causa básica de uma crise.

Em outro fator, o turismo cultural também contribui para reforçar a idéia de identidade cultural, porque no pensamento pós-moderno, a identidade é vista como algo móvel, sempre em construção, que vai sendo moldado no contato com o outro e na releitura permanente do

universo. O contato entre a cultura dos turistas e a dos residentes desencadeia um processo de tensões e questionamentos, mas sincronicamente provoca o fortalecimento da identidade e da cultura da sociedade receptora, e muitas vezes do turista que na alteridade se redescobre. Se por um lado o turismo pode ser visto exercendo um papel na construção social de tradições inventadas e de uma nova cultura preservacionista; por outro, a viagem como experiência para o turista, pode resultar numa instância de construção social da pessoa, de afirmação da individualidade e de socialização (ASCANIO b, 2002).

Para Greenwood (1995) seria improcedente imputar ao turismo a causa de todas as mudanças que ocorrem nas culturas, já que a modernização, a mídia entre outros fatores, tem contribuído para o processo de desestruturação de culturas particulares tanto quanto ou até mais que a presença do turismo.

Para Ortiz (1993) as Ciências Sociais possuem um certo entendimento do que é o espaço, mas mantê-lo no quadro das sociedades contemporâneas diante do desenvolvimento das telecomunicações, por exemplo, torna obsoletas as idéias de unidade geográfica elementar de Durkheim. A desterritorialização é inevitável:

“ [...] as distâncias se encurtaram diante da facilidade dos transportes e das informações, o mundo não tem mais fronteiras culturais. Fala-se no fim da ‘arte’, da continuidade passado-presente, esta posição é defensiva e tem um ar conservantista. O fim de algumas coisas não é o término (conceito negativo), mas um começo de mudanças que rearticulam o mundo do trabalho, a esfera da arte e as relações entre os homens mais amplas. O movimento de desterritorialização se aplica não só às cidades globais como a criação de lugares particulares (shoppings, spas, aeroportos..) as identidades planetárias (movimentos ecológicos ou étnicos) e a uma memória de imagens vinculadas mundialmente pela mídia), espaços que se articulam, se misturam e determinam outros novos de outra natureza. O local se confunde com o que nos circunda, o autêntico e presente em nossas vidas, a

identidade se idealiza nessa condição do cotidiano, o solo que a cria, a idéia de raiz (o desenraizamento é visto como perda, um perigo, uma ameaça). A mundialização da cultura e conseqüentemente do espaço é uma transversalidade, tanto o nacional como o mundial só pode existir quando resultam em vivências. Para se tornar cultura ela deve se materializar como cotidianidade e familiaridade que se expressa nos hotéis, supermercados, etc. O cotidiano é o pressuposto para a existência de qualquer cultura. O global inclui o nacional que inclui o local, por isso se considera a globalização das sociedades e a mundialização da cultura como um processo”. (ORTIZ a, 2000 p.49-51).

O modo de se comportar, de se divertir ou de se deslocar corresponde a um marketing global, por isso “Cultura” para Ortiz são dimensões diferentes da vida social articuladas para conformar os indivíduos às exigências da sociedade.

O conceito de desterritorialização possui, portanto uma força explicativa que não é visualizada nas Ciências Sociais, nos estratos, na cultura, no imaginário coletivo. Nos faz entender o mundo contemporâneo, a focar o espaço não físico. Vale salientar que não existe ‘cultura-global’ ou não se busca uma ‘identidade-global’; com a globalização, a noção de espaço se transforma, e o núcleo de cada cultura (o referente para a construção da identidade) perde em centralidade. O objetivo do Turismo é ultrapassar fronteiras, difundir informações e conhecimentos, é uma atividade que depende de novos momentos econômicos gerados por processos complexos e consolida-se como uma das grandes expressões da globalização.

A desterritorialização da cultura contribui para aproximar as políticas culturais dos contextos multiétnicos, multireligiosos e heterogêneos que caracterizam as sociedades contemporâneas. Patrimônios naturais e culturais não se diferenciam mais, a preocupação em preservar está associada à consciência da diversidade, seja a biodiversidade (patrimônio de todos os cidadãos, acima de interesses particulares) ou a diversidade cultural para a sobrevivência da humanidade. (FONSECA, 2000).

Aumentar o valor atrativo de um lugar e melhorar a qualidade da acolhida dos viajantes de um destino turístico parecem ser as chaves de um desenvolvimento local exitoso.

Para um maior êxito dessa operação é necessário associar a população às transformações que impõe uma melhor oferta cultural, obtendo a adesão desse povo; por outro lado como já escrito, os responsáveis locais devem ter em conta o interesse da população e seu desejo de abrir-se ao desenvolvimento turístico. Nesse sentido, a dimensão de educação popular se converte em uma ferramenta essencial na gestão do patrimônio, porém a adequação dos elementos culturais supõe numerosos custos econômicos que somente se rentabilizam se houver grande fluxo de visitas, é um círculo inevitável. Faz-se necessário então, promover uma oferta combinada de turismo e conservação-rentabilidade.

As vantagens do turismo cultural para a população local se valorizam em diferentes níveis:

- Do ponto de vista econômico, se geram benefícios através das distintas formas de acolhida e valorização dos produtos locais e a potencialização de outros setores da economia local, como o surgimento de novos postos de trabalho.
- Em nível territorial, esse tipo de turismo contribui para a conservação dos recursos naturais e meio ambientes;
- Do ponto de vista cultural, colabora com a conservação e valorização do patrimônio, contribuindo também para a manutenção de formas de vida tradicionais que consolidam a identidade local.

Até agora se vêem como o turista pode contribuir positivamente na difusão do patrimônio. Trata-se de uma atividade que é benéfica do ponto de vista econômico, social, cultural; e quando se faz um bom uso do mesmo com planejamento adequado, o respeitando e conservando. Por outro lado, existem profissionais que opinam que o patrimônio histórico

deveria estar fechado completamente ao turismo, pois consideram que o fluxo constante de pessoas aos monumentos e sítios arqueológicos seria tão prejudicial, que para assegurar sua conservação seria necessário fechar o turismo ou restringi-lo.

Essa opinião não é compartilhada pelos responsáveis políticos dos bens patrimoniais, já que costumam considerar os restos arqueológicos não apenas visitáveis, mas imprescindíveis para um bom encaminhamento da estratégia econômica.

Visto os dois lados, é necessário aclarar que para o mercado turístico, a solução da deteriorização do patrimônio arqueológico não está no fechamento para o público. Ratifica-se essa informação quando se analisa a afirmação de Choay (2001):

“A conservação secundária do patrimônio requer o controle do fluxo de visitantes de acordo com normas que ainda estão por serem criadas. Podem-se invocar dispositivos de controle, medidas pedagógicas e políticas urbanas. Em matéria de controle, o fechamento ao público é uma solução radical (como já mencionado). Existem muitas formas que permitem regular o acesso aos bens patrimoniais: redução dos dias e horas visitadas, limitação do número de entradas por dia, imposição de um trajeto, desvio afluência de pessoas atraídas por determinados sítios para lugares menos conhecidos. Com efeito, quer se trate das funções econômicas e dos recursos de entretenimento oferecidos pelo patrimônio na sociedade de lazer, quer se trate de valores cognitivos, pedagógicos ou artísticos nenhuma das motivações reconhecidas ou reivindicadas permite interpretar o fervor com o qual o culto patrimonial é celebrado e se difunde no mundo inteiro”. (CHOAY, 2001 pp. 232-233).

O patrimônio não tem nenhum sentido se não o utilizam, ele adquire seu valor em função do uso que a comunidade faz dele. Mediante seu uso social pode ser entendido como instrumento de educação, identificação coletiva, desenvolvimento social, econômico e

cultural. A qualidade cultural do local exige tanto a adoção de medidas de proteção do patrimônio como regulação do turismo, para criar condições adequadas que permitam desfrutar o local. Desse modo, se pode conseguir uma melhor distribuição dos visitantes ao longo do ano e conseguir um equilíbrio na capacidade de acolhida desse lugar, superando problemas de insuficiência espacial se existirem.

Também quando se faz alusão a qualidade do local, se refere a alternativas para aqueles visitantes com maior especialização ou maior inquietude pelo patrimônio, que se ofereceriam dentro de uma programação especial de visitas guiadas por especialistas ou por responsáveis de determinadas linhas de trabalho e investigação. Assim mesmo, seria exitoso ofertar visitas educativas a escolares de diversas idades.

Na gestão do patrimônio para o uso turístico, é necessária uma boa coordenação entre as autoridades culturais e turísticas e os donos do patrimônio. A finalidade é melhorar a própria acessibilidade ao lugar. Os poderes públicos devem assumir uma postura irredutível no âmbito do planejamento territorial, no controle dos possíveis impactos negativos ou nos problemas ambientais que possam surgir. A convergência entre as políticas turísticas é essencial, e se torna necessário estabelecer um laço que reforce suas complementaridades evitando incoerências, pois pertencem a campos de valores diferentes, portanto, com objetivos diferentes.

No momento de pôr em prática o projeto, o cliente é o principal fator, dessa forma temos que ser conscientes que se deve conhecê-lo a fundo para poder satisfazê-lo. Hoje em dia pode-se dizer que em nível geral, o turista cultural aposta pela qualidade de produto, exigindo um alto nível de infra-estruturas e serviços. Busca uma oferta personalizada e não está sujeito a uma estacionalidade, como pode ocorrer com outros destinos. Visa tanto monumentos, museus, lugares ao ar livre, bem como a cultura imaterial local... Gasta mais

dinheiro que o turista tradicional, passa mais tempo num lugar que escolheu para sua visita e possui um nível cultural médio alto.

Moser menciona Bourdier (2004) nesse caso:

“Bordieu desenvolveu um estudo sobre os consumidores dos bens culturais e suas preferências, o gosto na escolha desses bens, demonstrando através da observação científica, que as necessidades e práticas culturais, tais como frequência a museus, concerto e exposições, preferências em matéria de literatura, pintura, e música são um produto da educação, estando estreitamente ligadas ao nível da instrução e não da origem social do sujeito. Assim ele desmistifica um determinismo social, segundo o qual o gosto é delimitado pelo lugar social das pessoas. Esse lugar social é determinado pelas classes tidas como superiores, a partir de seus balizadores privilegiados”. (MOSER, 2004, pp. 140).

O turismo passa agora da fabricação de bens, a classificar os valores dos serviços <sup>10</sup>. Essa atividade forma parte do capitalismo como um sistema econômico cultural, que se organiza baseado em instituições de propriedade, na produção de bens e serviços e culturalmente fundada no feito que as relações de intercâmbio e a compra e venda do turismo formam parte da função social da comunidade receptora.

Não há dúvida, que o mundo atual deseja reduzir os dilemas culturais “daninhos”, aproveitando as oportunidades, para um desenvolvimento sustentável, levando em conta o homem e sua volta. A relação entre turismo cultural e o desenvolvimento sustentável deve converter-se em um elemento estratégico, já que a cultura é um regulador da qualidade do desenvolvimento turístico sempre que existir uma economia sólida e próspera.

Como conseguir o equilíbrio entre privilegiar o turismo e privilegiar sua “contaminação”? A questão é se isso pode ser controlado de uma maneira manejável e se também tem a ver com um assunto de interesse público e privado, a qual a dificuldade

---

<sup>10</sup> No caso da Antropologia, o Turismo se tornou não apenas um objeto de investigação científica, mas fonte mesma de reflexão sobre a sociedade e culturas modernas.

principal é dupla: a sociedade ocidental carece ao mesmo tempo de civilidade, a disposição espontânea para sacrificar-se pelo bem público, e de uma filosofia política que justifique as regras normativas das prioridades e assinaturas na sociedade.

Grande parte dos turistas se desloca à procura de prazer em comunidades receptoras, onde pode ocorrer exclusão social. Nessa situação, alguns anfitriões podem ver nos turistas fontes de renda e não pessoas <sup>11</sup>. As trocas acontecem entre sujeitos sociais que não enxergam a si mesmos como tais. Assim, não existem anfitriões e hóspedes, mas provedores de serviços e clientes, se realmente funciona dessa forma, então os aspectos culturais do turismo de massa já não existem, pois o vínculo é meramente comercial e o parecer das recompensas ao mudar a estrutura da sociedade pode ser considerável, ainda que persistam os benefícios econômicos desigualmente distribuídos.

No entanto se levar a consideração de IANI:

“Antigamente invadiam-se culturas inteiras com pacotes de informações, entretenimento e idéias, formavam-se linguagens globais, muito do que se achava que era local, regional, nacional entra hoje no jogo das relações internacionais. É assim que a cultura nacional-popular de que fala Gramsci, passa a ser a internacional-popular de Renato Ortiz. A cultura nacional-popular é o jogo das classes sociais, do dominante e subordinado; o popular na construção da hegemonia, quando as classes subalternas buscam tornar-se hegemônicas. Ao passo que a cultura internacional-popular nasce, circula e é consumida como mercadoria no mercado mundial, muitas vezes os padrões técnico-culturais são adaptados nos países dependentes, mas os públicos passam a ser homogeneizados nos estilos ou modas, trabalhando mentes, formando ilusões; nesse momento se reconstrói a subalternidade de grupos, classes..

---

<sup>11</sup> Não é o assunto principal desse ensaio, mas é um dos fatos que torna imprescindível o estudo da antropologia aplicada ao turismo. A conciliação entre como planejar o turismo e o olhar sobre o fenômeno social e cultural no momento em que acontece o consumo desse produto. O primeiro repensando-se às pesquisas do segundo, um diálogo ainda pendente entre o fazer e o refletir. (N.A.)

globalizando de forma desigual, principalmente em um Estado debilitado. Nesse sentido é que a formação da sociedade global e suas influências modificam as condições de vida e trabalho, os modos de ser, sentir, pensar e imaginar. Assim como se modificam as emancipações ou alienações de grupos, minorias, sociedades de uma forma geral”. (IANNI, 2000 ps.49-51).

Pode-se dizer que em um mesmo espaço físico existem duas realidades: o universo do turista e o universo do residente, isoladas especialmente pelas diferenças culturais que se ressaltam como protótipos e produzem tensões sociais que contribuem a mudança de normas, valores e matrizes dos anfitriões e suas pautas tradicionais para impor uma cultura adulterada do espetáculo.

Como afirma Ortiz (1993), a presença de uma cultura-mundo não significa a negação da cultura local nacional. Há diferenças nos termos “globais” e “mundiais”. Global tem a conotação que nos sugere uniformidade e na cultura não se pode pensar dessa maneira, uma cultura mundial não implica no aniquilamento das partes: ela deve coabitar com uma variedade de manifestações culturais, porém se aceitarmos o fato de que se encontra em formação um imaginário coletivo internacional, não pode escapar a pergunta de como ele se relaciona com as memórias locais ou nacionais. Uma nova situação cultural na qual as partes já não mais se relacionam, pois se encontram numa totalidade distinta, a mundialidade redefine os traços particulares (ORTIZ, 1993). O turismo é global, isso é fato e impossível de não existir o inter relacionamento de muitas partes.

São inúmeras as dificuldades que envolvem a preservação de um patrimônio cultural. Dentre elas, a falta de conscientização da população, do poder público e privado na exploração da atividade turística, a falta de dados confiáveis para tal investigação, a inexistência de recursos materiais e físicos do setor de turismo, pesquisas arqueológicas não oficiais, políticas contrárias, distorcidas, equivocadas e em diversos casos inexistentes

referentes ao legado cultural e principalmente a falta de um planejamento turístico em uma comunidade potencial.

As relações turismo e cultura historicamente sempre existiram. O turismo como atividade social econômica produz impactos positivos e negativos, que se faz necessário investigar para poder diminuir o que seja mais daninho. Os valores e as práticas culturais não são estáticos, a cultura se realiza como processo. Saber o grau de interferência da atividade turística numa dada comunidade, se ela está desagregando os valores e costumes da cultura local ou se as mudanças estão ocorrendo sob pressão de circunstâncias (e a partir da própria dinâmica interna da cultura), é um aspecto importante, para que a pesquisa não se perca em meio a expressão de juízos de valor, em lugar de ater-se às evidências científicas.

O universo do residente e do turista aparecem sempre isolados por suas diferenças culturais. Esse isolamento é maior no turismo de massas, onde é maior a despersonalização dos encontros e os conflitos sociais. As políticas públicas devem nascer de um consenso ainda que seja parcial, entre os atores interessados.

O turismo tem um impacto positivo, pois auxilia a eliminar diferenças sociais e culturas artificiais, possibilitando uma mútua sobrevivência das sociedades e de uma crescente compreensão inter cultural. À medida que as pessoas viajam para diferentes partes do mundo, elas podem aprender mais sobre outros povos e tornarem-se mais tolerantes com a humanidade. Porém é evidente que o turismo tem um grande número de custos sociais e culturais, enquanto pode ajudar reconhecer e promover culturas distintas pode também alterar ou distorcer padrões culturais no processo de crescimento.

#### **2.4 . Turismo Étnico**

Quando os agentes públicos e privados decidem utilizar o aparato cultural de uma localidade como recurso turístico, tem-se o que se pode denominar turismo cultural. Como já especificado nesse texto, ele consiste em trabalhar com os aspectos sociais e históricos que caracterizam uma determinada localidade como: hábitos, costumes, gastronomia, manifestações folclóricas, artesanato, edificações, entre outros. Como a gama de estudos é ampla, também surgem oportunidades para se estabelecer outros segmentos do próprio turismo cultural, alinhados a uma temática mais específica, como é o caso de utilizar etnias e descendências de uma localidade como atrativos diferenciais ou na formatação de produtos turísticos, ou seja, o turismo étnico.

O turismo étnico se volta para a observação ou convívio de estilos de vida tradicionais (BAHL apud PANOSSO, 2008) portanto, está vinculado ao turismo cultural, pois utiliza elementos sociais oriundos de um contexto espacial e do cotidiano de uma comunidade como atrativos turísticos expressos por meio de uma base cultural.

Os atrativos culturais, quando constatados vínculos de cunho cultural e quando possuem potencialidade para serem trabalhados de uma perspectiva étnica, devem ser estabelecidos por uma política de usos para melhor adequá-los ao turismo, conseqüente as pesquisas são feitas por estudiosos de outras áreas, para se evitar problemas de falseamento e descaracterização. (BAHL apud PANOSSO, 2008, p.123).

Dentro do foco da abordagem, é necessário para uma melhor compreensão dentro das bases sociais e históricas, conceituar etnicidade:

“Etnicidade são fenômenos sociais que refletem tendências positivas de identificação e inclusão de certos indivíduos em um grupo étnico. A distintividade dessa identidade, para caracterizar um grupo étnico, deve se remeter a noções de origem, história, cultura e raças comuns” (BAHL apud PANOSSO, 2008 p.123).

Dessa forma, o Ministério do Turismo define o turismo étnico, para melhor desenvolvê-lo (BRASIL, 2008):

“O turismo étnico constitui-se de atividades turísticas envolvendo a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. O turista busca estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares. Muitas vezes, tais atividades podem articular-se como uma busca pelas próprias origens do turismo, em um retorno às tradições de seus antepassados. Esse tipo de turismo envolve as comunidades representativas dos processos migratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas, quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores de seu modo de vida, saberes e fazeres” (BRASIL, 2008).

O sentimento de identidade de um grupo envolve vários aspectos nas quais tem-se a necessidade de firmar marcas ou referenciais. O sentimento de pertencer a uma etnia não está necessariamente associado a um território específico, vide as questões relacionadas às religiões - exemplo judaísmo; no caso dos imigrantes que possuem um sentimento pátrio comum e que se aproximam por meio de festividades – o *Brazilian Day* que ocorre em New York ou associações; ou quando procuram delimitar territórios no caso dos curdos, bascos ou palestinos.

Em paralelo à constatação da existência de culturas distintas num contexto global e do interesse das pessoas em conhecer outras realidades, aparece a possibilidade de interagir com o outro, que é a essência das atividades do turismo étnico. Algumas localidades se tornam zonas de contato para aproximação de pessoas e vivência interculturais de forma pacífica.

Ao se identificar o patrimônio étnico de um local, há a oportunidade de se trabalhar uma cultura como um todo, pois o construto social de uma comunidade manifesta a existência de um sentimento de grupo e de pertencimento a determinada etnia ou nacionalidade. Portanto

evidencia-se que para a melhor adequação das atividades desse turismo, é imprescindível inventariar o patrimônio local, pesquisar as motivações dos viajantes para propiciar contatos e participação em atividades tradicionais do local. (BAHL apud PANOSSO, 2008, P.125).

Desse modo, o turismo étnico pode ser configurado como uma opção para a inserção e a comercialização de produtos turísticos ou de oportunidade de criação de negócios inerentes e associados (agências de receptivos, restaurantes, lojas..), e de inserção de uma mão-de-obra especializada.

As comunidades étnicas podem ser inseridas no processo de desenvolvimento turístico regional sem se tornarem atrativos, mas contribuindo para a diversificação da oferta turística local. Nesse sentido, a partir de uma comunidade bem organizada internamente, ela pode passar a receber ajuda financeira do Estado, além de contribuir para resgatar a auto-estima da população. Há diversas formas de inserção dessas comunidades no desenvolvimento turístico, o espaço pode ser voltado a receber turistas em trilhas pelas matas, fazendas, mostrando os aspectos culturais, etc. Outra ação para inserção dessas comunidades no desenvolvimento turístico seria o fornecimento de produtos hortigranjeiros aos empreendimentos, assim como a venda dos artesanatos autênticos dos seus povos. Os locais também poderiam ser aproveitados como guias e guardas nos casos de áreas em parques estaduais.

Essas iniciativas deveriam estar em pauta no que toca a ações políticas, como exemplo, atualmente os índios que vivem na Costa do Descobrimento, que são considerados oneradores da sociedade civil. Essas alternativas relacionadas seriam uma opção de renda para essas comunidades que estariam inclusas no processo de desenvolvimento local.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Um aspecto que merece atenção da SUDETUR (Superintendência de Desenvolvimento do Turismo no Estado) é o fato de as comunidades indígenas serem referenciadas e contempladas com as ações do programa, pois só a título de recordação, eles eram os donos da terra que lhes foram “usurpadas” sem respeito às suas formas tradicionais de vida. São diferenciados constitucionalmente (considerados incapazes), então as ações voltadas para a inserção desses grupos no processo de desenvolvimento devem ser também diferenciadas, e em nenhum momento fez-se referência a esses grupos (consideram-se também o caso dos negros quilombolas) talvez porque seja um empecilho para a implantação de empreendimentos, na medida em que buscam resgatar o maior bem que lhes pertencia: a terra.

Van der Burgh (apud THEOBALD, 2000) indica que com investimento em pequena escala há menos problemas e devido a intensidade do trabalho há mais emprego, as empresas receptivas tendem a ser familiares, flexíveis e mais resistentes a recessão do que o desenvolvimento em larga escala, nos quais as catástrofes são maiores e irreversíveis. Os turistas são atraídos pela ausência de desenvolvimentos luxuosos ou do acesso por avião. Eles evitam a sociedade de consumo, procuram se aproximar da população étnica e tendem a ficar mais tempo com menos dinheiro, geralmente seus gastos tem maior probabilidade de ir para as mãos da gente desses lugares. Em termos econômicos puros de custo/benefício o turismo étnico é mais lucrativo e benéfico para as populações locais.

Smith (apud THEOBALD, 2000) pondera que algumas mudanças culturais se desenvolveram devido à modernização, entre elas a transformação de valores e costumes tradicionais, a introdução da mídia de massa e do entendimento intercultural. Ela considera que a modernização das culturas com o comércio e a globalização precedeu ou anulou qualquer impacto do turismo, e prevê que uma homogeneização cultural em todo o mundo está em andamento, diminuindo a diferença entre anfitriões e visitantes. Mas ela menciona o fato de que o turismo pode acentuar aspectos negativos da sociedade, tais como a decadência moral, e também agir como uma ponte para uma avaliação da relatividade cultural e da compreensão internacional. Por exemplo, as danças, a música e a poesia dos grupos étnicos são traços culturais que sofreram impactos da modernização. A conformação desses aspectos responde a um processo histórico das diversas formações socioculturais, devido a uma interação dinâmica entre a sociedade e o meio. Essas manifestações formam parte do capital cultural de cada grupo ou sociedade, e são parte fundamental da sua identidade étnica.

Smith (ibidem, 2000) mostra que o turismo étnico e cultural permite aos visitantes ver um pouco da cultura local, mas a afluência maciça de turistas tende a mistificar ou a transformar as expressões originais das artes populares, pois se trata de satisfazer o gosto do

visitante. O que pode causar tensão entre a população local se sua privacidade for invadida e for mal planejado.

Dentre todas as abordagens, um aspecto que se faz presente de fundamental importância para a efetivação do turismo étnico, está relacionado a evitar a perda da identidade cultural, que na realidade deve ser o atrativo, motivo de visitação ou de referencial caracterizador de uma localidade; para isso, os locais turísticos deverão ser preparados para a própria população, através da autoconscientização e discutindo propostas com a comunidade.

O Turismo Étnico não possui campo específico de atratividade turística sem um vínculo cultural que mescle ações de várias instâncias, sejam sociais, culturais, esportivas, espaciais ou de lazer. Há necessidade de envolvimento comunitário e de instâncias diversas: empresários, dirigentes municipais e população em geral. O Turismo Étnico configura-se como uma grande oportunidade para personalizar destinos, despertar sentimentos de auto-estima, respeitabilidade e ampliar o grau de compreensão entre os visitantes e as comunidades autóctones. (BAHL apud PANOSSO, 2008, p.137).

## **2.5. Turismo Pedagógico**

A educação é a base para qualificar ou requalificar os destinos turísticos, pois as comunidades que possuem informações e conhecimentos, valorizam seus recursos, defendem sua identidade e desenvolvem uma consciência crítica da realidade.

Atualmente a educação é um dos principais instrumentos de intervenção social, sendo capaz de oferecer mudanças na sociedade.

“A partir do momento que o aluno adquire conhecimentos, se torna capacitado a investir nos setores sociais, políticos e econômicos da sua comunidade, pois possui sabedoria nestas áreas que o levam a

concordar ou discordar com a situação atual desta”. (PIRES apud BRANDÃO, 2003, p. 31).

Logo, conclui-se que a educação quando bem empregada para a sociedade resulta em cidadãos com a liberdade de criticar, bem como entender os fatos, estando estes ligados à situação social, com o objetivo de ajudar a sociedade. (BRANDÃO, 2006).

O turismo contribui para a educação, quando aliado na construção de projetos pedagógicos centralizados na abordagem interdisciplinar. A afirmação torna-se relevante quando se analisa como atividade inter e transdisciplinar capaz de agregar conhecimentos diversos de disciplinas como: Geografia, História, Língua Portuguesa, Matemática, Sociologia, entre outras.

Ratificam essa afirmação as pesquisadoras Brandão e Aldrigue (2006):

“As bases do turismo com responsabilidade social, em sua essência, devem ser plantadas nas instituições de ensino por intermédio de uma organização curricular dinâmica, diversificada e inter/transdisciplinar, estruturação esta necessária à compreensão do turismo como fenômeno não apenas econômico, mas também social, cultural, comunicacional e subjetivo. Não só o fator econômico, mas as ações e o compromisso social devem caminhar juntos para uma melhor qualidade de vida do ser humano e do planeta. O turismo possibilita a integração, ou seja, uma relação compartilhada cujos serviços devem evidenciar muito mais do que uma simples realização de tarefas. São construídos realizações pessoais e bem-estar público na medida em que o profissional de turismo se assume como agente social”.(BRANDÃO et ALDRIGUE, 2006).

Para se conceber o turismo com responsabilidade social, sujeito, economia e preservação ambiental devem conjugar e partilhar princípios e ações comuns. Preocupações que devem ser uma das principais dentro das pautas das instituições de ensino.

Diante deste contexto, onde o turismo se destaca por sua importância econômica, social, cultural e ambiental, surge uma nova vertente denominada ‘turismo pedagógico’, que faz parte do segmento do turismo cultural.

Segundo o conceito de Dencker (2002):

“Pode-se conceituar o turismo pedagógico como o ensino do turismo em escolas de nível básico, fundamental e médio, objetivando esclarecer aos estudantes conceitos relacionados à atividade, através de aulas onde serão apresentados os termos da área, a importância da qualidade na prestação de serviços, os impactos positivos e negativos do turismo, dentre outros temas pertinentes à disciplina. Além disso, o turismo pedagógico tem como intuito promover relações com o ambiente, objetivando a geração de novos conhecimentos, de forma dinâmica e participativa”.(DENCKER apud BRANDÃO, 2006).

Segundo Beni (2002) o Turismo Pedagógico constitui-se na:

“Retomada da antiga prática amplamente utilizada na Europa e principalmente nos Estados Unidos por colégios e Universidade particulares, e também adotada no Brasil por algumas escolas de elite, que consistia na organização de viagens culturais mediante o acompanhamento de professores especializados da própria instituição de ensino com programa de aulas e visitas a pontos históricos ou de interesse para o desenvolvimento educacional dos estudantes”. (BENI apud RAIKYL, 2006)

O Turismo Pedagógico representa a oportunidade de explorar a relação homem-espaço, nas mais variadas perspectivas de análise do conhecimento humano (geográfico, físico, biológico, social, ecológico, etc) de forma interativa. A atividade do Turismo

Pedagógico está em crescimento; observa-se que algumas instituições de ensino estão adotando a atividade na integração de conteúdos curriculares em projetos multidisciplinares. Diante desse recurso, que surge com caráter interdisciplinar e rico no processo de transmissão do conhecimento socialmente adquirido, adaptável a qualquer nível de escolaridade, verifica-se a eficácia das viagens de estudo na prática de ensino, constatando que através desse tipo de viagem é possível aprender na prática, o que foi visto teoricamente em sala de aula. (RAIKYL, 2006)

Em palestra proferida pela professora Marisa Valladares, em 19 de Outubro de 2002, colocou-se que os cinco sentidos têm a mesma importância para a aprendizagem, que a conjugação de dois ou mais sentidos aumenta a eficácia da percepção. Por isso torna-se importante o emprego de métodos de ensino que utilizem simultaneamente recursos orais e visuais. O Turismo pedagógico possibilita a aplicabilidade e verificação dos conceitos supra citados uma vez que os componentes do ambiente da aprendizagem dão origem à estimulação para o aluno (GAGNÉ, 1971. p.247 apud RAIKYL, 2006).

Hoje a sociedade, motivada pela violência, mudou os padrões e hábitos de vivências sociais, onde se inclui a questão educacional. Muitos alunos têm seus universos de espaço reduzidos as suas casas e a escola, os pais não tem tempo ou conhecimento em supri-los de informações, dessa forma a Internet (para os que podem ter acesso) possibilita o acesso a informação, a novas culturas, a conhecer pessoas, línguas, mas questiona-se se esse vivenciar cibernético possibilita as mesmas sensações de aproximar o aluno ao mundo. Por questões práticas e financeiras muitas instituições de ensino a incentivam, mas no caso do Brasil que possui um patrimônio natural e histórico-cultural muito rico, é cruel que alguns educadores não se sintam motivados ou confortáveis a vivenciar esse potencial.

Na opinião do professor Aziz Ab Saber:

“O papel do professor deve ser o de incentivar os alunos a construir o conhecimento da região onde vive, desde os limites territoriais até as

características geográficas, econômicas e políticas, essas informações servirão para ele se localizar com o cidadão e sempre servirão de base para qualquer estudo de espaços maiores, as chamadas macro-regiões”. (SABER apud RAIKYL, 2006).

Na década de 20 o pedagogo Célestin Freinet sugeria o que ele chamou de aula-passeio, onde o aluno é sempre considerado o centro da construção de seu conhecimento. A aula-passeio consistia em atividades ‘extra-classe’, onde o essencial era a liberdade e a valorização das necessidades vitais do ser humano – criar, se expressar, se comunicar, viver em grupo, ter sucesso, agir-descobrir, se organizar - tornando-os cidadãos autônomos e cooperativos.

O Turismo Pedagógico busca oferecer aos estudantes a oportunidade de aprender na prática, o que foi visto nos conteúdos abordados em sala de aula. Através da sua prática é possível trabalhar efetivamente a interdisciplinaridade. Desde que se priorizem algumas ações, principalmente na organização técnica e pedagógica, as viagens de estudo podem ser importantes aliadas do processo ensino aprendizagem tornando-as agradáveis e produtivas.

Viajar, conhecer pessoas e lugares possibilita ao aluno justamente o que é proposto pelos PCN’s (Parâmetros Curriculares Nacionais) ao propor uma educação comprometida com a cidadania. Dentre estes a *participação*, apontado como: Princípio democrático, pois traz a noção da cidadania ativa, isto é, da complementaridade entre a representação política tradicional e a participação popular no espaço público, compreendendo que não se trata de uma sociedade homogênea e sim marcada por diferenças de classe, étnicas, religiosas, etc. (Parâmetros Curriculares Nacionais: Temas Transversais. 1998.p.21).

A *cidadania ativa* só acontece mediante a vivência que se tem com objeto de estudo. Só se ama o que se conhece, é um jargão que se enquadra nesse contexto, conhecer as belezas naturais, a riqueza cultural ou os problemas do país, somente através de contextualizações superficiais em sala de aula, não caracteriza a cidadania ativa. Para intervir positivamente é

preciso literalmente conhecer, *in loco*. (RAIKYL, 2006) dessa forma, os alunos despertam para as questões que fazem parte do nosso cotidiano se tornando mais conscientes e críticos para as questões sociais.

Existem alguns limites na aplicabilidade desse método de ensino, quando se percebe que muitos coordenadores de instituições de ensino desconhecem ou não querem a responsabilidade de viajar com estudantes, entendendo que a organização das viagens desvia a missão da instituição. Muitas se preocupam em promover a instituição através da admissão de profissionais qualificados na área de educação, e acaba por não possibilitar a ação docente de fato, restringindo docentes e discentes à sala de aula. No entanto, as viagens de estudo podem ser um importante diferencial para instituições, tanto particulares quanto públicas, que almejam o mercado.

O turismo como disciplina, agrega conhecimentos em outras disciplinas da grade curricular como: Geografia, História, Língua Portuguesa, Matemática, Sociologia, entre outras, não se torna só mais uma educação técnica, mas educação plena quando oferecido em aulas e oficinas, porque não passa a ser desenvolvido apenas nas escolas dos locais turísticos emissivos e receptivos, mas no cotidiano, no local de residência permanente dos alunos.

## **2.6. Turismo Social**

Para facilitar a compreensão e iniciar a abordagem do conceito de Turismo Social, estritamente ligado ao Turismo Comunitário, deve-se entender o tema do Turismo de Massas, a qual estão inter-relacionados. Esse entendimento também auxilia na compreensão do que seja ‘saturação de centros turísticos’, onde a partir desses, surgem os conceitos de turismos ‘alternativo’ e ‘sustentável’ já mencionados.

Depois da segunda guerra mundial, o despertar de novos desejos sociais, a melhoria dos rendimentos, a gradual vulgarização das férias pagas, a consciência do significado do tempo do trabalho, do tempo livre, do tempo do lazer e do tempo das férias, o desenvolvimento e a difusão dos transportes, a industrialização massiva dos pacotes turísticos com todos serviços incluídos em um mesmo preço econômico e competitivo, etc. Conduziram para que, cada vez mais, as pessoas sentissem desejo e dispusessem de meios para viajar e fazer turismo. Em 1945 com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, se reconhece universalmente que todos possuem o direito ao descanso e ócio, dentro de uma porcentagem razoável do tempo de trabalho realizado, a férias pagas e a liberdade de circulação.

Não era fácil e nem os novos e anteriores turistas se sentiam bem, no contexto das ambições por parte das classes sociais mais baixas, conviver nos destinos tradicionais de alto luxo. Dessa forma, surgiram novos destinos, com novas formas de hospedagem e de animação que foram atraindo milhões de pessoas que se satisfaziam com situações, condições e atividades de férias iguais todos os anos. Entretanto, os governos e os promotores com potencialidade para satisfazer esse tipo de turismo procuraram aproveitar as oportunidades que eram oferecidas. Assim, foram surgindo situações de saturação de equipamentos, espaços e infra-estruturas, com implicações no ambiente e na qualidade de vida de visitantes e residentes. (BAPTISTA, 1997). Por isso a polêmica turismo de massa x turismo de qualidade surgiu nos países que sofreram a invasão do primeiro, e assim, o conjunto de problemas da saturação.

Estas considerações revelam um equívoco quanto à comparação apressada e superficial do interesse econômico do turismo de massas e do alternativo (supostamente de melhor qualidade). Importa que *“a história do turismo no século XX teve um primeiro período em que se pretendia um ‘boom’ de milhões de turistas, e para conseguir isso, toda promoção era boa e todos os meios de informação, de propaganda e criação de equipamentos eram*

*aceitáveis*” (Ibidem, 1997). Depois chegaram os problemas das massas, que vinham superar as vantagens econômicas ou da procura, a alternativa do turismo de qualidade x turismo de massas não se sustenta racionalmente, sabendo que a explosão de turistas criou um colossal equipamento de recepção apto para milhões de visitantes, a que deveria atribuir-se uma nova utilização ou encerrá-lo.

Outro equívoco é equiparar turismo de qualidade a turismo individual em hotéis luxuosos para pessoas abastadas, pois nem sempre as pessoas ricas são as que mais apreciam o ambiente e a cultura, e inversamente, que muitos dos que viajam em grupo – geralmente idosos – são os mais sensíveis a essas motivações. Configura-se assim, a dificuldade e o risco de visões simplistas e redutoras dessa questão do turismo de massa.

Como afirma Baptista (1997),

“O turismo de massas não é uma ameaça, mas uma grande oportunidade, desde que sejam tidas em conta as diferenças entre férias e lazer, pois é a qualidade do tempo de férias tem orientações multidimensionais e orientadas pela esfera de trabalho. A transição do turismo de massa para o alternativo representa uma atitude cultural que se manifesta pelo desejo de mudança” (BAPTISTA, 1997, p.184).

O próprio turismo religioso, onde geralmente ocorrem visitas de solidariedade turística em grupos fechados, possibilita às pessoas contato com diferentes estilos de vida e discussões com os povos locais visitados.

Quando se fala em sustentabilidade, se pergunta se trabalhar em um projeto sustentável é trabalhar apenas com a iniciativa comunitária. O turismo de massa em muitas localidades é uma realidade e não se pode ‘dar as costas’ para o que se acha ruim, mas como tal, deve ser tratado, pois pode se ter empresas e empreendimentos que estejam interessados

na questão da sustentabilidade. Há exemplos de operadoras de turismo de massa, que tem responsabilidade com os destinos para os quais enviam os seus passageiros.

Tem-se presente que os comportamentos dos turistas não são fáceis de identificar em termos objetivos, pois radicam e são inspirados por fatores, desejos e mitos do foro subjetivo e evoluem com a idade e os estatutos econômicos, social e cultural. Por outro lado, existe a tendência para opor o conceito de turismo de massas ao turismo de qualidade, o que nem sempre é exato, estando também subjacente a preferência por modalidades de turismo alternativo que conduzam a níveis mais elevados de receita, o que pode também não acontecer, se tivermos em conta que nem o fator de interesse por motivos culturais pode servir de ‘fronteira’ entre o turismo de massas, mesmo sob a forma de turismo organizado ou de pacotes turísticos e as novas formas de algum turismo alternativo.

Surge assim, o conceito de saturação dos centros turísticos, que inspirou o turismo ativo e o turismo alternativo e permitiu que novos destinos, exóticos e de longa distância, entrassem em concorrência com os destinos tradicionais.

A visão do turismo de massa, na lógica predominante do setor turístico é lucrar a curto e médio prazo, mas se deve repensá-lo e não mais criticá-lo, para isso constroem-se uma base de conhecimento transdisciplinar que se denomina socioeconomia, para que se possa pensar em uma prática de turismo de base comunitária.

O entendimento de que o baixo custo das viagens, ou as facilidades de pagamento elevariam a demanda faz com que muitos criam que o turismo social, aproximando-se do turismo popular, possa ser confundido com o turismo de massa. Ainda que algumas características os aproximem (tipos de meios de transportes, hospedagens mais econômicas, viagens em grupo, gastos diários reduzidos, etc.) o espírito socioeducativo e cultural das viagens de turismo social são absolutamente diferentes daqueles do turismo convencional, popular e de massa. (KRIPPENDORF, 2006).

Burkart e Medlik (1981) afirmam que o turismo de massa é uma noção quantitativa no volume da atividade, e o turismo popular é uma noção qualitativa que pode dar origem ao turismo de massa. O turismo social aparece, com a participação de pessoas com limitados meios, e outras desvantagens ligadas à idade, a incapacidades ou circunstâncias familiares e com as medidas para encorajar esta participação, tornando-a possível.

O Turismo Social possui várias definições por vários autores, mas entende-se dentro da realidade brasileira, da Deliberação Normativa da EMBRATUR de 1983 como:

“[...] passeios ou excursões promovidos, organizados ou realizados sem fins lucrativos ou retribuições financeiras de qualquer espécie, por federações, sindicatos ou outras entidades representativas de classe, para seus associados e familiares cujo nível de renda não lhes permita usufruir, aos preços vigentes no mercado, das programações oferecidas pelas empresas e empreendimentos turísticos”. (EMBRATUR, 1983, nº 115, 5 de julho).

Para Boullón (apud ALMEIDA, 2006) “ [...] *turismo social e seu desenvolvimento na América Latina, difundiu-se, mas com base em distintas interpretações que qualificam como sociais diferentes formas que não guardam entre si a devida coerência*”, o que se confirma que o problema dos conceitos e definição reflete-se na prática desta atividade.

O próprio termo “social” é amplo, todo turismo é social já que ocorre na sociedade: seus integrantes o praticam, o organizam e o vendem; é um fenômeno que pode beneficiar ou prejudicar a sociedade, dependendo de como é planejado.

O Turismo Social surgiu nos anos que transcorreram entre as duas guerras mundiais, porque apareceram na Europa algumas organizações especializadas com o caráter de seções especializadas dos sindicatos de operários. Nasceu em países com regimes socialistas como os Escandinavos, Inglaterra, França e Bélgica. Generalizando o conceito de “férias pagas” para os trabalhadores, essas organizações tentaram organizar o tempo livre e oferecer um quadro

de possíveis atividades para preencher as férias. Por isso, freqüentemente confundia-se o turismo social com as férias pagas, mas o que verdadeiramente contribuiu com o desenvolvimento desse turismo foi o avanço trabalhista.

Falar de turismo social no plano internacional, na década de cinquenta era um conceito quase inexplorado. Os primeiros relatórios da Comissão de Turismo Social em Bruxelas eram tratados como confidenciais e muito restritos, e neles se procurava abrir caminhos mais amplos no ramo das viagens.

Os agentes de viagens franceses se alarmavam diante da possibilidade de serem marginalizados pelas associações de viagens de turismo social do seu país. Porém nesse meio, havia outros profissionais que viam o símbolo social da época e que isto significaria na profissão. Não era fácil impor o termo *social*, motivo pelo qual optou-se por qualificá-lo de *popular*. Era chamado de social por ser turismo de trabalhadores, de operários, que perseguia uma finalidade de convivência e descanso. Aqueles que queriam convertê-lo em popular pensavam em um turismo popular, de pessoas de baixa renda, mas não necessariamente em turismo da classe trabalhadora/operária. (RIPOL y HERNANDEZ, 1986, p.23).

O Turismo Social auxilia nas insuficiências referentes às aquisições dos valores das pessoas, porque está estreitamente unido à questão social, e destinado, em função da sua natureza, a melhorar a situação daqueles que, pelas limitações de seus meios, geralmente não podem viajar nem aproveitar férias. A questão social nesse caso, não é a exigência de um salário justo, mas as boas condições, a conservação, recuperação e melhoria das faculdades humanas, que permitam uma vida agradável e digna.

Como conseqüência, os bens materiais e espirituais que o turismo proporciona interessam à coletividade, razão pela qual se deve buscar com empenho sua solução, tanto por parte das organizações e associações da área. O Estado também deve ter papel preponderante, já que toda a ação política leva ao progresso social. O valor do turismo social é reconhecido

universalmente por todos os países, e em todas as partes se realizam esforços para sua promoção, coordenação e orientação. (Ibidem, 1986, p.26).

O verdadeiro turismo social deve ser considerado um bem público, equiparando-se à segurança, à saúde e à educação públicas. Devem ser realizados planejamentos de serviços especiais geridos e financiados pelo Estado e registrados em uma conta de custo social. Ele pode ser subvencionado financeiramente pelo Estado, e pode ser comercial (promocional) quando oferece valores muito reduzidos.

Gurría Di-Bella (apud ALMEIDA, 2006) afirma que a ação do Estado por meio da subvenção faz com que se perca uma das características principais do turismo social – a liberdade de escolha de tempo e lugar para a prática turística – uma vez que seria pré-determinado os locais destinados à realização destas viagens e os períodos ideais, nos quais a possibilidade de obtenção de descontos seria maior, o que contradiz uma das condições para a existência do turismo social, que é a livre escolha do lugar de férias e livre emprego do tempo, que deve ser facilitada pela divulgação de informações.

Os turistas sociais abonam parte dos seus gastos de deslocamento e estadia e a outra fica a cargo das próprias empresas turísticas através de meios de transporte e alojamento; e de entidades sindicais, confessionais, políticas ou de poderes públicos, através de subvenções, oferecimentos de serviços, abatimentos, colônias de férias, etc.<sup>13</sup>

Os agentes implicados nessa operação e promoção de turismo são:

---

<sup>13</sup> Os critérios que permitem definir o conteúdo do turismo social são preços baixos, ausência de fim lucrativo e caráter coletivo dos consumos. Este consumo pode ocorrer em colônia de férias ou estabelecimentos abertos, razão porque tais equipamentos de hospedagem, incluindo albergues da juventude, estão associados ao turismo social. (CUNHA apud ALMEIDA, 2006).

- Instituições sem objetivos de lucro, criadas pelos próprios segmentos beneficiários do turismo social e que recebem as ajudas para seus associados (associativos);<sup>14</sup>
- Organizações beneficentes (religiosas ou laicas) que administram livremente as ajudas, destinando-as aos segmentos ou pessoas consideradas necessitadas (beneficentes);
- Poderes públicos que canalizam a ajuda diretamente (estatal). (Ibid, p.121)

Almeida (2006) define da melhor forma o turismo social, pois estabelece que os subsídios, ou seja, a questão econômica não seja fator primordial ou elemento diferencial, para que ocorra o turismo social, assim o considera:

“Turismo social é aquele que pode ser fomentado sociopoliticamente pelo Estado e organizado por entidades da sociedade civil (assistenciais, profissionais ou outras) com objetivos claramente definidos de recuperação psicofísica e de ascensão sociocultural dos indivíduos, de acordo com os preceitos da sustentabilidade, que devem estender-se às localidades visitadas”. (ALMEIDA, 2006 p.135)<sup>15</sup>

Com essa definição, Almeida deixa de lado as possíveis restrições aos possíveis participantes, já que tanto os grupos identificados com o turismo social (jovens e crianças carentes, estudantes, idosos, deficientes, trabalhadores de baixa renda, minorias étnicas, culturais e religiosas) como aqueles que se encontram insatisfeitos com as programações de

---

<sup>14</sup> O turismo associativo não dispõe de subsídios para funcionar, ele gera seus equipamentos, sua comercialização com recursos próprios. Seus dirigentes controlam as finanças, que é a única garantia da duração do projeto social que eles almejam.

<sup>15</sup> A Prof<sup>a</sup> Sarah Bacal afirma que os praticantes do turismo social possuem limitações econômicas, mas também limitações culturais que os impedem de viajarem sozinhos, razão pela qual geralmente fazem parte de associações, sindicatos, grupos de empresas, etc. constituindo grupos mais ou menos homogêneos, ao contrário dos grupos de turismo de massa que são mais heterogêneos.

turismo convencionais (advindo de outras classes sociais) poderiam participar do movimento de turismo social, valorizando-se os aspectos socioculturais da viagem. Aqui entendido como turismo, que tem duração maior de 24 horas, ou excursionismo.

Outro aspecto relativo ao termo “social” faz com que se remeta à Sociologia do Turismo, que não se ocupou muito com esse tipo de turismo, preocupando-se mais com seus resultados, nem sempre positivos, dos seus impactos sociais.

Tal fato conduz a discussão para a necessidade do planejamento e desenvolvimento controlado desse tipo de turismo, uma vez que a ausência de planejamento da atividade turística nos núcleos receptores, tem ocasionado a potencialização dos seus efeitos negativos. Esses, decorrentes do uso inadequado dos recursos turísticos quanto à infra-estrutura, e no campo social, os conflitos e choques culturais com as populações locais, que geram certas discriminações sociais como um “*apartheid antifarofeiro*”. (ALMEIDA, 2006).

O SESC é uma entidade mantida pelos empresários do comércio de bens e serviços e voltada para o bem-estar social de sua clientela. Atuam nas áreas da Educação, Saúde, Lazer, Cultura e Assistência. Abrange também as populações da periferia de cidades que são assistidas pela entidade através de parcerias com o poder público, empresas privadas, sindicatos e associações de moradores. Em muitos casos, o SESC é o único meio de acesso dessas populações aos serviços de saúde, educação, lazer, cultura e assistência. A essa ação social o SESC soma o compromisso de ser um agente viabilizador da produção cultural, fomentador do turismo, e incentivador da consciência ecológica e da preservação ambiental.

O SESC é referencia nesse tipo de turismo no Brasil, pois além do perfil e missão da empresa ser equivalente aos objetivos do turismo social, existe um departamento específico onde as excursões são organizadas. O SESC desde 1948, vem trabalhando o Turismo Social de acordo com os conceitos do BITS - *Bureau Internacional du Tourisme Social*. (SESC, 2009).

Para essa entidade, a definição de turismo social é uma expressão objetiva de ação do turismo na área de lazer e educação informal. Não é um turismo de luxo, mas oferece todo o conforto e qualidade em seus serviços aos beneficiários. É diferente do convencional, porque a viagem torna-se uma oportunidade de conhecer aspectos históricos e geográficos da região visitada, despertando o espírito de aventura que existe nas pessoas, possibilitando o conhecimento de culturas e atrativos das diferentes regiões. O SESC e suas ações cabem exatamente dentro dos princípios do turismo social, que é oferecer integração, descanso, entretenimento, aprimoramento cultural e intercambio social.

Por isso, quanto ao futuro do turismo social no Brasil, a fonte do seu desenvolvimento será junto a entidades do terceiro setor <sup>16</sup> voltadas à implantação dos programas sociais, na mobilização dos agentes promotores e na captação de financiamentos; visto que ainda existe uma falta de compreensão do significado do turismo social que dificultou a sua implantação, pelos órgãos públicos.

Analisando os materiais oficiais quanto às políticas públicas nesse campo, percebe-se que o turismo social é entendido como turismo para pobres, hipótese essa, para que não se tenha levado em prática a proposta do Estado, como agente fomentador e coordenador das ações necessárias para o desenvolvimento do turismo social.

## **2.2. Os limites e possibilidades de atuação do Turismólogo no campo social.**

Especificados os conceitos e definidos alguns dos segmentos do turismo que atuam diretamente com as questões sociais e entendendo sua operacionalidade, pode-se entender de melhor forma os limites e as possibilidades da atuação do bacharel e profissional do turismo

---

<sup>16</sup> Terceiro setor não é Estado nem Mercado é uma esfera pública não estatal, mas com iniciativas privadas com sentido público. Suas ações não visam fins lucrativos, mas sim o filantropismo ou voluntariado. Agem através de diferentes modos de pensar sobre a realidade social. (N.A)

nesses campos, e dessa forma, entender a justificativa da sua importância e valorização nessa área.

Ao se pensar nos limites de atuação do turismólogo, deve-se ressaltar inicialmente que o turismo é um setor que lida com pessoas e serviços. Como outras situações e atitudes relacionadas com o contexto sociocultural dos indivíduos, o comportamento turístico nem sempre é uniforme, coerente, previsível e pacífico. De fato, na ótica das dimensões socioculturais da história do turismo, a atividade turística é marcada por uma diferenciação social.

Nem sempre querer é poder. Muitas vezes diante de algumas condições, planos e estruturas oferecidos, os turismólogos se mostram impotentes de ações no âmbito social. Pode-se dizer que há falta de conhecimento e preparo em determinadas circunstâncias, mas na maioria das vezes, os limites impostos para uma melhor atuação surgem da constituição de alguns fatores.

A paisagem constitui um dos principais fatores. Componente do ambiente natural como oferta turística primária ou original, os técnicos e gestores responsáveis pela exploração dos recursos naturais se mostram quase incapazes de mexer num sistema produtivo de uma paisagem para melhorá-la, sem piorarem o funcionamento de outros sistemas vizinhos ou interdependentes. Volta-se então, para mais uma questão a ser analisada, no caso do segmento do Ecoturismo, de que existem pessoas se aproveitando do rótulo pelo modismo atual, sem profissionalismo algum. Essa administração de conflitos é importante na implantação do Ecoturismo e devem fazer parte de projetos especiais feitos por turismólogos, porém muitos turismólogos nem sabem o que é, tampouco elaboram a estruturação do EIA (Estudo de Impacto Ambiental) e do RIMA (Relatório de Impacto Ambiental). Se desejarem trabalhar com turismo sustentável, é fundamental que o empreendimento turístico seja acompanhado em todas as etapas de desenvolvimento. É importante destacar a confecção desses relatórios

como instrumentos fundamentais para o planejamento dos empreendimentos turísticos. O fluxo turístico que determinada área pode suportar sem que venha a ser degenerada é considerado gerenciamento de informação, administrar essas informações é dever do turismólogo, para que se tenha um programa e política efetiva de turismo sustentável.

As áreas de potencial ecoturístico no Brasil tem diversos problemas como: a pobreza das comunidades, necessidades básicas das comunidades não resolvida, falta de organização comunitária, etc. Embora haja visibilidade que esse segmento cresça, o Brasil não se organizou devidamente quer na esfera empresarial ou na institucional. Há uma falta de ordenação que cabe ao turismólogo auxiliar nessa gestão e implementação. Essa sustentabilidade englobando as dimensões sociais, econômicas, ecológicas, espaciais e culturais, segundo SACHS (1993) não são visíveis nas comunidades, porque a visão multirreferencial do turismo ainda não faz parte das propostas do desenvolvimento turístico que são apresentados pelos agentes sociais da atividade.

Os fatores patrimônio e conservação, nunca foram considerados sob um aspecto turístico, salvo raras exceções que tenderam a reforçar um protecionismo que permitiu a sobrevivência dos monumentos. É complicado haver uma política entre um patrimônio dependente dos poderes públicos e um turismo considerado pelas autoridades políticas com indiferença, um diálogo de surdos. Falta estratégia dos profissionais do turismo que não se preocupam com essas questões, o turismo quando muito pelos poderes públicos é considerado um mal necessário, um agente destruidor poluente. Embora o patrimônio seja um dos meios de desenvolvimento para o turismo, deve-se atender a sua fragilidade.

Analisando sob essa ótica, verifica-se que outro fator limitante da atuação seja o problema educacional. Reconhece-se que não há profissionais preparados e habilitados para desenvolver esse e alguns outros trabalhos que envolvem o setor social ou de sustentabilidade.

Os processos consultivos são essenciais para o desenvolvimento com sucesso de estratégias e políticas, pois para maximizar os benefícios do turismo e minimizar as mudanças adversas e os impactos, devem ser definidas medidas sociais e culturais como parte dos recursos turísticos, incorporadas no planejamento, no desenvolvimento e nos processos de gestão do turismo social e cultural, dado que a gestão efetiva dos impactos sociais e culturais é vital para obter uma indústria turística sustentável. Contudo, os fatores socioculturais influenciados pelas atividades culturais são em geral, os mais difíceis de medir e quantificar, geralmente os turismólogos não os fazem, sob a hipótese de que na Economia muitos dos indicadores ambientais se prestam a uma medição objetiva, os impactos socioculturais são muitas vezes qualitativos e subjetivos por natureza, como as mudanças nos costumes ou nos códigos de conduta. Existe uma série de fontes de dados que podem ser utilizadas para examinar o impacto social do turismo. Também é difícil, às vezes, manter o nível apropriado de objetividade, e é necessário construir os questionários para os residentes muito cuidadosamente se quisermos que eles forneçam dados, que não sejam viciados e os apresentem de forma fácil de ser utilizada.

Nem mesmo turismólogos que trabalham nas áreas financeiras de empresas turísticas sabem conduzir pesquisas. Poucos operadores de turismo conduzem pesquisas sobre a atitude dos consumidores de turismo, seus comportamentos e motivações. Geralmente eles se baseiam em levantamentos de companhias aéreas e nos relatórios de seus guias e agentes locais, dificilmente os operadores consideram o impacto social de seus clientes sobre o país e a comunidade que estão visitando, ainda que este efeito possa ser devastador, tanto cultural quanto economicamente.

Outro fator relevante, é que um grande mercado turístico tem crescido em torno do turismo sexual. Pode-se questionar se o turismo criou um rompimento social associado ao negócio do sexo ou se esse negócio estimulou o mercado turístico, mas como acontece com

todas as formas de prostituição, é impossível sermos conclusivos em relação aos erros e acertos de ambas as partes. O mercado do sexo muitas vezes só pode ser buscado sob a aparência do turismo internacional, os profissionais do turismo não conseguem ter total controle, apenas os da hotelaria e do mercado receptivo que trabalham ações sociais conjuntas com as polícias e ONGs de prevenção.

Algumas decisões que afetam a política da atividade turística, a natureza do envolvimento do governo no setor, a estrutura do departamento de turismo, o tipo de desenvolvimento do setor e a consciência e participação da comunidade no planejamento e política da atividade, surgem de processos políticos. Para que o turismo se desenvolva de forma coesa em localidades, o arranjo institucional do setor deve se apresentar como de suma importância, com todos os agentes contemplados, conforme seu poder de interferência. Apesar disto, não há uma regra para a criação e manipulação das instituições relacionadas à atividade turística, variando entre municípios, regiões e estados. Segundo Shigunov (2004) citando Hall, estas diferenças afetam como o conflito político é expresso, que estratégias individuais e grupos irão tentar influenciar na política e que peso os políticos irá atribuir aos interesses sociais e econômicos particulares.

O desenvolvimento do turismo demanda interfaces com outras políticas recorrentes e complementares, tornando-se necessário um intenso trabalho de coordenação com outros setores e outros profissionais não turismólogos. O poder público pode desestimular a iniciativa privada ao criar instrumentos legais sem captar a fundo a essência da atividade turística. Estes instrumentos, em face de sua multiplicidade, podem criar dificuldades operacionais para as empresas e turismólogos.

Os investimentos públicos em regiões turísticas contribuem para atrair investimentos privados, mas deveriam gerar mais postos de emprego para a população local, incrementando os serviços turísticos locais e fomentando a melhoria da qualidade de vida da população.

Contudo, geralmente ocorre a importação da mão de obra qualificada, restando aos locais a exploração do trabalho manual. (Paralelamente a esse problema contido, vê-se possibilidades, quando se promovem programas de treinamento para a utilização de mão de obra local.) O perfil do empresário que investe é um outro aspecto relevante, quando demonstra que a grande maioria é oriunda de outras profissões e são oriundos de outros Estados, desconhecendo as dificuldades e problemas locais. São limites para as ações do turismólogo que almeja ações sociais na área empregatícia.

O turismo é simples em termos de propósito, mas extremamente complexo em termos de método, cabendo ao agente público orquestrar uma política de turismo que venha a maximizar os impactos socioeconômicos positivos derivados da indústria turística incluindo: Decisões concernentes com a criação de empregos, a renda gerada pelas atividades turísticas, as divisas geradas pelo turismo internacional e o aumento da arrecadação dos impostos devido aos gastos turísticos na área. A metodologia adotada nesta decisão, porém é complicada em termos de viabilização.

O turismólogo precisa administrar suas ações junto aos diversos públicos (clientes, governo, empregados, fornecedores, etc.) e também monitorar ações de outras instituições concorrentes e sistema de mercado, assim como a formação de imagem/conceito junto a esses diferentes públicos, algo protagonizado pelos atributos da responsabilidade social. Dessa forma, passa a ser um fator delimitador para a formação de alguns conceitos, que este não depende apenas da própria organização turística, mesmo que esta atue de forma qualitativa no que se refere a impactos na sociedade. A imagem é um patrimônio organizacional, porém residente na mente das pessoas e clientes; atua de forma simbólica, direcionando um consumidor a certa atitude ou comportamento. A má prestação de um serviço contagia negativamente as atrações de um local, sinalizando que o trabalho predatório de alguns

profissionais ligados ao turismo, mas não turismólogos, deve também ser observado e regulamentado pelos órgãos públicos.

Quando se pensa o turismo, se pensa nas relações humanas em todos os níveis. Podemos falar nos incluídos e nos excluídos das práticas turísticas. Os incluídos são aqueles que conseguiram atingir patamares mínimos de qualidade de vida, que tem trabalho e tem acesso ao tempo livre e ao lazer. Tem aqueles que estão totalmente excluídos das práticas turísticas, das moradias, da alimentação, da educação, entre outros. Os desafios são questões estruturais, das quais todos que estamos envolvidos com as atividades turísticas não podem se descuidar.

Por outro lado, muitas são as possibilidades de atuação do turismólogo.

O turismo como instrumento social age de muitas formas, ou seja:

- O turismo se torna um ingrediente que transforma o processo, faz com que os recursos mereçam ser preservados e protegidos, porque representam o futuro e a condição de vida para as novas gerações.
- Com relação a gerar impactos na sociedade, a pergunta para desenvolvimento desses capitais é: *Em que medida uma ação educativa é uma ação pedagógica e incorpora nas pessoas novas capacidades e habilidades, para elas se desenvolverem, para elas manipularem o seu trabalho de uma nova forma importante, para trocar com outros ?*

O turismo pode fazer isso se bem conduzido por um profissional ligado ao setor, ele pode ativar as cadeias produtivas, possui ritmo multiplicador de crescimento e geram impostos. Pode conciliar o crescimento econômico com a preservação ambiental e com o patrimônio histórico e cultural, por isso muitos projetos tidos apenas como de turismo e desenvolvidos por turismólogos, conseguiram recursos para preservar patrimônios de todos os tipos.

- No que diz respeito aos projetos de turismo rural e ecológico, funcionam como instrumentos de aprendizado, conscientização e integração social aos usos e costumes locais. A atividade turística se coloca como um caminho a ser trilhado rumo a implantação de comunidades sustentáveis e ao turismo alternativo de base local.
- As organizações de ordem pública ou privada que agem com turismo social são numerosas, por isso há a necessidade de um melhor sistema de organização, de criação de organismos por turismólogos, que se encarreguem de coordenar e estudar o turismo, como o foram, por exemplo, as primeiras federações de turismo social, tanto operário, juvenil ou estudantil. Desenvolver o turismo popular é uma tarefa difícil, mas de função do turismólogo, já que não somente deve intervir o governo, mas também a iniciativa privada, pois não se trata de encará-lo como uma atividade filantrópica ou sem interesse econômico para os prestadores de serviços turísticos e para a nação como um todo.
- Quando um profissional do turismo trabalha diretamente no setor de Recursos Humanos de empresas ou em setores específicos de lazer, eles oferecem oportunidades para que diferentes estratos da população ingressem às correntes turísticas sem diferenciação e discriminação: Provoca o rompimento entre o trabalhador e a rotina, mediante o descanso reparador que oferece diversão; desenvolve a personalidade para gerar uma nova atitude social; propicia que os trabalhadores, estudantes, e suas famílias (estratos populares), tenham a oportunidade de viajar com o objetivo da recreação e de cultura dentro de margens econômicas, distribuindo a riqueza. O turismo social é um bem público, equiparado a segurança, saúde e educação públicas, pois promove a melhoria do ser humano. O Turismo Popular contribui para satisfazer a necessidade de conhecimento que os habitantes devem ter do seu próprio país e dos seus compatriotas e para fortalecer a coesão comunitária. O relacionamento entre as

pessoas enriquece, dá ao indivíduo novo material para seu próprio desenvolvimento e ampliação de critérios, além disso, fortalece o sentido de grupo e a consciência da nacionalidade. Como consequência, o turismo deve ser orientado por turismólogos, para a consecução de um conhecimento qualificado que alcance tais aspectos.

- Na etapa de um planejamento ou de um empreendimento turístico, a participação da comunidade é fundamental e essa coordenação por um profissional do setor essencial, pois ela é quem melhor conhece a região, os hábitos e os costumes locais, mas são os turismólogos que contribuem para implantação de equipamentos e na definição dos espaços do projeto. É importante o aproveitamento da matéria prima e da mão de obra local, assim como a seleção dos futuros funcionários do empreendimento seja realizada tendo como critério básico as potencialidades individuais, visando ao desenvolvimento das capacidades existentes na região.

São necessários planos estratégicos de turismo que criem estruturas de gestão em que a participação de segmentos empresariais e organizações sociais atinjam compromissos entre a iniciativa privada e o setor público, por meio de instrumentos que conduzam para a gestão compartilhada. Esse plano estratégico é necessário porque passamos de um modelo prestador de serviços, para um modelo empreendedor de co-responsabilidade social solidária, a que o Estado deve prestar colaboração em conjunto com as empresas privadas e as organizações sociais. O turismólogo pode identificar todos os agentes institucionais, sociais e empresariais participantes desse processo de desenvolvimento sustentável na região, constitui com estes agentes um consórcio regional, um conselho de representação podendo elaborar um plano diretor de turismo regional e a partir disso levantar e consolidar as potencialidades turísticas. Dessa forma servirá de interlocutor com os conselhos estaduais de turismo e com as agências de desenvolvimento, visando otimizar a implantação dos programas.

A concretização de um plano turístico está diretamente ligada ao envolvimento dos agentes sociais no seu processo de implantação, o que gera a necessidade de se estabelecer públicos alvos distintos para as estratégias de sensibilização elaboradas. Um programa de sensibilização do turismo estabelece etapas que visam alcançar grupos distintos da população, mediante encontros entre profissionais do setor turístico que pretendam desenvolver a atividade em uma localidade e representantes da sociedade: empresários, administradores públicos e líderes comunitários; a outra etapa tem como público alvo os estudantes do ensino médio da rede pública e privada do município, que serão alcançados por meio de oficinas, uma vez que se entende que a educação para o turismo deverá ser desenvolvida não apenas nos locais de visitação turística, mas no cotidiano, na residência permanente. Dessa forma o turismólogo age como agente social e educador.

O setor hoteleiro também se envolve em problemas sociais, participando de processos de melhoria da condição de vida das comunidades em que estão envolvidas. É resultado desse processo em que a conscientização do turismo sustentável, responsável, começa a permear por todos os setores da atividade. Exemplos: O Hotel Sheraton do Rio arrecada R\$ 1,20 de cada hóspede por estadia para um programa de assistência às comunidades carentes e de meninos de rua do Rio; ou o programa do Intercontinental Hotel que arrecada dos estrangeiros as moedas que sobram quando vão embora do país, resultando mais de US\$ 3 milhões para atendimento às crianças deficientes e programas de vacinação gratuitos. São idéias simples que não custam nada para o hotel, mas que representam um instrumento do hoteleiro, para que a sociedade possa se beneficiar. A partir dessas iniciativas, começam a surgir mudanças positivas da atividade como fruto do trabalho, do que os profissionais do turismo representam dentro da sociedade brasileira.

Há muitos grupos que necessitam e se beneficiam do atendimento e dos projetos do turismólogo. São de origem urbana, por carecerem de estímulos socioculturais, de espaços para a recreação e de lugares para aproveitarem suas férias. Alguns deles:

- **Operários.** Um profissional do lazer no RH das empresas auxiliam a planejar férias escalonadas que contribuem com o desenvolvimento constante da produção, sem prejudicar a saúde e o bem estar dos trabalhadores, no caso dos funcionários públicos, favorece a não interrupção e diminuição dos serviços.
- **Estudantes.** Como conselheiros, os turismólogos podem nas secretarias de educação e realizar estudos que pretendam modificar o calendário escolar, com a finalidade de conseguir maior aproveitamento nos dias letivos, isto permite que os alunos possam se afastar temporariamente das instituições educativas para aproveitar as férias em companhia da família. O turismo não tendo apenas como objetivo a recreação, contribui para que os estudantes comprovem o que aprenderam em aula, mediante a apreciação física, o contato com a natureza e com os recursos culturais do país.
- **Sindicatos.** Os filiados a essas organizações geralmente são indivíduos com recursos econômicos escassos ou médios. A promoção interna dos benefícios do turismo popular e a organização própria são requisitos indispensáveis para motivar esse segmento.
- **Crianças.** A promoção nesse segmento ajuda a integração familiar e ajuda a criança a conhecer melhor seu ambiente, favorecendo maior e melhor desenvolvimento físico e mental. O importante é oferecer-lhe a possibilidade de realizar atividades que na sua vida diária são inacessíveis.
- **Jovens.** Neste grupo estão as mais variadas e latentes inquietações para praticar turismo social e ter diferentes tipos de entretenimento. O turismo dos jovens redundaria em um estímulo para o progresso do país, revertendo em consciência ambiental e social, assim como maiores correntes turísticas produzindo maiores receitas.
- **Empresas.** É necessário considerar a grande quantidade de empresas que poderiam promover e organizar o turismo entre seus trabalhadores e funcionários. Os

departamentos de relações industriais ou recursos humanos devem considerar a alternativa do turismo como elemento catalisador das pressões diárias e motivador de um maior rendimento produtivo. Vide as viagens de incentivo.

- **Agricultores.** O agricultor, o habitante de pequenas cidades requer um desenvolvimento econômico, social e cultural prévio para converter-se em sujeito do turismo. Pelo meio ambiente em que se desenvolve, já convive com a natureza de forma mais estreita que o homem urbano. Por esse motivo necessitará de uma atenção turística mais adequada às suas necessidades, mas diferente da que pode ser implementada para as classes populares urbanas.
- **Famílias.** É importante para o desenvolvimento integral da família conhecer o patrimônio cultural do país. Os valores da cultura, da realização pessoal, da vida interior que eleva os homens sobre seus próprios defeitos, encontram-se à margem, relegados pela febre do consumismo, pelos trabalhos cotidianos e pela ambição de possuir mais coisas que os outros.

Um programa de sensibilização planejado por profissionais do setor pode promover mudanças comportamentais nos agentes sociais que representam os segmentos mais significativos da sociedade e nos jovens, que à curto e médio prazo, constituirão a população economicamente ativa, além de estimulá-los a se tornarem agentes multiplicadores que poderão alcançar, outras parcelas da população, despertando-os para uma postura pró ativa, mais participativa e cidadã diante dos desafios e oportunidades de desenvolvimento social auferidos pelo turismo.

**Capítulo 3. A Formação Profissional do Turismólogo: Uma análise de dois cursos institucionais baseados nas Diretrizes Curriculares do Curso de Turismo.**

Hoje no início do século XXI, o turismo é discutido e compreendido como uma força ativa no processo de globalização e como um setor estratégico na formação de novas sociedades, ele é um dos mais significativos fenômenos do mundo pós-moderno.

O Turismo é um fenômeno social e uma atividade econômica vasta, que envolve profissionais de várias áreas. Por esse motivo, necessita um elevado nível de exigência acadêmica e profissional, pois é o que garantirá a competitividade em um mercado seletivo e complexo.

Antes de se abordar as dificuldades impostas pelas bases da educação para o Turismo, é necessário compreender a trajetória do ensino brasileiro como um fenômeno de modelos reproduzidos, que não mais satisfazem as exigências desta fase pós-moderna (LYOTARD, 1998) em que vivemos. Os cursos superiores no Brasil sempre tiveram uma trajetória de preparação de profissionais para abastecer o mercado de trabalho.

Deve-se questionar a qualidade social e o compromisso das IES (Instituições de Ensino Superiores), pois se observa na maioria dos casos que, segundo Sobrinho (2003) “[...] há falhas tanto do ponto de vista técnico como ético, pois não oferecem formação científica e técnica segundo os padrões universalmente requeridos nos meios universitários, nem promovem a formação, e tão pouco o desenvolvimento de valores sociais” (SOBRINHO, 2003).

Os cursos de turismo nos períodos de 1980 e 1990 foram criados com perfis e durações de acordo com as exigências do mercado de trabalho, anulando a autonomia acadêmica para atender os imperativos externos, porém os profissionais ligados à educação em turismo, têm questionado a visão exclusivamente tecnicista na formação de competências e habilidades dos cursos de turismo e hotelaria, e estabelece uma nova concepção quanto à formação de profissionais da área, que para Moesch (2002) representa:

“[...] a instauração de um processo de humanização, onde a emancipação do sujeito vincula-se com a consciência da determinação, com a inserção do aluno no processo histórico, com sua ação histórica, com a capacidade de se impor, de se auto determinar, portanto no âmbito da disputa do poder, da hegemonia”. (MOESCH, 2002, p.24)

Porém, na sociedade contemporânea, a Universidade tem de assumir um novo desafio, ou seja, a escassez de postos de trabalho e criar competências para enfrentar essa realidade.

Toda mudança social passa necessariamente por uma mudança no ensino. É importante que exista uma política de divulgação de informações que auxiliem na abordagem efetiva dos problemas e incentive a experimentação e proposição de procedimentos inovadores, em um cenário onde a criatividade é fundamental para o sucesso. O ensino não pode se restringir a disseminar padrões e formas conhecidas de ação utilizadas pelo mercado. A universidade deve avançar na busca de modelos e paradigmas alternativos (DENCKER, 2004).

Entre 1937 e 1945, durante o período do Estado Novo, a escola enfatizou a formação técnica e profissional e privilegiou a formação do *homo economicus* em detrimento ao do cidadão (LOPES apud BARRETO et al, 2004). A política do Estado Novo caracterizou-se pela centralização autoritária e pela preocupação em aproximar a escola do mundo do trabalho, essas intenções políticas não se evidenciaram apenas na legislação do ensino <sup>1</sup>, mas também na criação do SENAI, do SENAC e na criação de escolas técnicas em todo o Brasil.

Entre 1946 e 1964, ressurgiram os educadores comprometidos com o pensamento humanista e houve mudanças significativas na educação. Educadores como Anísio Teixeira,

---

<sup>1</sup> Essas leis, chamadas de Reforma Capanema, foram seis decretos-leis que ordenaram o ensino primário, o secundário, o industrial, o comercial, o normal e o agrícola. (cf. Ghiraldelli Jr apud Barreto et al, 2004)

Fernando de Azevedo, Paulo Freire e muitos outros trouxeram uma visão humanista à educação, fazendo desta um agente transformador no exercício da cidadania.

A primeira Lei de Diretrizes e Bases (LDB) promulgada em 1961 foi discutida desde 1948, dentro de um marco em que diversos grupos sociais queriam o desenvolvimento nacional do Brasil sem submissão ao imperialismo internacional. Com a lei 4.024 LDB de 1971 a educação continuou a enfatizar os meios técnicos, que provaram estar a serviço do avanço técnico e não da sociedade. (BARRETO et al, 2004, p.17). A reforma universitária brasileira incorpora, então, o discurso da reforma universitária francesa que estava em andamento. Essa reforma pretendia democratizar a universidade que na década de sessenta era um centro elitista. (Ibidem, 2004).

A proposta de reforma discutida na França, na década de sessenta, implicava a racionalização da pesquisa universitária em virtude das necessidades globais do país, o que foi interpretado pelo governo militar brasileiro, de acordo com o que eles entendiam ser as necessidades do país: Progresso e crescimento sem entrar na área do desenvolvimento social. (Ibidem, 2004)

Dessa forma, foi instituído um grupo de trabalho de excelência, encarregado de estudar a universidade brasileira, ‘visando a sua eficiência, modernização, flexibilidade administrativa e formação de recursos humanos de alto nível para o desenvolvimento do país’ (RELATORIO, 1969).<sup>2</sup>

“[...] a universidade revelou-se despreparada para acompanhar o extraordinário progresso da ciência moderna, inadequada para criar o know-how indispensável à expansão da indústria nacional e, enfim, defasada socioculturalmente [...] transformar uma instituição

---

<sup>2</sup> Rudolph Atcon assessorou Anísio Teixeira na organização da Capes entre 1953 e 1956 e escreveu uma proposta para a reorganização da Universidade na América Latina em 1958. Essa proposta foi publicada em diversos meios nos anos seguintes, conhecido como Informe ou Relatório Atcon. Em 1966 é assinado o acordo MEC/Usaid (Ministério dos EUA para a educação) de assessoria para a modernização administrativa universitária. Os acordos com essa agência estadunidense levarão a reforma do ensino superior de 1968.

tradicionalmente acadêmica e socialmente seletiva em centro de investigação científica e tecnológica em condições de assegurar a autonomia da expansão industrial brasileira. É também necessário ampliar seus quadros para absorver a legião de jovens que hoje a procura em busca de um saber eficaz que os habilite ao exercício de numerosas profissões técnicas próprias das sociedades industriais” (RELATORIO, 1969, p.247-248).

O projeto de desenvolvimento implicava democratização e modernização da universidade, segundo os paradigmas norte-americanos de então, da racionalidade institucional. As teorias de Taylor para a produção industrial, aplicada por Fayol<sup>3</sup> às tarefas administrativas e empresariais, foram assim, incorporadas à reestruturação da universidade brasileira, tendo como resultado a divisão entre trabalho intelectual e administração financeira, que de acordo com ele deveria ser exercida por pessoas do meio empresarial. As finanças da universidade deveriam ser controladas por um conselho curador do qual não poderiam fazer parte os membros do conselho universitário.

Na época, para criar postos de trabalho, as empresas exigiam níveis universitários de qualificação profissional, esse comportamento ocorre ainda hoje, o mercado era o que determinava a necessidade de mais universidades e mão-de-obra barata para atividades práticas e de chão de fábrica. O problema residia aos cargos administrativos, para esses se precisava de formação técnica, daí não ser interessante um modelo de universidade com

---

<sup>3</sup> Modelo de Produção em massa que revolucionou a indústria automobilística na primeira metade do século XX. criado por Henry Ford, que utilizou os princípios de padronização e simplificação de Frederick Taylor e desenvolveu outras técnicas avançadas para a época para pôr em prática na sua empresa “Ford Motor Company”. Consistia em organizar a linha de montagem de cada fábrica para produzir mais, controlando melhor as fontes de matérias-primas e de energia, os transportes, a formação da mão-de-obra, adotando os princípios da Intensificação, da Economia e da Produtividade. Jules Henri Fayol foi um engenheiro de minas francês e fundador da Teoria Clássica da Administração. Direcionou seu trabalho para a empresa como um todo, procurando cuidá-la de cima para baixo, ao contrário das idéias adotadas por Taylor e Ford. Sua visão, diferentemente de Taylor (trabalhador) e Ford (dono), foi a de um Gerente ou Diretor. É um dos principais contribuintes para o desenvolvimento do conhecimento administrativo moderno a "Gestão Administrativa" onde pela primeira vez falou-se em administração como disciplina e profissão, que por sua vez, poderia ser ensinada através de uma Teoria Geral da Administração. (Fonte: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). Acessado em Dez 2008)

cursos ligados ao pensamento filosófico, mas sim ligados ao mundo do trabalho. (BARRETO et al, 2004, p.20).

Afirma Dencker (2004):

“Existe uma estreita relação entre os cursos de turismo e o mercado o que muitas vezes tolhe a capacidade criativa do ensino universitário. A tentação de ‘treinar’ o aluno em práticas conhecidas é grande e soma-se à pressão das instituições de ensino para que o professor siga um conteúdo programático padronizado. Treinamento para o mercado e padronização de conteúdo são variáveis que interferem na formação de bacharéis em turismo comprometendo sua capacidade de decisão”. (DENCKER, 2004, p.65).

No Brasil, a educação superior em turismo tem início na década de setenta, quando surgem os primeiros cursos de graduação em turismo, em atendimento às necessidades desse mercado, bem como com a criação da EMBRATUR na década de sessenta.

Conhecimentos que poderiam ser ministrados em nível técnico ou de segundo grau passam a serem ministrados em nível superior; dessa forma, para se tornar competitivo no mercado, o profissional obrigatoriamente deve continuar os estudos em nível superior. Obviamente diminuindo-se o nível de exigência nos níveis básicos, forja-se a necessidade de continuar os estudos e com isso aumenta-se a busca por cursos superiores, conseqüentemente fortalecendo o ‘mercado’ educacional das faculdades.<sup>4</sup>

“No caso do curso de Turismo, dois fenômenos se processam em conjunto, o pedagógico e o social. Na maioria das instituições se ministra educação técnica e operacional (deslocada do ensino médio) idealiza-se a qualificação pelo “alto”, porque as pessoas acreditam que estão tendo ensino universitário quando estão recebendo capacitação

---

<sup>4</sup> Do ponto de vista social, a universidade tem significados que precisam ser resgatados historicamente para entender os problemas atuais que se pretende discutir quanto à especificidade dos cursos de turismo.

técnica. Ao mesmo tempo dá-se às pessoas o status de universitários e uma 'suposta' ascensão social. (BARRETO, 2006, p.29).

Os programas de ensino que abrangem o turismo, atualmente têm forte influência dos cursos ofertados por países como México e Espanha, fato relacionado pela importância desses países no contexto econômico até a década de oitenta, pois as primeiras propostas de estruturas curriculares apresentavam disciplinas com ênfase tecnicista em setores como Hotelaria e Agenciamento, e pouca influência de disciplinas nas áreas das Ciências Humanas, sendo aparente o objetivo de atender as exigências do mercado. (CRUZ, 2006).

Na década de noventa, mesmo com currículos técnicos, há mudanças quanto ao perfil profissional pretendido pelo mercado e conseqüentemente os currículos são mudados, havendo a introdução de disciplinas na área de ciências sociais, apresentando os princípios da interdisciplinaridade.

A normatização de currículos é motivo de disputa por competência administrativa em órgãos governamentais. O Conselho Federal de Educação estabelece que o currículo mínimo é o núcleo necessário de matérias, abaixo do qual, ficará comprometida uma adequada formação cultural e profissional. O currículo mínimo admite diversificação, contanto que haja uma parte fixa comum a todos os alunos. O currículo complementar é fixado pelo estabelecimento escolar “conforme as suas possibilidades, para atender a peculiaridades regionais, a diferenças individuais dos alunos e a expansão e atualização dos conhecimentos”.

Os membros da comissão de especialistas de ensino, nomeada para elaborar a proposta curricular dos cursos de turismo, propõe que a estrutura da oferta dos cursos poderá ser híbrida, havendo aproveitamento de créditos e pré-requisitos dentro de módulos, segundo três regimes de estudo possíveis: regime seriado anual, regime seriado semestral e regime modular, que deverão respeitar o contexto político, social, histórico, econômico e cultural no qual a IES está inserida e de acordo com a filosofia e a missão adotadas pela mesma.

O documento entregue ao Conselho Nacional de Educação, elaborado como sendo a proposta de diretrizes curriculares para os cursos de turismo, apresenta a estrutura: Perfil do Egresso, Competências e Habilidades, Tópicos de Estudo, Duração do Curso, Estágios e Atividades Complementares (teoria + prática) Reconhecimento de habilidades e competências extra-escolares, Estrutura geral do curso e Disciplinas de Teoria do Turismo.

Os cursos superiores então, devem formar profissionais capazes de atuar em condições dinâmicas de mercado. Para isso, os currículos são elaborados baseados em pesquisas de necessidades, em condições de qualidade acadêmica para o aluno e principalmente calcados nas novas tendências educacionais. Instituições que seguem os padrões e os paradigmas tradicionais estarão fadadas ao fracasso por formarem profissionais com competências ultrapassadas, as quais não atendem aos desafios atuais do mercado de trabalho. Cada vez mais são discutidas as reais qualificações de um Bacharel em Turismo e as Leis de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB Nr.9.394/1996) <sup>5</sup> abordam uma série de exigências e habilidades que exigem uma superprofissionalização do egresso.

De acordo com Degrazia (2004):

“Muitos autores consideram o ensino por competências a opção para a formação de um profissional capaz de se adaptar as mudanças constantes da economia. A questão da competência demonstra a vontade de alguns pensadores de mudar os paradigmas atuais propondo uma nova forma de ensinar apoiado no saber-fazer do aluno. Tudo que é novo pode ou não ter aceitação e aplicabilidade, porém as Instituições de Ensino devem adaptar-se as mudanças e aos desafios delas decorrentes”.(DEGRAZIA, 2004, p.3).

Para melhor compreensão do trabalho é apresentado pelo MEC, através das diretrizes curriculares dos cursos de turismo no Brasil, as definições, competências e habilidades, bem

---

<sup>5</sup> A Lei nº 9.394/96 promulgada em 20 de dezembro de 1996, sancionada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso e publicada no Diário Oficial da União em 23 de dezembro de 1996, estabeleceu as diretrizes e bases da educação nacional..

como a duração, os estágios e conceituação dos cursos de tecnologia e os de bacharelado em turismo e hotelaria.

Os cursos superiores de Turismo são questionados quanto às competências necessárias na formação, para justificar as exigências desta situação mercado e de ensino atual. A LDB (Leis de Diretrizes e Bases) da Educação Nacional são as diretrizes que regem a formação dos Cursos Superiores. Para o Turismo, a LDB apresenta aspectos antagônicos, apresentando dubiedade na compreensão das competências a serem desenvolvidas para formação do Turismólogo (SHIGUNOV, 2004, p.22), afirma que:

“A LDB - Leis de diretrizes e bases - da Educação Nacional, ao ter sua regulamentação e normas aprovadas durante os diferentes momentos históricos e políticos vivenciados, sempre expressou problemas complexos: 1) o caráter nacional da lei em face da autonomia real ou presumida dos estados-membros da República Federativa do Brasil; 2) o caráter nacional como questão político-antropológica; 3) o caráter polêmico e dicotômico entre o ensino público e o ensino privado; 4) o caráter provocativo da temática da igualdade”. (SHIGUNOV, 2004, p.28).

Nesse sentido, em virtude das exigências do mercado, a proposta das diretrizes curriculares prevê que o egresso dos cursos de graduação em turismo deverá apresentar um perfil comum (o perfil desejado) e perfis específicos admitidos. O perfil comum desejado do profissional a ser formado em turismo é o que proporcione uma formação generalista e particularizada, daí a importância das habilitações a serem oferecidas como opção aos alunos na sua formação.

O profissional formado pelos cursos de turismo deve possuir uma formação que contemple aspectos teóricos, práticos e éticos, visando o desenvolvimento de competências e habilidades gerais para que exerça de forma competente suas funções. Os especialistas acreditam que a formação teórica e prática seja adquirida durante o curso de graduação e pela

capacidade de ‘aprender a aprender’, pela habilidade em desenvolver trabalhos em equipe, adaptação a contextos novos, criatividade, liderança e poder de comunicação. É o novo perfil de profissional colocado pelo mercado, contingencial e de rápida duração, por outro lado, enfatiza-se a formação ética, uma vez que se espera desse profissional a consciência da cidadania, com sólidos princípios. Estes deverão estar voltados para o mercado, para o consumidor, para o ambiente natural e cultural dos locais, que se transformaram em pontos turísticos. (SHIGUNOV et MACIEL, 2004, p.44).

Portanto, pela análise do perfil desejado do profissional formado nos cursos de graduação em turismo, é possível afirmar que a proposta vem de pronto para atender ao mercado, exigindo um profissional que apresente sólida formação pautada em conhecimentos técnicos, em valores éticos e de cidadania, e principalmente que seja um profissional reflexivo.

As Instituições de ensino Superior poderão oferecer disciplinas com conhecimento de áreas afins e particularizadas em conhecimentos específicos, respeitadas as peculiaridades e os costumes regionais de onde estejam estabelecidas, daí a importância às ênfases a serem oferecidas como opção aos alunos na sua formação. É um projeto pedagógico ‘flexível’.

A apresentação geral das Leis de Diretrizes para o Curso de Turismo se faz necessária, para que se compreenda a análise que será feita dos currículos das duas faculdades que servirão de referência para esse estudo.

Em decorrência dos números crescentes dos cursos de Turismo e Hotelaria e demais cursos de graduação considerados “nichos” de mercado, faz-se fundamental o estabelecimento da avaliação da qualidade do ensino. Porém, é importante definir os princípios desse processo, pois a avaliação pode ser pensada sob os interesses individuais das instituições ou através de interesses sociais, com vistas a garantir a qualidade social do turismo, seja ele ofertado por instituições públicas ou privadas. (CRUZ, 2006).

A organização curricular do curso de graduação em Turismo estabelece através do Art. 6º as condições para a sua efetiva conclusão e integralização curricular, de acordo com os seguintes regimes acadêmicos que as Instituições de Ensino Superior adotarem: regime seriado anual; regime seriado semestral; sistema de créditos com matrícula por disciplina ou por módulos acadêmicos com a adoção de pré-requisitos.

Uma IE pode optar por dupla terminalidade. O programa de Tecnologia em Turismo poderá ocorrer em 5 semestres e ser parte integrante de um programa maior destinado ao bacharelado em 8 semestres. Assim a composição do curso de tecnólogo é a parte operacional do curso de bacharelado. Ambos cursos exigem a conclusão do ensino médio, mas apresentam finalidades diferentes. Para a formação de tecnólogo a carga horária total do curso propõe 2.300 horas aulas mínimas aproveitadas, com duração de 2 anos e 10% de horas para estágios. Já o curso de bacharelado prepara o profissional para atuarem no planejamento, gestão, pesquisa e docência na área de turismo, Propõe se 3000 horas mínimas de aulas com duração mínima de 4 anos, computados os 10% horas de estágio. Por outro lado, a formação de bacharel em turismo com habilitação serão destinadas 2.520 horas mínimas aproveitadas com disciplinas oriundas de conteúdo básico e de conteúdo específico, acrescidas de 480 horas mínimas aproveitadas com disciplinas de conteúdo específico profissional.

Vale salientar que através do novo parecer do Conselho Nacional de Educação nº 13 de 24 de novembro de 2006, se institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo e outras providências, entre elas, através do Art. 11, onde se estabelece que as IEs podem diminuir a carga horária do curso de graduação. Esse tema é estabelecido em Resolução Específica da Câmara de Educação Superior, ou seja, é negociado particularmente com cada IE.

Os perfis específicos admitidos de formados nos cursos de turismo devem contemplar, além das competências estabelecidas em diretrizes, desenvolver habilidades para atender ao mercado turístico.

“É evidente que as Diretrizes Curriculares Nacionais, longe de serem consideradas como um corpo normativo, rígido e engessado, a se confundirem com os antigos Currículos Mínimos Profissionalizantes, objetivam, ao contrário, servir de referência para as instituições na organização de seus programas de formação, permitindo flexibilidade e priorização de áreas de conhecimento na construção dos currículos plenos. Devem induzir à criação de diferentes formações e habilitações para cada área do conhecimento, possibilitando ainda definirem **múltiplos perfis profissionais**, garantindo uma maior diversidade de carreiras, promovendo a integração do ensino de graduação com a pós-graduação, **privilegiando, no perfil de seus formandos, as competências intelectuais que reflitam a heterogeneidade das demandas sociais**”. (MEC, Diretrizes Curriculares para o Curso de Turismo, 2008)

No entanto, através do Art. 4º, o curso de graduação em Turismo também deve possibilitar a formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

- I - compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais.
- XVII - compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;
- XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.

Ou seja, as intenções dos artigos especificados se voltam totalmente para o intuito social da atuação profissional do bacharel.

De acordo com as diretrizes curriculares, no seu Art. 5º, os cursos de graduação em Turismo deverão contemplar, em seus projetos pedagógicos e em sua organização curricular, os seguintes campos interligados de formação para comporem a grade curricular dos cursos de turismo são de dois tipos: conteúdos básicos e conteúdos específicos.

As disciplinas de conteúdos básicos são aquelas que trazem os fundamentos necessários, para a formação do profissional em turismo com o desenvolvimento da capacidade reflexiva. Enquadram-se as matérias que fornecem conhecimentos de ordem sociológica, psicológica, antropológica, filosófica, histórica, geográfica, cultural e artística, sem, no entanto perderem as especificidades nacionais e regionais do local onde é ministrado o curso.

As disciplinas de conteúdo específico são aquelas que proporcionam conhecimentos de ordem prática, como línguas estrangeiras, planejamento e organização, teoria geral, marketing, eventos, lazer, meios de hospedagem, alimentos e bebidas, etc. Possibilitando que os alunos tenham contato direto com as atividades que compõem as atribuições profissionais do bacharel em turismo.

Os estágios e atividades práticas também são indispensáveis para a formação profissional, nesse sentido, cabem as IEs proporem estágios profissionais ou de pesquisa aos alunos.

Dessa forma, após a apresentação de um breve perfil do curso de turismo, poder-se-á examinar de melhor forma, através de análise comparativa, os currículos das universidades A (que apresenta um currículo do curso de turismo voltado à formação humanística), e da Universidade B (que apresenta um perfil mercantil de massa), e com isso, verificar se as

faculdades de turismo apresentam em seus currículos através das ementas, conteúdos que supram as competências necessárias para a formação e atuação do profissional no campo social.

A idéia é compreender a influência e as conseqüências das competências adquiridas (ou não) através dessas disciplinas, principalmente dentro da atuação profissional desses alunos, com o intuito de entender e identificar maiores possibilidades de sua atuação na sociedade.

Pretende-se com esses resultados chegar ao entendimento, de qual tipo de profissional essas instituições estão preparando.

### **3.1 As universidades pesquisadas**

A proposta de analisar duas instituições educacionais de ensino superior, uma que se denomina ‘de massa’ e outra ‘humanística’, é necessária, para identificar as diferenças na formação dos alunos das faculdades de turismo, no que tange especificamente a sua base social.

Dessa forma, a análise de ementas e da estruturação curricular de duas faculdades, que deveriam se basear nas diretrizes curriculares do curso de turismo, auxiliará na averiguação se ambas possuem referenciais de qualidade e podem formar competências aos alunos nos âmbitos das Ciências Sociais ligadas ao turismo.

Os resultados encontrados serão confrontados com a dinâmica desse mercado de trabalho, através das respostas dos questionários com os profissionais e egressos, a fim de averiguar as dificuldades e facilidades encontradas para a inserção nesse mercado, bem como a gestão, os resultados e às habilidades exigidas pelas empresas, onde as ações e planejamentos sociais são específicos do turismo.

### 3.2. O curso de turismo com ênfase humanística. Universidade A

O curso de Turismo da Universidade A, por meio da Faculdade de Ciências Sociais, teve início em 1999 e é oferecido em um dos seus campus localizado em São Paulo.

A Universidade A sempre teve como prioridade formar um bacharel, um profissional que englobe na sua formação, a visão humanística e global do mundo que o norteia e os conhecimentos técnicos e científicos, que o habilite a gerir de forma inovadora e ética as empresas e instituições que compõe o *trade* turístico. Busca capacitá-lo a problematizar o significado e a prática da economia turística, a planejar e gerenciar empreendimentos, prestar serviços de assessoria técnica e propor intervenções que visem ações turísticas econômico-social e ambientalmente sustentáveis.

A faculdade teve um primeiro currículo que privilegiou a formação técnica e acadêmica de forma diferenciada.

O Curso de início ofereceu vagas nos turnos matutino e noturno, com estruturação semestral de 8 semestres (4 anos). O currículo contemplava um conjunto de disciplinas básicas e obrigatórias para todos os alunos, a serem cursadas nos 6 primeiros semestres (3 anos). Esse conjunto de disciplinas abrangia diversas áreas do conhecimento, compreendendo Antropologia, Sociologia, Política, Economia, Administração, Direito, Comunicação, Arte, História e Geografia. Nos dois últimos semestres o aluno deveria optar por, pelo menos, uma das áreas de concentração, constituída por um conjunto de disciplinas específicas, voltadas para uma formação mais especializada.

As áreas de concentração oferecidas foram:

*Turno Matutino:*

\* Gestão hoteleira, logística de transporte e agenciamento de viagens

\* Ecoturismo

*Turno Noturno:*

\* Turismo cultural e de eventos

\* Planejamento e gestão turística de cidades

Compunham, também, o currículo atividades práticas, realizadas por meio de convênios junto a instituições e empresas dos setores ligados ao turismo. A prática de estágio curricular era obrigatória. Como exigência curricular, o aluno também deveria comprovar habilidades em língua estrangeira – capacidade de compreensão e produção oral e escrita em inglês e espanhol.

Essa concepção interdisciplinar do curso pretendia garantir ao aluno a formação, capacitação, treinamento e aprimoramento de seus conhecimentos, mediante a reflexão sobre os fenômenos turísticos em sua complexidade, a fim de identificar potencialidades e demandas turísticas para o desenvolvimento de produtos, de operação e gestão responsáveis no mercado e do planejamento integrado de atividades de lazer e turismo em consonância à preservação da biodiversidade e da sociodiversidade.

A base generalista era essencial, mas a formação específica permitiu ao profissional escolher sua especialização, para melhor atuar em uma das tantas áreas do turismo como: entidades públicas e privadas, organizações não-governamentais e de comunicação, nas seguintes áreas: elaboração de políticas de turismo nas organizações internacionais, nacionais, estaduais e municipais; elaboração de projetos de intervenção em áreas de interesse ambiental; planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira de empreendimentos e projetos turísticos; elaboração de estudos de mercado turístico; análise e avaliação dos impactos positivos e negativos de atividades turísticas; planejamento e operacionalização de cursos e treinamentos nos diversos segmentos de mercado; gestão da

infra-estrutura de turismo em suas três vertentes: hospedagem, alimentação e transporte, bem como no agenciamento de viagens; planejamento e gestão de produtos e serviços turísticos; desenvolvimento de estudos e pesquisas aplicadas à área de turismo.

O que ratifica a afirmação de Barreto (2004):

“Há fenômenos sociais de complexidade, dimensão e diversificação tais que tornam difícil pensar em ‘um’ único específico profissional. O turismo gera empregos, porém deve-se reconhecer que é quase impossível que todas as funções ligadas ao turismo sejam exercidas por pessoas com uma mesma formação generalizada”. (BARRETO et al, 2004, p.36-37).

Hoje, a Universidade A espera que o curso capacite teórica, técnica e eticamente o bacharel em turismo quanto a:

- Colaborar na elaboração de Políticas das Organizações Internacionais, Nacionais e Planos Municipal e Estadual de Turismo;
- Elaborar o planejamento do espaço turístico e identificar potencialidades turísticas;
- Planejar e operacionalizar estudos de viabilidade econômico-financeira de empreendimentos e projetos turísticos;
- Identificar, analisar e avaliar os impactos positivos e negativos de atividades turísticas em locais e comunidades determinadas;
- Elaborar estudos de mercado turístico;
- Planejar e ministrar cursos e treinamentos nos vários segmentos do mercado;
- Produzir pesquisas que subsidiem a formatação de produtos turísticos;
- Planejar, organizar, implantar e gerir programas de desenvolvimento turísticos de destinações e empreendimentos turísticos.
- Utilizar e desenvolver métodos e técnicas científicas, em estudos e pesquisas aplicadas à área de Turismo. <sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Fonte: Site da Instituição A. Acessado em 12/01/2009

O Curso possui um Núcleo de Pesquisas em Turismo sediado em um espaço específico, que funciona nos três períodos (manhã, tarde e noite), com estagiários de plantão. Dispõem de computadores, biblioteca própria e equipamentos diversos, necessários aos trabalhos de campo. Aglutina atividades de pesquisa dos professores e alunos do curso.

Os estágios são obrigatórios a partir do 3º ano. Por meio de convênios com entidades ligadas ao turismo, os alunos participam de atividades práticas, simulando as situações que irão enfrentar mais tarde.

A Universidade A como instituição de referência para pesquisa, sempre incentivou seus alunos. O curso oferece condições para os alunos desenvolverem Projetos de Iniciação Científica, dentro dos diversos campos turísticos do mercado de trabalho, auxiliando para isso o laboratório, onde se utilizam os recursos do Núcleo de Apoio Tecnológico ao Ensino-Pesquisa-Extensão da Faculdade de Ciências Sociais.

Em Novembro de 2006, através da RESOLUÇÃO Nº 13, se instituiu as novas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo.<sup>7</sup> Entre elas, o Artigo 2º onde se estabelece a organização do curso através do seu Projeto Pedagógico, abrangendo o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, a monografia, o projeto de iniciação científica ou o projeto de atividade como Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, componente opcional da IES, além do regime acadêmico de oferta e de outros aspectos que tornem consistente o projeto pedagógico.

Dessa forma, a fim de adaptar o curso às novas diretrizes, que de acordo com o § 2º o projeto pedagógico pode admitir Linhas de Formação Específicas, direcionou o curso para diferentes áreas ocupacionais relacionadas com o turismo, abrangendo segmentos como os ecológicos e ambientais, econômicos, culturais, de lazer, de intercâmbio de negócios e

---

<sup>7</sup> Resolução CNE/CES 13/2006. Diário Oficial da União, Brasília, 28 de novembro de 2006, Seção 1, p. 96.

promoção de eventos e serviços, para melhor atender as necessidades do perfil profissional que o mercado ou a região exigirem, para enfrentar um mercado mais flexível e competitivo das faculdades e as mudanças na política e economia do turismo, que impuseram novos desafios aos bacharéis, a universidade A formou um grupo de estudos interdisciplinares através de seus docentes e conselheiros, para reavaliar e propor as mudanças curriculares necessárias.

O aluno formado pela universidade A ainda é um profissional que possui uma base social humanística sólida, capaz de atuar em diferentes segmentos do Turismo, porém a configuração atual do curso de turismo, resultado dessa reestruturação, tornou um curso mais voltado a práticas e laboratórios. O curso continua tendo oito semestres (quatro anos), mas diminuíram-se as disciplinas optativas, pois o curso agora possui uma matriz curricular única, além de ser oferecido somente no período noturno.

O currículo atualmente é constituído por um conjunto de disciplinas obrigatórias de conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos, que abrange diversas áreas do conhecimento, como: Antropologia, Sociologia, Política, Economia, Administração, Direito, Comunicação, Arte, História e Geografia, a disciplina de Teologia é comum a todos os cursos de graduação da universidade A.

Nos três primeiros anos do curso são realizados trabalhos pedagógicos interdisciplinares norteados por eixos condutores distribuídos da seguinte forma:

- 1º ano – Aprimoramento de Competências e Habilidades;
- 2º ano – Interfaces do Turismo;
- 3º ano – Planejamento do Turismo;

No 4º ano o aluno elabora um Projeto de Intervenção Turística – PIT, que equivale ao Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, onde se escolhe um segmento da atividade turística para desenvolver sua pesquisa.

No entanto, como mencionado, uma das maiores alterações do curso, de acordo com o próprio site informativo da instituição :

“As Atividades Complementares são componentes curriculares que privilegiam o aperfeiçoamento de competências do aluno, aproximando-o, cada vez mais, do conhecimento crítico e da intervenção na realidade a qual atuará. São consideradas como Atividades Complementares: projetos de pesquisa; iniciação científica; monitoria; viagens de estudo; visitas técnicas em serviços e equipamentos turísticos; apresentação de trabalhos em eventos acadêmicos entre outras”.

A prática de estágio curricular é obrigatória e o aluno também comprova habilidades em uma língua estrangeira, por meio de exames que são realizados pela universidade durante o curso.

Atualmente o curso de turismo funciona com duas matrizes curriculares paralelas.

A antiga, implantada antes da reestruturação de 2006 e a atual, onde essa pesquisa se baseia. O currículo antigo ainda se encerrará no 2º semestre de 2010, por isso as matérias optativas podem e devem ser cursadas, quando para complementação de créditos, nas faculdades específicas dessas disciplinas.

Exemplo: A disciplina ‘Estado, Políticas Públicas e Turismo’ existia no currículo antigo e não existe mais no atual, porém ainda há alunos (que se formarão em 2010) baseados na matriz curricular antiga, dessa forma eles foram no 2º semestre de 2008, obrigados a cursarem a disciplina de ‘Política III’ na turma e faculdade de Relações Internacionais, e assim ocorreu sucessivamente com as disciplinas de ‘Pesquisa e Turismo’, ‘Regionalização e Geografia Política’ entre outras. Essa alteração curricular não impede que o turismólogo formado pela universidade A tenha uma formação ética, cidadã, apto a trabalhar com as realidades sociais, além da formação técnica no turismo.

### 3.2.1. Plano curricular e ementa do curso de turismo da Universidade A

A ementa do curso de turismo:

*“Aliar uma visão humanística e global a uma sólida, competente e crítica experiência técnica-científica, que habilite o aluno a tomar decisões de forma responsável e ética. Capacitá-lo a problematizar o significado e a prática da indústria do turismo, a planejar e gerenciar empreendimentos, prestar serviços de assessoria técnica e propor intervenções que visem ações turísticas econômico-social e ambientalmente sustentáveis”.* (Material pedagógico da coordenação do curso de Turismo da Universidade A, 2008).

A estrutura curricular do curso foi pensada no sentido de garantir aos alunos oportunidades de formação, capacitação e aprimoramento de seus conhecimentos mediante conteúdos teórico-práticos - estudos realizados nos respectivos espaços de fluxo turístico compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios - e reflexão teórica sobre o fenômeno turístico em seus diferentes contextos históricos e em suas diversas inter-relações.

## **MATRIZ CURRICULAR**

**Quadro: 3.1 Matriz Curricular Universidade A**

<b>1º SEMESTRE</b>	<b>2º SEMESTRE</b>
Fundamentos do Turismo I	Fundamentos do Turismo II
Sociedade Contemporânea: Lazer e Turismo	Turismo e Meio Ambiente e Sociedade
Antropologia e diversidade Humana	Introdução ao Pensamento Teológico II
História Viagens e Viajantes	Fundamentos Geográficos: Leitura das Paisagens
Introdução a Psicologia	Meios de Hospedagem
Introdução ao Pensamento Teológico I	Trabalho de Campo II
Trabalho de Campo I	
<b>3º SEMESTRE</b>	<b>4º SEMESTRE</b>
Cartografia e Processamento de Imagens	Macroeconomia aplicada ao Turismo
Microeconomia do Turismo	Agência de Turismo
Teorometria	Planejamento e Organização do Turismo I
História, Memória e Patrimônio	Fundamentos Geográficos: Brasil
Meios de Transportes	Legislação de Interesse ao Turismo
Trabalho de Campo III	Trabalho de Campo IV
<b>5º SEMESTRE</b>	<b>6º SEMESTRE</b>
Planejamento e Organização do Turismo II	Estratégia de Comunicação Mercadológica
Relações Internacionais e o Turismo contemporâneo	Cultura, Mercado e Globalização
História da Arte	Planejamento e Organização de Eventos
Impacto Ambiental e Turismo	Ética
Administração aplicada ao Turismo	Projeto Turístico: elaboração e avaliação
Trabalho de Campo V	Trabalho de Campo VI
<b>7º SEMESTRE</b>	<b>8º SEMESTRE</b>
Gestão de Empresas Turísticas	Gestão de Recursos Humanos
Eventos, Manifestações Culturais e Turismo	Patrimônio Cultural e Museologia
Turismo e Meio Físico	Turismo e Gestão Municipal
Planejamento Urbano	Identidades, Cultura e Turismo
Projeto de Intervenção Turística I	Projeto de Intervenção Turística II

## ***EMENTAS***

### **1º SEMESTRE**

- *SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: LAZER E TURISMO*

O turismo, o turista e o lazer enquanto problemática sociológica das sociedades modernas; o turismo enquanto atividade econômica e social e o turista enquanto ator social; as práticas do turismo associadas ao processo de acumulação e a finitude da natureza; relação entre trabalho e lazer; a noção de tempo social e de tempo livre; a relação entre turismo e lazer em seus diferentes aspectos sociológicos.

- *ANTROPOLOGIA E DIVERSIDADE HUMANA*

Reflexão sobre questões gerais e específicas da unidade e variabilidade do homem no tempo e no espaço, aprofundando a temática da cultura, diversidade cultural e étnica, e de construção das diferenças como forma de conhecimento do outro e de si mesmo.

- *INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA*

Compreensão do turismo como fenômeno psicossocial, a partir da discussão das atividades turísticas como prática social, na medida em que se inserem em redes de significados intersubjetivamente construídas e se dão como vivência compartilhada.

- *INTRODUÇÃO AO PENSAMENTO TEOLÓGICO I – IPT I*

Caracterização histórica do tema da construção do humano – dos valores, do sagrado e do discurso teológico – a partir de uma fundamentação baseada nos referenciais da Teologia e das Ciências da Religião.

### **2º SEMESTRE**

- *TURISMO, MEIO AMBIENTE E SOCIEDADE.*

Compreensão da relação entre Turismo, Meio Ambiente e Sociedade, abordando as dimensões ambientais e, portanto ecológica, econômica, social, cultural e política associada às atividades turísticas; estudo do universo conceitual que fundamenta o debate sócio-ambiental contemporâneo, as questões do desenvolvimento social, o processo de mudança social e cultural.

- *INTRODUÇÃO AO PENSAMENTO TEOLÓGICO II – IPT II*

Problematiza as relações entre religião e turismo por meio das seguintes chaves: antropológica, pela dimensão do desejo e sua expressão lúdico-utópica; cultural, pela

diversidade religiosa, suas relações com a história e a formação dos povos; econômica, através da geografia das peregrinações e a indústria do turismo.

• *FUNDAMENTOS GEOGRÁFICOS: LEITURA DAS PAISAGENS*

Desenvolvimento de métodos e reflexões sobre a relação da paisagem com o turismo, que ultrapasse as singularidades disciplinares e subsidie os planejadores. Exploração de alguns significados de base, tais, como: geográfico, ambiental, histórico, cultural, mercadológico, perceptivo e ainda as expectativas e o comportamento do homem, momentaneamente convertido em turista. Promoção da leitura das paisagens, pelo treinamento das funções mentais: percepção, registro, interpretação, ordenamento, discurso e representação. Consideração das paisagens como produtos de configurações geográficas.

**5º SEMESTRE**

• *RELAÇÕES INTERNACIONAIS E O TURISMO CONTEMPORÂNEO*

Compreensão da importância das relações entre os países para a circulação dos grupos sociais por meio das fronteiras nacionais. Discussão da questão das fronteiras, a política internacional no Século XX, as transformações do capitalismo, o papel das organizações internacionais, os acordos e tratados firmados entre as nações, o significado de globalização, dentre outros.

**6º SEMESTRE**

• *CULTURA, MERCADO E GLOBALIZAÇÃO.*

Estabelecimento de referências teóricas e históricas para a compreensão do desenvolvimento da cultura moderna, o entrelaçamento entre arte, cultura popular, de massa e a lógica do mercado. Estudo do diálogo entre o “local” e o “global” no contexto das sociedades em que o turismo e o lazer são alçados à condição de práticas presentes na vida cotidiana. Discussão das noções de homogeneização e fragmentação, mundialização e tradição, modernidade e pós-modernidade.

• *ÉTICA*

Relação homem-mundo na atividade turística. Diversidade dos espaços geográficos e culturais e a descoberta que o ser humano faz do mundo e do seu autoconhecimento. A noção de ‘ethos’ e as diferentes formas de agir, adotadas pelos seres humanos de várias partes do mundo. Ética como universalidade do dever ser, a ser alcançada a partir da diversidade dos hábitos e costumes dos diferentes povos e diferentes estágios culturais.

## **7º SEMESTRE**

- *EVENTOS, MANIFESTAÇÕES CULTURAIS E TURISMO.*

Fornecimento de instrumental teórico e refletir criticamente acerca das produções étnico-culturais, religiosas, cívicas, políticas e históricas ligadas às festividades, celebrações, ritos coletivos, atos, paradas, festivais, exposições que permita ao profissional da área compreender e atuar sobre estas manifestações.

## **8º SEMESTRE**

- *IDENTIDADES, CULTURA E TURISMO.*

Análise das diferenças étnico-culturais, geracionais, profissionais, de gênero, de classes sociais, enquanto variáveis constitutivas do gosto, consumo, “ethos” e identidades que interferem diretamente nas práticas de lazer e de turismo das populações envolvidas. Desenvolvimento de reflexões teóricas-práticas acerca da segmentação turística das bases consumidoras, turismo e inclusão social, turismo e acessibilidade, turismo e segmentos específicos. Conhecimento das dimensões do pluralismo cultural, as questões inerentes à afirmação, revalorização e reinvenção de identidades e da possibilidade dada pelo turismo de construção de uma perspectiva política efetivamente inclusiva dos diversos grupos culturais não hegemônicos (étnicos, raciais, regionais, religiosos etc.).

- *PATRIMÔNIO CULTURAL E MUSEOLOGIA*

Problematização das noções de patrimônio histórico-cultural de memória e de preservação. Reflexão crítica sobre as formas de objetivação da cultura: coleções e acervos museológicos, públicos e privados, monumentos arquitetônicos, parques e espaços públicos - paisagísticos, ritos coletivos e símbolos comuns. Identificação, interpretação e atualização da gestão crítica das atrações políticas relacionadas à memória e ao patrimônio. Turismo e promoção cultural.

### **3.3. O curso de turismo com ênfase mercadológica. Universidade B.**

Este estudo foi conduzido em uma faculdade filantrópica localizada na cidade de São Paulo. \* Alguns dados foram retirados do material promocional da universidade, outros foram coletados através do cadastro das Instituições de Educação Superior – INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, por isso é importante frisar que algumas informações divulgadas pela instituição, usadas como fonte, não correspondem com o atual registro da mesma no Ministério da Educação, mas foram respeitadas.

A instituição foi organizada academicamente como Universidade, com categoria administrativa de “filantrópica”, porque divulga o compromisso de se inserir no cotidiano das comunidades onde está localizada, desenvolvendo atividades que também servem como campos de pesquisa e extensão para seus alunos. Por meio desses programas são realizados atendimentos gratuitos à população divulgando o nome da instituição na sociedade.

A faculdade foi fundada em 1969 e iniciou suas atividades no bairro de Moema, zona sul de São Paulo, por intermédio da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, mantida pela Associação Princesa Isabel de Educação e Cultura (APIEC). O primeiro curso oferecido foi o de pedagogia, reconhecido pelos Decretos Federais números 73.914/71 e 77.414/76.

Atualmente, a Universidade reúne cerca de 11 mil estudantes, concentrados em 21 graduações, além de 23 cursos de graduação tecnológica, cursos de extensão e programas de pós-graduação, *stricto* e *lato sensu*, reconhecidos pelo CAPES.

Seu corpo docente é composto de mais de 56% de mestres e doutores. A instituição abriga dois campus na cidade de São Paulo e sua infra-estrutura compreende mais de 40 ambientes, entre clínicas, laboratórios e escritórios. O curso de turismo iniciou no ano de

---

\* Não foram mencionados os nomes das instituições de ensino escolhidas, respeitando os preceitos que regem as pesquisas científicas. (N.A.)

1997, porém só foi reconhecido através da portaria do MEC 515 em 27/02/2002 e renovado em 2005 pela portaria 3.683 de 17/10/2005.

Algumas constatações sobre sua estrutura.

O curso está alocado no “Núcleo de Negócios” da Universidade, como será especificado posteriormente. A modalidade do curso está registrada no Ministério da Educação como ‘presencial’, porém seu curso é híbrido, porque também se estrutura em aulas ‘semipresenciais’.

Atualmente é oferecido em 6 semestres (3 anos) nos turnos matutino e noturno, oferecendo 80 vagas no período matutino e 80 no período noturno. O aluno se gradua como Bacharel em Turismo. Sendo um curso interdisciplinar, apenas alguns professores são do curso de turismo. Os restantes vêm de outras unidades da universidade para ministrar as aulas das diversas disciplinas; nas da área de turismo há apenas dois mestres (sendo um o coordenador) e os restantes são professores bacharéis ou tecnólogos.

A instituição deixa claro que o curso de turismo está alocado no Núcleo de Negócios da Universidade, pois a idéia é que *“o que conta na matriz curricular são diferenciais que lhe assegurarão o desenvolvimento do senso empreendedor, fundamental para quem irá operar num mercado cada vez mais exigente e variado, lidando com expectativas e padrões de consumo dos mais diferentes níveis”* (Site da Instituição. Acessado em Janeiro de 2009).

A instituição divulga o curso de turismo absolutamente dentro dos padrões mercadológicos, conforme texto promocional da própria instituição:

“Inegavelmente, o Brasil é um dos países com maior potencial turístico de todo o planeta [...] De acordo com a Embratur, em 2007, mais de 330 hotéis, resorts e flats serão erguidos por importantes grupos empresariais, na maioria estrangeiros, com uma previsão de US\$ 6 bilhões injetados na economia do país, nos próximos três anos. Segunda maior cidade do mundo e centro econômico da América Latina, São Paulo, em particular, é conhecida como a

capital do turismo de negócios. São quase 500 mil empregos (diretos e indiretos) gerados por esta indústria que apresenta faturamento anual estimado em R\$ 8 bilhões, movimentando 52 setores da nossa economia. [...] Inserido neste contexto, o bacharel em Turismo formado pela Universidade precisa estar atento a tal realidade, tornando-se gabaritado a identificar e explorar novas oportunidades”. (Site da Instituição. Acessado em Janeiro de 2009).

A universidade possui um projeto diferenciado, em 2007 a instituição colocou em prática um projeto pedagógico que visa trabalhar a interdisciplinaridade. A instituição afirma que “[...] certamente vai ao encontro daquilo que o mercado de trabalho contemporâneo requer”.

Um estudante do curso de odontologia, por exemplo, adquire conhecimentos em formação política, ou então, um futuro pedagogo assiste aula sobre as novas tecnologias da informação e ferramentas computacionais.

Ao ingressar na faculdade, os alunos contam no currículo com disciplinas que falam sobre solução criativa de problemas, cidadania, empreendedorismo, comunicação e expressão, informática, dentre outras. Essas disciplinas fazem parte do “Eixo de Formação Geral” e encontram-se distribuídas ao longo dos semestres de todas as graduações.

Ao término dessa formação geral, a faculdade informa:

“O aluno sente-se mais seguro com relação à carreira escolhida, ao modo como irá atuar no mercado de trabalho, ou mesmo, mais confiante para abrir seu próprio negócio e buscar oportunidades de emprego em grandes corporações”. (Site da Instituição. Acessado em Janeiro de 2009).

Paralelamente a este conjunto de disciplinas, o aluno ainda não toma contato com os conhecimentos relacionados à área onde se encontra inseridos a carreira pela qual optou. Estudantes de um mesmo núcleo de formação cursarão matérias do chamado “Eixo de Formação Básica”, que realmente promove uma maior interatividade entre as graduações. As

matérias desse eixo visam à formação profissional, para se conscientizar sobre todos os recursos que poderá dispor nos ambientes em que for atuar, além de promover uma maior integração entre os estudantes, estimulando o trabalho em equipe e o respeito às diversidades.

Cursos na área de saúde, como odontologia, psicologia, enfermagem e fisioterapia, por exemplo, contam na matriz curricular com disciplinas comuns que versam sobre as políticas públicas de investimento para o setor e questões de saúde coletiva.

Por fim, existe ainda o “Eixo de Formação Específica”, representado por um conjunto de matérias estritamente relacionadas à carreira escolhida. Esse rol de disciplinas abrange a maior parte da grade curricular e será efetivamente responsável pelo conhecimento "técnico" do futuro profissional.

A instituição passou a oferecer as disciplinas específicas dentro de núcleos de formação. É divulgado como um processo de integração disponibilizado pelas disciplinas e maleabilidade dos cursos, no entanto, é uma forma da instituição também economizar em horas-aula de professores e dimensionar os cursos, quando algumas turmas poderiam estar vazias de alunos.

A justificativa maior da instituição ainda é a questão do mercado, como se verifica na matéria promocional do curso:

“Durante muito tempo, acreditou-se que para um profissional desenvolver uma carreira bem sucedida seriam necessários atributos como dedicação, lealdade e paciência. No início dos anos 80, com a crise econômica, o surgimento da globalização e o conseqüente enxugamento dos quadros funcionais, centenas destes ‘leais’ trabalhadores foram dispensados das empresas. A estrutura do organograma foi desverticalizada e o mercado passou a conceder emprego aos que detinham competências mais pluralistas, ou seja, que mostrassem ter uma visão de mundo mais abrangente e pudessem ‘flutuar’ por diversas áreas dentro da própria organização. Partindo desses princípios, a Universidade decidiu agrupar seus cursos de graduação em núcleos. Essa reunião possibilita uma maior integração

entre os conhecimentos disponibilizados por cada carreira, compartilhando informações e auxiliando no desenvolvimento do raciocínio lógico e da criticidade. O aluno torna-se um profissional com uma visão mais abrangente quanto ao modelo de negócio do qual participa e isso lhe permite influenciar positivamente na tomada de decisões, além de agregar maior valor nas discussões corporativas das quais é convidado a participar”. (Site da Instituição. Acessado em Janeiro de 2009).

Através de explicativa da secretaria da coordenação do curso:

“Para assegurar uma sintonia entre ensino e mercado, todo o projeto do curso foi desenvolvido ouvindo-se o próprio segmento empresarial. Ouvir o mercado se torna, portanto, uma constante para nós, para que o curso de Turismo esteja ajustado às mudanças frequentes nesse ramo da nossa economia. Nós nos baseamos nas diretrizes curriculares, oferecendo ao aluno um curso voltado à área de negócios”. (SIC - Secretária da Coordenação do Curso de Turismo por telefone. Registrado em Janeiro de 2009)

Os cursos da instituição foram agrupados em quatro grandes núcleos do conhecimento: Educação, Negócios, Saúde e Tecnologia.



#### **Núcleo de Saúde**

Biomedicina  
Odontologia  
Psicologia  
Fisioterapia  
Enfermagem

#### **Núcleo de Tecnologia**

Arquitetura e Urbanismo  
Ciência da Computação  
Sistemas de Informação

#### **Núcleo de Educação**

Letras  
Pedagogia  
Matemática (Licenciatura)  
Química (Licenciatura)  
Educação Física  
(Licenciatura)  
Ciências Biológicas  
Geografia  
História

#### **Núcleo de Negócios**

Administração  
Direito  
Ciências Contábeis  
Turismo  
Comunicação Social  
(Habilitação em  
Publicidade e  
Propaganda)

Quanto à questão das aulas semipresenciais. As disciplinas sob a modalidade semipresencial estão alocadas nos eixos de “Formação Geral” e de “Formação Básica”.

O primeiro eixo contribui para estruturar a chamada “bagagem humanística do cidadão” e agrupa assuntos que abordam solução criativa de problemas, empreendedorismo, formação política, leitura e redação, estudos antropológicos e sociológicos, novas tecnologias da informação, dentre outras temáticas que se encontram distribuídas ao longo dos semestres.

Já o segundo eixo, diz respeito aos conhecimentos vinculados à área em que se encontra inserida a carreira pela qual o estudante optou. Assim, como já mencionado, os alunos de um mesmo núcleo de formação cursarão matérias em comum, o que na prática promove maior interatividade entre as graduações e um intercâmbio entre os estudos e projetos de pesquisa.

"Nossa preocupação é permitir que o aluno, desde os primeiros semestres, já curse disciplinas específicas do seu curso. Por isso, as matérias que integram os eixos serão ministradas simultaneamente. Queremos uma matriz curricular flexível e não modular. O estudante deve tomar contato desde início com especificidades do curso que escolheu, até mesmo para poder avaliar sua opção". (SIC - Altair A., Pró-reitora de Graduação da universidade B.)<sup>8</sup>

No entanto, através do “Núcleo de Educação à Distância” (NEad) que ministra aulas à distância de disciplinas dos eixos mencionados, a intenção maior é :

“[...] a missão de adaptar o aluno a realidade, desenvolvendo ferramentas que são essenciais para unir harmonicamente os métodos presenciais e semipresenciais de ensino, dentro de um projeto pedagógico moderno e compatível com nossa realidade de mercado”. (SIC - Secretária da Coordenação do Curso de Turismo por telefone. Registrado em Janeiro de 2009).

---

<sup>8</sup> [http://www.tramaweb.com.br/cliente\\_ver.aspx?ClienteID=174&NoticiaID=3605](http://www.tramaweb.com.br/cliente_ver.aspx?ClienteID=174&NoticiaID=3605) Fonte: Site da assessoria de imprensa da instituição B.

Por intermédio de atividades orientadas, como leituras e trabalhos desenvolvidos longe do espaço físico da sala de aula, os estudantes aprendem a lidar com as ferramentas tecnológicas, administrando processos à distância. Alegam que essa forma de educação não causa qualquer prejuízo à formação dos alunos.

Ratificam a necessidade de aulas à distância e não presenciais, através da afirmação:

“[...] não dá para imaginar o futuro profissional trabalhando em um mundo limitado apenas a contatos presenciais. Hoje, tudo gira sob o formato virtual e saber se expressar, comunicar e adquirir conhecimento também por esse novo caminho é a chave para quem deseja se inserir no mercado”. (Site da Instituição. Acessado em Janeiro de 2009).

Informam que de acordo com a empresa E-bit, que faz o acompanhamento do comércio eletrônico nacional, o volume de transações no varejo feitas pela Internet cresceu 46%, também que a maioria das tomadas de decisões envolvem e acontecem pela Internet, reuniões de negócios, etc. Sendo a Internet então, uma nova realidade. Dessa forma, o aluno desenvolve sua autonomia, seu senso crítico e a pró-atividade. Torna-se ainda mais co-participativo no desenrolar do seu próprio programa de aulas.

As atividades semipresenciais correspondem até 20% da carga horária total do curso de turismo.

Inserido neste contexto, o bacharel em Turismo formado pela Universidade precisa estar atento a tal realidade, logo “*tornando-se gabaritado a identificar e explorar novas oportunidades*”. (SIC-Secretária da coordenação de atendimento dos alunos). Daí o porquê do curso estar alocado no Núcleo de Negócios da universidade.

Vale salientar que a referida universidade não possui autorização para ministrar cursos à distância, de acordo com o documento: Portaria MEC 1198 de 13/08/1992 <sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Fonte: [http://www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/info\\_ies\\_new.asp?pIES=458](http://www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/info_ies_new.asp?pIES=458) Acessado Janeiro de 2009.

A universidade complementa seu currículo com as “Atividades Complementares”, também exigidas através das diretrizes curriculares do turismo no seu Artigo 8º.

**“[...] principalmente quando pensamos em buscar uma boa colocação junto ao mercado de trabalho,** o qual tem valorizado cada vez mais este tipo de postura. Promover o intercâmbio de conhecimentos é antecipar e preparar o aluno para o ambiente corporativo, o qual exige profissionais que saibam circular por áreas afins” (Site da Instituição, negrito da autora).

O curso de Turismo da instituição não prevê o Trabalho de Conclusão de Curso, porém, em seu lugar o aluno desenvolve, a cada período, trabalhos parciais denominados Projetos Integrados, que de acordo com o site da instituição, *“[...] permitem ao aluno: Compreender melhor o fenômeno do turismo; O papel das empresas turísticas dentro do sistema de turismo; O comportamento do turista e suas motivações para as viagens; Como se deve promover o desenvolvimento de um produto turístico e as melhores formas de sua comercialização; A importância do marketing turístico; O funcionamento dos fluxos nacionais e internacionais de turistas”*.

O objetivo primordial da instituição é oferecer ao final do curso, que o aluno possa atuar no mercado nacional e internacional, gerenciando recursos humanos, técnicos e científicos no planejamento, controle e comunicação, combinando conhecimentos multidisciplinares para tomadas de decisões na organização turística. Poderá ainda coordenar e orientar projetos de treinamento ou aperfeiçoamento de pessoal de nível técnico ou de prestação de serviços, nas áreas do turismo e em planos de marketing turístico, além de organizar e supervisionar ações nas áreas de planejamento.

A universidade concede certificados aos alunos que ingressarem na instituição num próximo semestre letivo, mediante a conclusão do primeiro eixo, o de ‘Formação Geral’. A iniciativa tem por finalidade auxiliar na abertura de oportunidades de emprego e estágio junto

---

a empresas e outras organizações, ou seja, alegam que a ‘Certificação por Etapas’ melhora a empregabilidade.

"Estas certificações visam conferir ao acadêmico melhores chances de empregabilidade antes mesmo de concluir sua formação. Como nossa matriz curricular será composta também por disciplinas inovadoras, torna-se preciso sinalizar ao mercado, de alguma forma, o perfil do profissional com o qual estamos comprometidos, desde os seus primeiros passos. Creio que os empregadores passarão a avaliar estes diferenciais no momento, por exemplo, de concederem uma oportunidade de estágio ao aluno" (SIC - Altair A. pró-reitora de Graduação).<sup>10</sup>

Para complementar a informação sobre o futuro turismólogo dessa instituição, vale ressaltar esse texto divulgado pelo material impresso no jornal da faculdade:

“Um setor que cresce com o aumento do poder aquisitivo e a baixa na cotação do dólar é o Turismo. Para atender a essa crescente demanda, o profissional da área deve ser extremamente competente e preparado para sua tarefa. Mesmo com o grande número de pessoas trabalhando em Turismo, ainda falta profissionalização do setor, principalmente nas regiões do país que há pouco começaram a explorar a vocação turística de suas cidades. Você receberá capacitação técnica, teórica e prática que o habilitará para o ingresso nos vários segmentos do mercado turístico, em especial nas empresas responsáveis pelo agenciamento de viagens e turismo, hotelaria, setores de transporte de passageiros, gastronomia, organização de eventos, lazer e recreação e planejamento turístico. Estará apto para atividades de gestão estratégica, planejamento de marketing turístico, organização e supervisão de eventos, técnicas publicitárias, legislação turística, planejamento e organização de roteiros, gestão de serviços de hospedagens etc”.

---

<sup>10</sup> [http://www.tramaweb.com.br/cliente\\_ver.aspx?ClienteID=174&NoticiaID=3605](http://www.tramaweb.com.br/cliente_ver.aspx?ClienteID=174&NoticiaID=3605)). Fonte: Site da assessoria de imprensa da Instituição. Acessado em Janeiro de 2008.

Quanto ao mercado de trabalho do turismo para essa instituição:

“O turismólogo deve ser capacitado para trabalhar em hotéis, companhias aéreas, agências de viagens e também na organização de eventos, lazer e recreação. A indústria do turismo tem se desenvolvido fortemente no Brasil e também no exterior. Mesmo com os tradicionais roteiros de férias, no litoral ou no interior, surgem a cada ano novas possibilidades com o ecoturismo, o turismo histórico, o turismo de negócios, o turismo gastronômico e o turismo cultural. A força deste segmento é capaz de alavancar a economia nas diferentes regiões que descobrem seu potencial turístico e realizam estratégias para atrair clientes destes serviços, fazendo com que outros segmentos econômicos acompanhem o desenvolvimento local. O mercado de trabalho para o profissional de turismo mostra-se assim, promissor e dinâmico. Forte indicativo disso são as constantes contratações de estagiários por empresas de turismo ao longo do curso”.

### 3.3.1. Plano curricular e ementa do curso de turismo. Universidade B.

A ementa do curso de turismo:

*“Preparar profissionais aptos a atuar no mercado turístico, a gerenciar recursos humanos, técnicos e científicos no planejamento, controle e comunicação, combinando conhecimentos multidisciplinares para tomadas de decisões na organização turística. Gerir recursos humanos no setor, desenvolver planos de marketing turístico, além de organizar e supervisionar ações nas áreas de planejamento de órgãos públicos municipais, estaduais e federais”.* (Informações fornecidas por e-mail pelo funcionário Sr Paulo, da secretaria de alunos, 2009).

Os alunos de todos os núcleos cursam um programa de aulas composto por três eixos: o de formação geral, o de formação profissional básica e o de formação profissional específica.

O primeiro eixo de “Formação Geral” estrutura a formação humanística do aluno e agrupa assuntos que abordam temáticas que se encontram distribuídas ao longo dos semestres. O eixo de formação geral reúne um conjunto de oito disciplinas, alocadas ao longo de toda a grade curricular do curso escolhido, do seu primeiro ao último semestre. Este grupo de matérias tidas como "institucionais" tem por objetivo definir o perfil do aluno e o seu grau de maturidade, conferindo ao mesmo uma visão de mundo pautada pela ética profissional e pela preocupação com a responsabilidade social.

Já no segundo eixo de “Formação Básica”, paralelamente à formação geral, o aluno tem aulas de disciplinas que integram o eixo de formação profissional básica, variável conforme o núcleo ao qual pertence a graduação que optou cursar. As matérias neste eixo estariam voltadas ao desenvolvimento de habilidades comuns, preparando o aluno para o programa específico do curso, mediante aulas ministradas em sala e também na modalidade semipresencial. Assim, os alunos de um mesmo núcleo de formação cursarão matérias em comum.

O último eixo de “Formação Específica” é representado por um conjunto de matérias estritamente relacionadas à carreira escolhida. Esse rol de disciplinas abrange a maior parte da grade curricular e será efetivamente responsável pelo conhecimento "técnico" do futuro profissional. É implementado por atividades complementares, programas de estágio supervisionados e desenvolvimento de pesquisas e trabalhos metodológicos que têm por objetivo lapidar o egresso face às exigências do mercado de trabalho.

### ***MATRIZ CURRICULAR***

**Quadro: 3.2. Matriz Curricular. Universidade B**

“Formação Geral”
Empreendedorismo, Formação Política Cidadã, Leitura e Redação, Estudos Antropológicos e Sociológicos, Novas tecnologias da Informação e Comunicação, Filosofia, Solução Criativa de Problemas. Projeto Integrador.
“Formação Básica”
Contabilidade Básica, Teoria do Direito, Matemática Financeira, Metodologia e Técnicas de Pesquisa, Economia e Cenários Globalizados, Política Econômica e Desenvolvimento Local, Políticas Públicas, Psicologia, Gestão de Pessoas, Raciocínio Lógico e Quantitativo e Ética Profissional. Projeto Integrador.
“Formação Específica”
Teoria e Técnica de Turismo I e II, Eventos, Meios de Hospedagem I e II, Inglês I e II, Espanhol I e II, Sistemas de Turismo, Elaboração de Diagnóstico Turístico, Segmentação do Mercado Turístico, Normas Aplicadas ao Turismo, Marketing de Turismo, Temas Transversais, Geografia do Turismo, Organização do Turismo, Estatística Aplicada, Sistemas de Transportes Turísticos I e II, Agência de Turismo: Planejamento e Gestão, Planejamento de Recursos Turísticos, Aspectos Sociológicos do Lazer, Meio Ambiente e Sustentabilidade, História e Patrimônio, Turismo e Hospitalidade e Projeto Integrador.

## *EMENTAS*<sup>11</sup>

### • *FORMAÇÃO POLÍTICA CIDADÃ*

Fundamentos de cidadania e legislação brasileira, visando o aumento de conhecimento ético e moral do indivíduo em si, de suas relações na família, como cidadão na sociedade e como profissional atuante.

### • *ESTUDOS ANTROPOLÓGICOS E SOCIOLÓGICOS*

Estudo teórico conceitual de abordagens sociais, culturais, econômicas e políticas. As relações de trabalho, cultura e organização social. Estratificação social, instituições e organizações da sociedade civil. Processos, controle e mudanças sociais. Os progressos tecnológicos, a globalização econômica e a reestruturação produtiva refletindo nas relações sociais modernas. A partir dos fundamentos antropológicos, levar o aluno a entender que a cultura é uma lente através da qual ele vê o mundo. As culturas da humanidade como um todo em suas diversidades históricas e geográficas.

### • *FILOSOFIA*

Abordagem de autores clássicos, com ênfase no procedimento de leitura e análise de textos. Questões centrais configuradas a partir das áreas temáticas do conhecimento, pensamento antigo e filosofia moderna.

### • *POLÍTICAS PÚBLICAS*

Descrever o panorama das políticas públicas nacionais e internacionais. A globalização e o neoliberalismo. Entender as formas de articulação influenciando ações governamentais. Caracterização geral do Estado contemporâneo.

### • *ÉTICA*

Apresentar aos alunos a problemática da ética, os procedimentos e normas que devem ser respeitados ao se exercer uma atividade profissional.

---

<sup>11</sup> As informações das ementas das disciplinas não foram fornecidas oficialmente pela universidade, um ex-aluno auxiliou oferecendo seu material particular. Explicou que alguns docentes apresentaram seus planos de ensino com o conteúdo das disciplinas e ele próprio deduziu os objetivos de algumas, já que todas as mencionadas foram ministradas à distância e o processo sempre foi de pesquisa e reflexão nos temas oferecidos. (N.A.).

### **3.3. A análise comparativa dos planos curriculares dos dois cursos avaliados.**

A idéia de examinar duas instituições educacionais de ensino superior, uma com perfil voltado à formação do profissional do turismo para o mercado e outra que busca uma formação do aluno mais humanística, é necessária para esclarecer as diferenças na constituição dos alunos das faculdades de turismo, especificamente a sua base social.

A intenção dessa análise não é qualificar ou não as faculdades escolhidas, os seus currículos ou as pretensões quanto à formação do futuro egresso, porque no entender dos educadores, não existe uma concepção única e ideal de currículo. A questão chave é o conhecimento que deverá ser ensinado e quais são as características esperadas do sujeito que será formado sob o jugo do currículo.

Certamente que o currículo é o elemento central do projeto educativo, onde se cruzam teorias e prática, onde se pode compreender a intenção da instituição, no planejamento, ações, avaliações em um processo crítico, contínuo e de construção conjunta, com a intenção final de se estabelecer um projeto pedagógico. Contudo o currículo também não é apenas uma lista de técnicas e procedimentos, mas construído sob uma sociedade e cultura específicas, assim, conceber um currículo seria pensar numa construção com dimensões sociais e políticas. (Material da aula 'Fundamentos da Educação', SENAC, 2006).

É a partir dessa compreensão que se verifica a proposta curricular das duas instituições de ensino, tomando como referencial as Diretrizes Curriculares para o Curso de Graduação em Turismo sob a última resolução de número 13, de 24 de novembro de 2006.

Partiu-se do exame dos conteúdos de disciplinas como Sociologia e equivalentes oferecidos pelas instituições, procurando entender se elas suprem as necessidades, não só de formação humana e de conhecimento, para que o aluno saiba dessa aplicabilidade em áreas sociais do turismo. Se confirma se as instituições formam competências, para que esses

egressos possam atuar no campo social do turismo, em oposto a área administrativa e econômica, onde as faculdades mercantis enfatizam essa formação.

O que se percebe é que a Universidade A as disponibiliza de forma muito explícita. A proposta do curso, ementas, o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, bem como materiais e documentos para pesquisa ou o acesso à coordenação do curso são de fácil acesso. A maioria das informações foi disponibilizada pelo próprio site da faculdade, que baseado no Art. 2º § 1º das Diretrizes Curriculares do Curso de Turismo, devem estar acessíveis aos alunos.

Ao contrário da Universidade B, o que é disponibilizado através do seu site, corresponde somente as 'vantagens mercadológicas' de ser um formado em turismo. Divulga-se a estrutura do curso em eixos de formação e núcleos de estudos, mas não são divulgadas as disciplinas que se ministram presenciais e à distância, justamente as relacionadas às ciências sociais. Foram enviados inúmeros emails que não tiveram respostas. Não se divulgam nomes de responsáveis ou coordenadores, tampouco os professores que ministram os cursos, pois a faculdade todos os anos modifica seu quadro de docentes e de administradores. Não obtive o projeto pedagógico e ementa das disciplinas em mãos, pois justificam que são "Eixos de Formação" e não há proposta de curso específico, somente informam as disciplinas que as compõe. Nem mesmo os professores têm acesso aos documentos, que devem existir na IE somente para cumprimento do MEC.

Verificando a quantidade de disciplinas de cada matriz curricular, a Universidade A oferece 13 disciplinas da área de Ciências Sociais ao longo da grade curricular de formação do aluno. Disciplinas que objetivam a formação humanística do cidadão, como: Antropologia, Introdução à psicologia, Introdução ao pensamento

teológico, Ética. Disciplinas ligadas as Ciências Sociais do turismo como: Sociologia do Lazer, Sociologia do Turismo onde são estudados as sociedades contemporâneas, o meio ambiente e geografia humana. Disciplinas ligadas à Cultura e Patrimônio como: Antropologia ligada à identidades e cultura, Museologia; e na Política as disciplinas de Relações Internacionais, Globalização, Turismo Contemporâneo, etc. Percebe-se a preocupação de formar um cidadão ético e apto a trabalhar com as realidades sociais contemporâneas.

A universidade mercantil oferece apenas 5 disciplinas (Formação Política Cidadã, Estudos Antropológicos e Sociológicos, Filosofia, Políticas Públicas e Ética), mas não abrangem as questões específicas das ciências sociais do turismo. Como são de formação geral do aluno, elas podem ser cursadas à distância ao longo dos anos.

Essas modalidades de “Eixos de Formação” da universidade B se resguardam no Art. 5º da lei de diretrizes do curso de turismo onde o curso deve contemplar em seu projeto pedagógico e em sua organização curricular, os seguintes campos interligados de formação:

I - *Conteúdos Básicos*: estudos relacionados com os aspectos que conformam as sociedades e suas diferentes culturas;

II - *Conteúdos Específicos*: estudos relacionados com a Teoria Geral do Turismo e as relações do turismo com a administração, o direito, a economia, a estatística e a contabilidade, além do domínio de, pelo menos, uma língua estrangeira;

III - *Conteúdos Teórico-Práticos*: estudos localizados nos respectivos espaços de fluxo turístico, compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios.

Nesse sentido, e em virtude das exigências do mercado de trabalho, a proposta das diretrizes prevê que o egresso dos cursos de turismo deverá apresentar um perfil que chamam

de ‘comum’ e um perfil ‘específico’, além do ‘profissionalizante’. O perfil ‘comum’ geralmente é a formação social – humana onde se encontram as disciplinas de Antropologia, Estudos Brasileiros, Metodologia Científica, Psicologia, Filosofia e Sociologia. Agora digamos que o aluno queira se especializar e se profissionalizar para atuar em ONGs ou instituições públicas que gerenciem as atividades de inclusão social do turismo, que o seu mercado de trabalho sejam esses tipos de instituições sociais/públicas e ele queira e necessite como especialização, e não base, as disciplinas ligadas as Ciências Sociais do turismo. Como fazer? <sup>12</sup> Diante desse quadro, entende-se que o problema maior não é apenas das IEs que vendem os cursos, mas do próprio Estado que criam leis de educação com brechas ou falhas na sua constituição.

A tendência atual nas organizações é valorizar cada vez mais os profissionais que estão preparados com sua formação profissional e pessoal, com o desenvolvimento de competências e conhecimentos multidisciplinares. Assim, o profissional requisitado pelas organizações deve necessariamente, possuir um conjunto de habilidades específicas, ser um membro ativo na sociedade, ser generalista e ao mesmo tempo ser um especialista. Daí a importância das ‘habilitações’ que em algumas IEs é oferecido como opção aos alunos na sua formação. As empresas querem um ‘superprofissional’.

De fato, de acordo com o § 2º o projeto pedagógico do curso de graduação em turismo pode-se admitir ‘Linhas de Formação Específicas’, direcionadas para diferentes áreas ocupacionais relacionadas com o turismo, que podem abranger o segmento econômico e de intercâmbio de negócios, para atender as necessidades do perfil profissional que o mercado ou a região exigirem, como oferece enfaticamente a universidade mercantil Y.

---

<sup>12</sup> A comissão de especialistas de ensino sugere como disciplinas de conteúdos básicos: administração, antropologia, direito, economia, estatística, estudos brasileiros, filosofia, geografia, história, língua portuguesa, metodologia científica, psicologia, sociologia, e contabilidade. Conteúdos específicos: língua estrangeira, planejamento e organização do turismo, teoria geral do turismo, marketing, eventos, lazer, meios de hospedagem, nutrição e dietética, alimentos e bebidas, restaurante, agenciamento, transportes, informática, ecologia, relações públicas, ética profissional. Conteúdos profissionalizantes; legislação do turismo e ambiental, marketing de serviços, técnicas publicitárias, recreação, empreendedorismo, gestão de empresas, patrimônio natural, organização de roteiros, estudos de viabilidade, turismo de segmentos. (SHIGUNOV, 2006, p.54).

Ambas universidades incluem em seus currículos as “Atividades Complementares”, também exigidas através das diretrizes curriculares do turismo no seu Art. 8º a seguir:

“As Atividades Complementares são componentes curriculares que possibilitam o reconhecimento, por avaliação, de habilidades, conhecimentos e competências do aluno, inclusive adquiridas fora do ambiente acadêmico, abrangendo a prática de estudos e atividades independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, especialmente nas relações com o mundo do trabalho, com as peculiaridades das diversas áreas ocupacionais que integram os segmentos do mercado do turismo, bem assim com as ações culturais de extensão junto à comunidade”.(MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, CNE/RES Nº 13, 2006).

Mais do que atender às diretrizes curriculares do Ministério da Educação, que estabelece o cumprimento obrigatório de até 20% da carga horária de todos os cursos de graduação com atividades complementares, estas iniciativas visam através de exposições, workshops, eventos, mostras, palestras, participações em congressos e trabalhos voluntários, ajudar a aprimorar a formação profissional do estudante. Na universidade B não há linhas de pesquisa e o aluno não apresenta um TCC, mas sim um Projeto Turístico, como na Universidade A. No entanto, pesquisado na biblioteca da instituição A, não há projetos de pesquisa desenvolvidos pelos alunos com intuito social para o turismo.

Percebe-se com essa informação, que pode haver uma lacuna entre os objetivos propostos pelo curso de turismo da universidade B e a realidade referente aos tantos problemas sociais a qual o turismo abrange e não são valorizados. Pode-se dizer que talvez os alunos possam ter dificuldades para desenvolverem estudos nesse campo, mesmo se tivessem interesse, pois também não haveria docentes que os orientassem nessas questões. Os professores que ministram aulas da área interdisciplinar de Ciências Sociais, nos chamados “Eixos Básicos”, não possuem quaisquer conhecimentos na área do

turismo. Apenas 5% trabalham em regime integral, devido aos problemas financeiros a qual a instituição passa, dessa forma, ela não cumpre a exigência legal de ter uma porcentagem de 1/3 dos docentes em contrato de regime integral, se refletindo obviamente no curso de turismo e nos seus possíveis pesquisadores, que poderiam desenvolver trabalhos de orientação junto aos alunos, voltados à comunidade onde está inserida. <sup>13</sup>

Os professores da universidade B não têm liberdade para discutir as ementas e os planos de ensino do curso, pois o conteúdo é estabelecido pela instituição. Os professores da Universidade A têm autonomia para ministrarem aulas, conduzirem pesquisas e discutirem com a coordenação os processos de ensino e aprendizagem.

O curso de turismo da Universidade A tem 10 anos, o da faculdade B tem 12 anos e ambas instituições tiveram seus currículos reformados <sup>14</sup> com inovações de modo a adaptá-los às mudanças e flexibilidades que o mercado competitivo exige. Ambas se tornaram generalistas.

A Universidade A forma o aluno em 4 anos. A universidade B tornou seu curso para 3 anos mais 'enxuto', a fim de se tornar mais competitiva no mercado; porque economizando nas contratações docentes, ela reverte financeiramente para os alunos. <sup>15</sup> A questão dos cursos semipresenciais que a universidade B ministra junto ao curso de turismo, também está resguardado através do Art. 80 (apesar da universidade B não possuir autorização para ministrar cursos à distância).

---

<sup>13</sup> Fonte: <http://www.contee.org.br/noticias/msin/nmsin554.asp>. Acessado em Janeiro de 2009.

<sup>14</sup> A universidade B não disponibilizou a estrutura curricular, tampouco as ementas do seu curso antigo de turismo. (N.A)

<sup>15</sup> O Ministério da Educação (MEC), através da Secretaria de Ensino Superior (SESu), coordenou com o Fórum Nacional de Pró-Reitores de Graduação (ForGrad), a elaboração das propostas das diretrizes curriculares para os cursos de graduação através da Lei nr 9.394/96. Em seu Artigo 53 um dos conselheiros apresentou um parecer CNE/CES Nr.583/2001 onde a definição da duração, carga horária e tempo de integralização dos cursos será objeto de parecer ou resolução da Câmara de Educação Superior. (SHIGUNOV, 2006, p.36).

“[...] por outro lado, há uma questão relacionada ao desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo – Art.43 – pois existe uma permissão legal para que os alunos abreviem sua permanência na educação superior – Art.47 § 2º; o Art.80 incentiva e colabora com a proliferação do ensino a distância; e o Art.44, inciso I cria cursos seqüenciais por campo de saber”. (SHIGUNOV, 2006, p.34).

Ambas instituições cumprem as normas das diretrizes dos cursos de turismo exigidas pelo Ministério da Educação, mas a maior diferença é realmente a intenção, o objetivo dos cursos e da formação dos profissionais, através de suas estruturas curriculares e divulgação na mídia.

Um curso voltado à gestão de negócios desenvolve o senso empreendedor no aluno, que é fundamental para quem irá operar num mercado cada vez mais exigente e variado, lidando com expectativas e padrões de consumo dos mais diferentes níveis, porém sem fundamentação qualquer nas questões da relação entre Turismo, Meio Ambiente e Sociedade, onde se deveria abordar a inclusão social, a acessibilidade do turismo, o pluralismo cultural; ou mesmo, onde a instituição deveria fornecer um instrumental teórico para se refletir criticamente acerca das produções étnico-culturais, cívicas ou políticas ligadas especificamente a Sociologia do Turismo, bem como ao o comportamento do homem quando convertido em turista.

O objetivo primordial da instituição B é permitir ao final do curso, que o aluno possa atuar no mercado nacional e internacional. Sua intenção é formar um gestor, um administrador de empresas turísticas, além de organizador de ações nas áreas de planejamento. Percebe-se que em nenhum momento, dentro das intenções de formação do profissional, ou mencionando o mercado de turismo em seu site sobre o curso, se refere às atividades relacionadas a Patrimônio, Cultura, Responsabilidade e Inserção Social ou mesmo docência relacionados ao turismo.

Pela análise comparativa, conclui-se que ambas as universidades tem por objetivo formar o aluno para o mercado de trabalho. No entanto, pelos dados e resultados levantados, confrontados com a dinâmica do mercado de trabalho para a área social do turismo, os dados da Universidade A mostram que as questões teóricas proporcionam um embasamento levando o profissional a refletir sobre o turismo não só dentro das questões de produção e comercialização de produtos e serviços, mas dentro de um contexto sociocultural e político.

A universidade B não contempla essas questões, o próprio conceito de ‘formação ética’ para eles, é voltado para o mercado e não para o que deve existir na sociedade, na família, na economia, objetivando formar um profissional que colabore para a melhoria do mundo em que vivemos e principalmente um profissional crítico e reflexivo consciente do seu comportamento. Um profissional de turismo no contexto social é marcado pelas contradições, pela consciência que o turismo pode gerar a paz, desenvolvimento social e econômico, mas também pode gerar relações desarmônicas quando mal planejado, e desse modo, ele pode ser preparado e orientado, ser um instrumento para diminuir essas más intervenções quando ocorrem.

Se for fundamental definir no projeto político pedagógico do curso qual é sua intenção, com base em quais necessidades e por quais setores da sociedade foi solicitado; Identificar seu marco situacional (e em relação a este) verificar qual realidade estabeleceu sua implantação, qual conceito de sociedade e de homem possibilitou estruturar seu referencial pedagógico; e por fim, identificar a sua contribuição social local; desse modo, as IEs – Instituições Educativas - tendem a se adequarem às exigências do mercado para se tornarem competitivas e poder oferecer ao aluno uma melhor preparação para o seu futuro mercado. Se entendermos que as Diretrizes Curriculares do curso estão mais maleáveis e que obviamente o campo de trabalho para o turismólogo é muito maior nos segmentos de Agenciamento,

Hospedagem, Transportes, Eventos e Receptivo, do que na área de Planejamento Público ou Instituições Privadas onde poderia trabalhar com ações sociais.

Logo, se aceita a premissa de que o real cliente das faculdades é a sociedade e não o aluno. Entende-se que a sociedade ainda vê as faculdades de turismo formadoras de profissionais voltados à administração de empresas de turismo, já que o próprio conceito de turismo é que orienta as propostas político pedagógicas dos cursos. (BARRETO, 2002, p.79).

Existem somente na cidade de São Paulo 31 faculdades de turismo.<sup>16</sup>

Verificaram-se dois currículos muito distintos, de instituições com culturas de ensino diferentes, mas com um objetivo similar, quando ambos visam à preparação do aluno ao mercado de trabalho.

Na Universidade A se levou em consideração que possa existir um mercado para a área social do turismo, na universidade B nada foi mencionado a esse respeito.

Todavia, se existe competitividade entre as faculdades, arregimentando alunos para o mercado convencional do turismo e elas estruturam seus cursos para tal, e se existe competitividade entre os profissionais do turismo para esse mercado convencional que é maior, os alunos procuram instituições que supram essas necessidades. Por conseqüência, há mais faculdades com currículos voltados à formação técnica exigida pelo mercado, do que voltados à formação social do turismo.

---

<sup>16</sup> Fonte: [www.turismo.gov.br/dadosefatos](http://www.turismo.gov.br/dadosefatos) Acessado em Janeiro de 2009.

### 3.5. Resultados e análises dos questionários

Este capítulo tem como objetivo apresentar e discutir os dados obtidos junto aos entrevistados. A metodologia adotada para esta análise, encontra-se descrita na introdução desse trabalho.

Inicia-se a apresentação e a discussão dos dados desta pesquisa referentes às necessidades objetivas e subjetivas da situação de aprendizagem dos alunos do curso de turismo, a sua formação em nível social, humana e ética e suas condições para a atuação do egresso no mercado de trabalho social do turismo; em seguida, a imagem que a sociedade e o próprio mercado turístico tem do profissional do turismo e de suas atribuições.

Com o objetivo de facilitar a compreensão dos procedimentos descritos, se apresenta o quadro a seguir com as perguntas de pesquisa, assim como os instrumentos de coleta de dados utilizados para posterior levantamento das respostas a essas perguntas.

**Quadro 1: Perguntas de Pesquisa e Instrumentos de Coleta**

<b>Perguntas de Pesquisa</b>	<b>Instrumentos da Coleta de Dados</b>
1. Quem é o profissional de turismo: Suas habilidades e seus campos de atuação ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Questionário de Alunos</li> <li>▪ Questionário Profissional</li> <li>▪ Ementas</li> </ul>
2. Como é visto o curso de turismo pela sociedade em geral ? E pelo aluno ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Questionário de Alunos</li> <li>▪ Questionário Profissional</li> <li>▪ Questionário Geral <sup>17</sup></li> </ul>
3. O profissional de turismo ainda está vinculado à imagem administrativa / econômica ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Questionário de Alunos</li> <li>▪ Questionário Profissional</li> <li>▪ Questionário Geral</li> </ul>
4. Como o aluno é formado ou preparado para as questões sociais que o turismo abrange?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Questionário de Alunos</li> <li>▪ Questionário Profissional</li> <li>▪ Ementas</li> </ul>

<sup>17</sup> Direcionado a pessoas classificadas como “leigas”, por não possuírem quaisquer conhecimentos relacionados à área profissional e de formação turística. (N.A)

5. O formado tem competências para trabalhar no campo social?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Questionário Profissional</li> <li>▪ Ementas</li> </ul>
---	--

Os dados em relação às necessidades da situação de aprendizagem foram coletados, e antes, pensados no modelo de Belmonte (2003). A apresentação dos resultados foi dividida por questionários. Neste trabalho a análise foi feita questão a questão, há questões comuns aos três questionários, mas os números de respondentes foram distintos em cada um deles.

### 3.5.1. Resultados e Respostas dos Alunos

As respostas analisadas são provenientes do ‘Questionário de Alunos’ (Anexo 1) aplicados durante o Salão do Turismo realizado durante dois dias na cidade de São Paulo em Setembro de 2007. Os entrevistados foram abordados aleatoriamente no local, foram entrevistadas mais de cem pessoas, e os quarenta entrevistados para esse questionário, foram aproveitados através do selecionamento para o ‘Questionário Geral’ (Anexo 3), conforme especificado nos Procedimentos Metodológicos desse trabalho.

Quanto ao perfil dos alunos entrevistados dos cursos de turismo, os dados são mostrados através das tabelas 1.1, 1.2 e 1.3.

Dos 40 entrevistados, revela-se que quanto à faixa etária, quase metade dos entrevistados é constituída de jovens entre os 17 e 20 anos, a quase maioria é do sexo feminino e (42%) dos alunos está em processo de formação com o novo currículo de turismo. Os restantes, ou mais da metade (58%), são formados pelo currículo antigo.

**Tabela 1.1 : Idade**

Faixa etária	Respondentes	%
17 – 20	19	47,50
21 – 30	17	42,50
31 – 40	3	7,50
41 – 50	1	2,50
<b>Total</b>	40	100,0

Tabela 1.2 : Sexo

Sexo	Respondentes	%
Masculino	16	40,00
Feminino	24	60,00
<b>Total</b>	40	100,0

Tabela 1.3 : Tempo de Formação

Anos de formado	Respondentes	%
Mais de 20	2	5,00
Mais de 10	9	22,50
Mais de 3	12	30,00
Em andamento	17	42,50
<b>Total</b>	40	100,0

Perguntou-se quanto a importância da disciplina de Sociologia, para a formação na área turística e sua justificativa através das tabelas 1.4 e 1.4.1.

Dos 40 entrevistados, os dados mostraram que apenas um pouco mais da metade dos entrevistados consideram o ensino da disciplina de Sociologia e equivalentes, necessário para a formação profissional na área turística, e dentre os que valorizaram essa importância 1/3 dos entrevistados consideram que a Sociologia auxilia no entendimento das relações do homem e os espaços turísticos, especificamente mencionaram as questões de impacto socioambiental e da globalização que existe, já (20%) alegam que a disciplina complementa a formação e é necessária, já que precisam de uma base social, de conhecimento das questões éticas e das relações humanas entre tantas disciplinas técnicas. Os que não consideraram a disciplina importante justificam, alegando que necessitam de mais carga horária com formação técnica, pois há muitas especializações dentro do turismo e não têm (ou tiveram) todas que contemplam essas especializações. Outro fato importante que se levou em consideração é a

alegação da falta de preparo dos professores quanto ao conhecimento específico da Sociologia aplicada ao turismo, diante dessa deficiência, os alunos relevam a sua importância. Outros três entrevistados alegam que a Sociologia não resolverá os problemas da profissão, que prefeririam disciplinas que analisassem as questões políticas e públicas da área, penso que essa justificativa de resposta leva a entender que os respondentes desconhecem o objetivo e a proposta real da disciplina, mostrando total despreparo de conhecimento e do seu conteúdo, pois em muitas faculdades de turismo esse conteúdo está inserido na disciplina de Sociologia e não especificamente em Política. Os dois restantes não concordaram, mas não souberam dizer o porquê, já que era gosto pessoal não gostar da disciplina.

**Tabela 1.4 : Importância da Disciplina de Sociologia para o turismo**

<b>Importância da Disciplina de Sociologia</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	22	55,00
Não	18	45,00
<b>Total</b>	40	100,0

**Tabela 1.4.1 : Justificativa da Resposta**

<b>Por Quê ?</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
A Sociologia ajuda a entender melhor o relacionamento das pessoas com o espaço turístico	14	35,00
Complementa a formação	8	20,00
Prefere maior carga horária em disciplinas técnicas	8	20,00
Os professores geralmente não entendem os problemas do turismo, porque não são da área.	5	12,50
A Sociologia não resolve os problemas decorrentes da profissão	3	7,50
Não soube responder	2	5,00
<b>Total</b>	40	100,0

Na questão quanto ao que os alunos estudaram (ou gostariam de estudar) em Sociologia, verificando a tabela 1.5, não se totalizou a quantidade de entrevistados, pois cada respondente poderia marcar mais de uma alternativa, dessa forma, se computou apenas as porcentagens em cada alternativa de resposta oferecida para escolha. Dos 40 entrevistados, os dados mostraram que os maiores interesses, superando mais da metade das preferências, são os conteúdos ligados às questões socioambientais e os que abrangem a ética profissional.

**Tabela 1.5 : O que gostaria de estudar na disciplina de Sociologia**

O que gostaria de estudar ou estudou em Sociologia ?	%
O estudo do universo conceitual que fundamenta o debate socioambiental	35,00
Relação homem-mundo na atividade turística. Diversidade dos espaços e cultura. Ética	25,00
Os impactos sócio culturais resultantes de atividades turísticas	20,00
O tema da diversidade cultural, ética e de diferenças	7,50
O lazer enquanto problema sociológico das sociedades modernas	7,50
A política internacional, globalização entre outros	5,00

Questionou-se o conhecimento do aluno, quanto a ciência de disciplinas das áreas sociais. Através da tabela 1.6 surpreendeu o resultado, pois quase 1/3 dos entrevistados desconheciam que teriam disciplinas e formação ligadas às Ciências Sociais. Os egressos acharam que o curso abrangeria somente as disciplinas técnicas, as da administração, da psicologia e do direito. As questões sobre impactos ambientais, por exemplo, estariam incluídas na disciplina de Meio Ambiente ou Ecologia, mas nesse caso os estudantes que cursaram o currículo antigo do turismo não conhecem essas disciplinas e sim a referência como Geografia.

**Tabela 1.6 : Conhecimento quanto a disciplinas de formação focando problemas sociais**

Conhecimento se teria disciplinas que focassem assuntos sociais no curso de turismo	Respondentes	%
Sim	29	72,50
Não	11	27,50
<b>Total</b>	40	100,0

Na questão quanto às intenções do aluno em trabalhar na gestão social do turismo, comprova-se mais uma vez, através da tabela 1.7 o interesse dos alunos (e muitos já profissionais da área) nas especializações não ligadas às atividades e gestão social do turismo. Os quatro entrevistados que responderam afirmativamente pretendem trabalhar com planejamento, ou seja, para eles planejamento organizacional está relacionado a ciências sociais aplicadas e não a administração.

**Tabela 1.7 : Pretensão de trabalhar na área social do turismo.**

<b>Pretensão de trabalhar na gestão social do turismo</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	4	10,00
Não	36	90,00
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>

Na abordagem realizada alguns dos alunos entrevistados poderiam ser profissionais do setor (especificamente da área social). Caso ocorresse essa constatação, eles seriam avaliados pelo ‘Questionário Profissional’ (Anexo 2), por esse motivo, se perguntou se os egressos já eram profissionais do turismo.

A resposta referente aos profissionais atuantes na área surpreendeu um pouco, pois mostra pelas tabelas 1.8 e 1.8.1, que apenas um pouco mais da metade dos entrevistados estão empregados no turismo. Ao contrário do que afirmam os economistas, que o mercado de turismo está ‘aquecido’, uma porcentagem alta (ou toda) de alunos ou ex-alunos deveria estar empregada no setor. Quanto à atuação dos que trabalham, nenhum aluno entrevistado atuava na gestão social do turismo, a preferência maior se deu pelo agenciamento de viagens, hotelaria e empresas de transportes, a mesma estatística que corresponde a da ABBTUR (Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo, Fonte: Manual ABBTUR de 2007). No caso da atuação como guia de turismo há formação e registro próprios da profissão.

**Tabela 1.8 : Profissional ou não do turismo.**

<b>Profissional da área turística</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	22	55,00
Não	18	45,00
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,00</b>

**Tabela 1.8.1 : Área de atuação dos profissionais entrevistados.**

<b>Área de atuação dos empregados no turismo</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Agenciamento de Viagens	12	30,00

Hotelaria	5	12,50
Guia de turismo	2	5,00
Empresa de transportes	2	5,00
Jornalista	1	2,50
<b>Total</b>	22	55,00

Se perguntou se a disciplina de Sociologia e equivalentes supriram as expectativas de sua formação. Por meio da tabela 1.9, verifica-se que os entrevistados entenderam o conteúdo de Sociologia e equivalentes dentro de uma formação humana, e não só na aplicabilidade do mercado de trabalho que atuam ou atuarão; por isso, a porcentagem de respostas afirmativas é superior em relação à quantidade de empregados no turismo, mas mostra também um equilíbrio com a quantidade de entrevistados que responderam afirmativamente quanto à importância da disciplina de Sociologia para o turismo.

**Tabela 1.9 : A disciplina de Sociologia quanto a suprir a expectativa do turismólogo.**

<b>A disciplina de sociologia e equivalentes supriram as expectativas de formação</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	24	60,00
Não	16	40,00
<b>Total</b>	40	100,0

### 3.5.2. Resultados e Respostas dos Profissionais do Turismo

Uma das questões desse trabalho é verificar se os bacharéis em turismo podem atuar e possuem as competências necessárias para trabalhar na área social como gestores.

Esse campo social envolve essencialmente a área de planejamento <sup>18</sup> em Órgãos Públicos ligados direta ou indiretamente ao setor de Turismo; Organismos de representações diplomáticas; Empresas de Assessoria e Consultoria de Turismo; Magistério; Imprensa Especializada (Periódicos Acadêmicos, Editoras); Parques Nacionais e Áreas de conservação; ONGS (Organizações não governamentais); setores de difusão artística e cultural, e entidades ligadas ao setor.

Em relação ao perfil do profissional **que trabalha no setor social do turismo**, obtive dados referentes à idade, sexo e ano de formação, conforme as tabelas 2.1, 2.2 e 2.3.

Para que se possa compreender o selecionamento dos profissionais, foram encaminhados quinze questionários, denominados ‘Questionário Profissional’ (Anexo 2), por correio eletrônico. Os escolhidos são profissionais que trabalham na área social do turismo e foram indicados por amigos da autora, do *trade* turístico. A ajuda foi necessária, porque existem poucos profissionais nesse segmento e os poucos não possuem fácil acesso de contato.

---

<sup>18</sup> Planejar e promover o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos, investigar e caracterizar a oferta e a demanda turísticas; Elaborar políticas de turismo para organizações internacionais e nacionais, A identificação dos potenciais turísticos do receptivo, considerando a diversidade cultural e os aspectos socioambientais para o desenvolvimento local e regional. As relações de trabalho, cultura e organização social em empresas convencionais, a partir dos fundamentos antropológicos; O estudo da cultura popular e concepções de patrimônio. (N.A).

Dos questionários encaminhados, doze foram respondidos.

Os dados mostraram que quanto à faixa etária, a maioria tem entre 31 e 40 anos, oito entrevistados são do sexo masculino e quatro são mulheres; porém menos da metade, apenas cinco entrevistados, são formados em Turismo. Desses formados, três são mulheres, dessa maneira, o universo de profissionais que trabalham nas áreas sociais e formados em turismo são do sexo feminino, ou seja, (60%) dos entrevistados.

Diante desse quadro, vide tabela 2.3, apenas cinco entrevistados restantes continuaram a responder as questões referentes a sua formação. Três entrevistados se formaram na década de noventa, um se formou na década de oitenta e um se formou em 2001, logo, todos foram formados através da matriz curricular antiga do curso de turismo, por isso, se supõe que tiveram disciplinas de Sociologia e equivalentes.

O fato de apenas cinco entrevistados serem turismólogos, dos doze profissionais que trabalham em um mercado (que supostamente seria específico do turismo), parece reiterar alguns problemas já conhecidos do setor. Um deles, é que o mercado de trabalho do turismo não é definido para o turismólogo, são atuações tão multidisciplinares com outros profissionais a qual o turismólogo depende, que o profissional do turismo é relevado no momento da contratação, por isso é evidente que as leis para a regulamentação da profissão não sejam levadas à sério pelo Estado (não é a questão de pesquisa desse trabalho, mas vale salientar); outro problema, pode ser que a maioria dos formados migrem para áreas técnicas administrativas do turismo e o setor social público fique com deficiências de profissionais, tendo que ‘importar’ profissionais de outras áreas; outra hipótese, que o mercado considera que o turismólogo não tem preparo acadêmico e competências profissionais para esse segmento.

**Tabela 2.1 : Idade**

Faixa etária	Respondentes	%
--------------	--------------	---

17 – 20	-	-
21 – 30	3	25,00
31 – 40	5	41,66
41 – 50	4	33,33
<b>Total</b>	12	100,00

Tabela 2.2 : Sexo

Sexo	Respondentes	%
Masculino	8	66,66
Feminino	4	33,33
<b>Total</b>	12	100,00

Tabela 2.3 : Formação

Formado em Turismo	Respondentes	%
Sim	5	41,66
Não	7	58,33
<b>Total</b>	12	100,00

Tabela 2.3.1 : Década de formação

Década de Formação	Respondentes	%
1990	3	60,00
1980	1	20,00
Atual	1	20,00
<b>Total</b>	5	100,00

Se perguntou se os entrevistados tiveram disciplinas de Sociologia e equivalentes <sup>11</sup> no seu currículo de formação, para que se entenda se esses profissionais tiveram preparo e se possuem habilidades relacionadas, e as respostas obtidas foram (100%) para a disciplina de Sociologia.

<sup>11</sup> Quando me refiro a Sociologia e equivalentes, é porque algumas IEs usam o conteúdo da disciplina de Sociologia do Turismo, que quase sempre envolve a compreensão das relações interpessoais, a capacidade de lidar com as particularidades sócio-culturais, postura moral, ética... Para nomear e inventar disciplinas incluindo as na matriz curricular do curso de turismo. Exemplos: 'Responsabilidade Social', 'Homem e Ambiente', 'Ética', etc. (N.A.).

O currículo tradicional de turismo anterior às reformas curriculares de 2006 contemplava a disciplina de Sociologia no 1º semestre ou 1º ano, algumas faculdades ofereciam também Sociologia do Turismo como complementação no 5º semestre ou 3º ano. Não foram pesquisadas as instituições de ensino onde os entrevistados se formaram, no entanto, todos confirmaram que tiveram a disciplina com essa nomenclatura.

**Tabela 2.4 : O profissional teve formação em Sociologia e equivalentes**

<b>Sociologia e equivalentes nos estudos</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	5	100,00
Não	-	-
<b>Total</b>	5	100,00

Realizaram-se várias questões quanto à atividade dos entrevistados e esse vínculo com a sua formação. Com relação às respostas se as disciplinas das ciências sociais foram de importância para a formação profissional dos entrevistados, vide tabela 2.5, o resultado foi (100%) de respostas positivas.

As atividades de todos os entrevistados eram distintas, de acordo com a tabela 2.6: Uma jornalista da área, uma consultora e pesquisadora da Embratur, uma educadora social e dois analistas de secretarias públicas.

Quanto à utilização desses conhecimentos nas atividades do trabalho, de acordo com a tabela 2.6.1, apenas três responderam que ‘sim’ utilizam e dois responderam que ‘não’ aplicam em seu trabalho, entretanto, na pergunta posterior onde se questiona a frequência de utilização dos conhecimentos adquiridos da faculdade de turismo no seu trabalho, vide tabela 2.6.2, esses dois mesmos entrevistados que responderam ‘não’, aqui responderam que ‘às vezes’ utilizam.

Não se considerou errado na estatística, porque para algumas pessoas, toda forma de turismo é social no sentido da prática social e dos relacionamentos sociais, por meio do

contato entre consumidor / fornecedor de serviço. A expressão ‘campo social do turismo’ é redundante, porque turismo é por si só, um fato social, mesmo se tratando de um turismo meramente técnico. Obviamente não seria a situação dessa pesquisa, caso contrário, todo o seu contexto não teria sentido, porque todos profissionais do turismo seriam agentes sociais.

**Tabela 2.5 : A importância da Sociologia para formação profissional**

<b>Importância da Sociologia para formação profissional</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	5	100,00
Não	-	-
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,00</b>

**Tabela 2.6 : A Atividade dos entrevistados**

<b>Atividade dos Entrevistados</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Consultor Secretaria Turismo	1	20,00
Assessor Secretaria de Planejamento	1	20,00
Jornalista em Imprensa Específica	1	20,00
Educadora Social em ONG	1	20,00
Consultora e Pesquisadora da EMBRATUR	1	20,00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,00</b>

**Tabela 2.6.1 : Utilização dos conhecimentos na atividade profissional**

<b>Utilização dos conhecimentos da Sociologia no trabalho</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	3	60,00
Não	2	40,00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,00</b>

**Tabela 2.6.2 : Freqüência de aplicabilidade dos conteúdos da disciplina no trabalho**

<b>Freqüência de utilização dos conhecimentos da Sociologia no trabalho</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sempre	1	20,00
Freqüentemente	2	40,00
Às vezes	2	40,00

Nunca	-	-
<b>Total</b>	5	100,00

Se perguntou se em relação ao que utilizam ou praticam nas suas atividades é um conhecimento proveniente de qual origem. Em relação às respostas dessa questão, e de acordo com a tabela 2.7, todos responderam que na prática não utilizavam os conhecimentos que foram ensinados nas aulas de Sociologia da faculdade de turismo. A sociologia que hoje utilizam e praticam, foram adquiridos de experiências em empregos anteriores (2 entrevistados) e da experiência no atual emprego (3 entrevistados).

**Tabela 2.7 : conhecimento sociológico aplicado ao trabalho e sua procedência**

O que se utiliza ou pratica no seu trabalho é um conhecimento adquirido de	Respondentes	%
Aulas na faculdade de turismo	-	-
Aulas em cursos específicos	-	-
Experiências em empregos anteriores	2	40,00
Experiências no atual emprego	3	60,00
<b>Total</b>	5	100,00

Quanto à questão se o conteúdo de Sociologia supre as necessidades exigidas no trabalho dos entrevistados, vide tabela 2.7.1. todos responderam negativamente.

Essas respostas levam a pensar que esses profissionais podem ter tido formação acadêmica com a disciplina de Sociologia, porém o conteúdo da disciplina que se ofereceu a esses alunos não os supriu para suas atividades de trabalho no campo social do turismo, o que coincide com as respostas dos alunos da tabela 1.4.1. (12, 5% dos entrevistados) quanto à alegação da falta de preparo dos professores e do que se ensina em relação à Sociologia aplicada especificamente ao turismo.

**Tabela 2.7.1 : O conteúdo da Sociologia quanto a suprir as necessidades do trabalho**

O conteúdo de Sociologia supre as necessidades exigidas no seu trabalho?	Respondentes	%
Sim	-	
Não	5	100,00
<b>Total</b>	5	100,00

Em relação ao mercado de trabalho, se procurou saber junto aos entrevistados, qual fator foi importante para as suas contratações. De acordo com a tabela 2.8, três entrevistados responderam ‘experiência’, um entrevistado respondeu ‘formação’ e o último não soube informar.

Considera-se de importância esse resultado, pois a idéia de separar os entrevistados não formados em turismo dos que possuem essa graduação, foi especialmente para se verificar se esses profissionais e sua formação são valorizados no momento da contratação, assim como sua imagem no mercado. Aqui se ratifica a hipótese do resultado da tabela 2.3, pois a maioria dos turismólogos foi contratada pela experiência, e não pela formação no turismo ou especialização no campo social.

**Tabela 2.8 : Fator de importância para contratação**

O fator importante para contratação	Respondentes	%
Experiência anterior	3	60,00
Formação Acadêmica	1	20,00
Indicação	-	
Não soube informar	1	20,00
<b>Total</b>	5	100,00

Não se pode alegar que não haja interesse nesse campo pelos profissionais formados no turismo, porque a pesquisa não abordou esse tópico, porém mais da metade dos entrevistados alegaram que no momento da contratação, não valorizaram sua formação e sim

a experiência para serem contratados. Essa conduta dos empregadores, não seria uma resposta ao desconhecimento ou desconfiança da formação desses profissionais do turismo, já que todos os entrevistados responderam que o conteúdo dado na disciplina de Sociologia não supriu as necessidades para sua atuação profissional? Os próprios entrevistados afirmaram que o que se utiliza em práticas profissionais não é um conhecimento adquirido em sala de aula da disciplina de Sociologia e equivalentes, o que é utilizado nos seus empregos é um conhecimento adquirido de experiências em empregos anteriores ou atuais.

Obviamente a disciplina se mostrou importante para a formação dos entrevistados, já que todos se propuseram a trabalhar na área social, porém quando perguntado se utilizam os conhecimentos da Sociologia no seu trabalho, apenas dois responderam 'sim' com nível freqüente. Logo, o conhecimento teórico ligado à disciplina de Sociologia e equivalentes aprendidos nas faculdades de turismo, não casam com as práticas necessárias da ciência social aplicada para o turismo.

### **3.5.3. Resultados e Respostas dos ‘Leigos’ da área turística**

Para se entender a imagem que pessoas, que não atuam na área turística, possuem das atividades do profissional e do estudante do turismo quanto a sua formação e atuação profissional na sociedade, baseado nas sugestões propostas por Belmonte (2003), elaborou-se um questionário denominado “Questionário Geral”.

Esse questionário contém questões fechadas e de múltipla escolha (Anexo 3), perfazendo um total de 7 questões.

Obtiveram-se as respostas para análise, através do ‘Questionário Geral’ (Anexo 3). Este se refere a questões direcionadas a pessoas comuns não ligadas ao turismo, que não tinham conhecimentos específicos quanto ao profissional, sua formação acadêmica ou aos conhecimentos específicos do mercado e da economia do turismo.

Os selecionados foram abordados aleatoriamente no Salão do Turismo realizado durante dois dias na cidade de São Paulo em Setembro de 2007. Foram entrevistadas mais de cem pessoas e dessas aproveitou-se sessenta.

Em relação ao perfil das pessoas entrevistadas, obteve-se dados referentes à idade, sexo e profissão, esta com a intenção de verificar se o entrevistado era, ou não, profissional da área, conforme as tabelas 3.1, 3.2 e 3.3 respectivamente. Dos 60 entrevistados, os dados mostraram que, quanto à faixa etária um pouco mais da metade tem entre 31 e 40 anos, a

maioria do sexo feminino, com profissões variadas sendo muitos autônomos e trabalhadores da área de serviços.

**Tabela 3.1 : Idade**

<b>Faixa etária</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
17 – 20	9	15,00
21 – 30	32	53,33
31 – 40	12	20,00
41 – 50	7	11,66
<b>Total</b>	60	100,00

**Tabela 3.2 : Sexo**

<b>Sexo</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Masculino	19	31,66
Feminino	41	68,33
<b>Total</b>	60	100,00

**Tabela 3.3 : Profissão**

<b>Profissão</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Do lar	11	18,33
Administrador de Empresas	9	15,00
Professor	8	13,33
Engenheiro	6	10,00
Advogado	4	6,66
Enfermeiro	2	3,33
Outros	20	33,33
<b>Total</b>	60	100,00

Procurou-se saber se o entrevistado conhecia algum acadêmico e profissional da área, pois estes poderiam através de suas atribuições ou formação, auxiliá-lo previamente no julgamento da escolha das respostas. Quanto às respostas obtidas, sobre o conhecimento de alguém formado na área de turismo (40%) dos entrevistados conheciam alguém formado na área, e desses (60%) exerciam a profissão.

Por isso, as respostas seguintes podem revelar que pôde haver uma identificação desses profissionais do turismo, conhecidos dos entrevistados, em um tipo de indução no momento destes escolherem as respostas.

**Tabela 3.4 : Conhecem profissionais formados na área**

<b>Conhecem turismólogos</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	24	40,00
Não	36	60,00
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,00</b>

**Tabela 3.5 : Exercem a profissão**

<b>Exercem a profissão</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Sim	14	58,00
Não	10	42,00
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100,00</b>

O mais importante deste questionário se mostrou na tabela 3.6 que traz informações, segundo os entrevistados, onde devem ser os locais e empregos onde existem maiores atuações e onde se atribuem maiores atividades dos profissionais do turismo.

Aos entrevistados foram dadas às opções, em uma escala de importância de 1 (mais importante) a 18 (menos importante), com isso se avaliaram os resultados das ordens de importância e a porcentagem de escolha dos entrevistados de cada item optado.

Dentre as muitas opções oferecidas no questionário, as opções: ONGs Comunitárias, Planejamento e Pesquisas Urbanas, Imprensa e Magistério (ou seja, as localidades e atribuições onde o turismólogo que atua no âmbito social tem maior atuação) foram às respostas com índices mais baixos; em oposto a Operadoras, Agências de Viagens, Hotelaria, Companhias Aéreas e Restaurantes.

Vale ressaltar que no item “Órgão Público do Setor” a própria palavra informa que o órgão público seria o setor de turismo, ou seja, que supostamente deveriam ter profissionais

da área, e mesmo assim para esses entrevistados, foi classificado em 11º lugar na ordem de atribuições de atividades do turismólogo.

Apenas como observação, já que não é uma pergunta de pesquisa desse trabalho, surpreendeu que as empresas relacionadas a restaurantes e similares, quanto às atribuições do turismólogo, estejam em um índice acima das empresas de lazer. Leva-se a pensar que em função de maiores quantidades de faculdades de Gastronomia e das disciplinas de Alimentos e Bebidas, Sala e Bar, e outras, estarem vinculadas as faculdades de turismo, os leigos associam o turismólogo diretamente a esses locais de trabalho; e quanto às empresas de lazer e parques, a área ainda está associada aos profissionais de educação física. O mesmo se pode dizer quanto aos guias de turismo, que só tiveram o 5º lugar depois das empresas de transportes (marítimo, rodoviário e ferroviário), decorreu-se porque os guias estão também vinculados à idéia de serem profissionais formados em tradutores intérpretes. Esses assuntos podem ser temas para futuras pesquisas.

Constata-se dessa forma, que para os leigos, para quem não entende das atividades e atribuições plenas do profissional, o turismo ainda é profissão ligada à administração e operacionalização de empresas turísticas e de entretenimento, não tendo vínculo às questões de cunho social.

#### Legendas da Tabela 3.6:

**T = Índices**

**R = Respondentes**

**% = Porcentagens**

<b>A</b>	<b>Operadoras e Agências</b>	<b>J</b>	<b>Centros Culturais (Museus)</b>
<b>B</b>	<b>Hotéis</b>	<b>K</b>	<b>Orgãos Públicos do Setor</b>
<b>C</b>	<b>Cias Aéreas</b>	<b>L</b>	<b>Magistério</b>
<b>D</b>	<b>Empresas de Transportes</b>	<b>M</b>	<b>Esportes e Meio Ambiente</b>

<b>E</b>	<b>Guia de Turismo</b>	<b>N</b>	<b>Empresas de Consultoria</b>
<b>F</b>	<b>Restaurantes Bares e Similares</b>	<b>O</b>	<b>Empresas Corporativas</b>
<b>G</b>	<b>Empresas de Entretenimento</b>	<b>P</b>	<b>Imprensa e Editoras</b>
<b>H</b>	<b>Organizadora de Eventos</b>	<b>Q</b>	<b>Planejamento e Pesquisa Urbanas</b>
<b>I</b>	<b>Parques Temáticos</b>	<b>R</b>	<b>Ongs Comunitárias</b>

Tabela 3.6 : Locais de trabalho atribuídos ao turismólogo

<b>T</b>		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>N</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>
<b>1</b>	<b>R</b>	60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>2</b>	<b>R</b>	-	57	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	95	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3</b>	<b>R</b>	-	2	52	2	1	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	3,33	86,66	3,33	1,66	1,66	-	1,66	1,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>4</b>	<b>R</b>	-	1	-	51	2	1	-	2	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	1,66	-	85	3,33	1,66	-	3,33	-	3,33	1,66	-	-	-	-	-	-	-
<b>5</b>	<b>R</b>	-	-	3	-	56	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	5	-	93,33	1,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>6</b>	<b>R</b>	-	-	2	4	1	45	4	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	3,33	6,66	1,66	75	6,66	3,33	-	-	3,33	-	-	-	-	-	-	-
<b>7</b>	<b>R</b>	-	-	-	3	-	8	42	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	-	5	-	13,33	70	11,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>8</b>	<b>R</b>	-	-	-	-	-	4	4	13	4	5	8	-	6	9	7	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	-	-	-	6,66	6,66	21,66	6,66	8,33	13,33	-	10	15	11,66	-	-	-
<b>9</b>	<b>R</b>	-	-	-	-	-	-	-	10	29	9	8	-	-	4	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	-	-	-	-	-	16,66	48,33	15	13,33	-	-	6,66	-	-	-	-
<b>10</b>	<b>R</b>	-	-	-	-	-	-	5	10	-	41	-	-	4	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	-	-	-	-	8,33	16,66	-	68,33	-	-	6,66	-	-	-	-	-
<b>11</b>	<b>R</b>	-	-	-	-	-	-	1	5	6	-	36	12	-	-	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	-	-	-	-	1,66	8,33	10	-	60	20	-	-	-	-	-	-
<b>12</b>	<b>R</b>	-	-	-	-	-	-	-	3	5	-	-	36	-	16	-	-	-	-
	<b>%</b>	-	-	-	-	-	-	-	5	8,33	-	-	60	-	26,66	-	-	-	-

13	R	-	-	-	-	-	-	4	5	-	1	-	-	36	5	9	-	-	-
	%	-	-	-	-	-	-	6,66	8,33	-	1,66	-	-	60	6,6	15	-	-	-
14	R	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	5	8	5	24	5	5	-	-
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	13,33	-	8,33	13,33	8,33	60	8,33	8,3	-	-
15	R	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	3	10	-	29	8	-	-
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	11,66	-	-	5	5	-	48,33	13	-	-
16	R	-	-	-	-	-	-	-	2	-	2	-	1	2	2	4	47	-	-
	%	-	-	-	-	-	-	-	3,33	-	3,33	-	1,66	3,33	3,33	6,66	78	-	-
17	R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	54	-
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	-	32	-
18	R	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	3	54
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	5	90

Para se entender o que os entrevistados, que ignoram o assunto do turismo, pensam sobre a formação acadêmica do turismólogo, e especificamente se essas pessoas associam estes com uma formação e preparo para o social, criou-se a tabela 3.7.

A intenção desses resultados é descobrir de que modo os entrevistados, leigos no turismo, enxergam a preparação do turismólogo, e o que eles pensam sobre o que se oferece como disciplinas de formação em uma faculdade de turismo.

Foram oferecidas 36 opções com possibilidades, para que se marcasse mais de uma alternativa, por isso não se totalizou a quantidade de entrevistados, pois cada respondente poderia marcar mais de uma alternativa, dessa forma, se computou apenas as porcentagens em cada alternativa de resposta oferecida para escolha.

Os dados revelam que as disciplinas de Português, Sociologia, Identidade Corporativa e Cultura Organizacional, Cartografia e Fotografia e Teologia formam as disciplinas menos assinaladas.

Percebeu-se um desconhecimento dos entrevistados, do que fosse a disciplina de Identidade Corporativa, por isso o baixo resultado. Apenas 27 entrevistados (45%) responderam que achavam que Ética fosse disciplina oferecida, porque muitos vincularam esse conhecimento às disciplinas de Sociologia ou Direito. Vale salientar que de 60

entrevistados somente 25 (41,6%) responderam sobre a disciplina de Antropologia estar vinculada ao conhecimento de Turismo, uma resposta muito baixa, se pensar que o Turismo praticamente existe como ciência, porque trabalha com os estudos das diversidades culturais e étnicas.

Um detalhe importante é que a entrevistadora adicionou a disciplina Didática para o Ensino Superior como opção para os entrevistados, originalmente essa disciplina não existe nos currículos de turismo, mas teve 51 escolhas (85%) na idéia destes, como uma disciplina obrigatória para formação. Alguns entrevistados questionaram se Metodologia do Trabalho Científico era também uma disciplina ligada à formação específica para docência, foi necessário explicar o que era a disciplina (fundamentos para o preparo do bacharel na área da pesquisa), e mesmo assim, o nível de escolha para essa opção também foi baixo, entende-se que os leigos não vêem o turismólogo ligado a pesquisa.

A maioria dos entrevistados não pensa na Teologia como fundamento para o Turismo, os oito entrevistados que responderam positivamente associaram, porque acharam que precisariam ter essa especialização se o profissional quisesse trabalhar com turismo religioso, e não vinculou a intenção da disciplina com a formação moral e de valores do futuro profissional.

As disciplinas mais assinaladas foram Administração de Empresas, Teoria e Técnicas do Turismo, Hotelaria, Fundamentos Geográficos, Planejamento e Organização do Turismo e línguas.

Questionou-se pelos entrevistados, se a disciplina de Planejamento e Organização do Turismo não era a mesma coisa que Administração de Empresas, dessa maneira, foi necessário explicar o que era a disciplina. Logo, não se sabe se a resposta foi induzida pelo entrevistador aos entrevistados.

Ressalta-se desse modo, que para quem não entende das atividades e atribuições plenas do turismólogo, as disciplinas de Administração de Empresas e as ligadas à formação técnica (Agenciamento e Hotelaria), Geografia (necessário para saber montar roteiros, guias de turismo) e Línguas ainda estão associadas as principais e mais importantes na preparação do futuro profissional do turismo, relevando-se totalmente as disciplinas de cunho social.

Os resultados dessa pergunta estão demonstrados na tabela a seguir:

**Tabela 3.7 : Opções de disciplinas de formação em uma faculdade de Turismo .**

<b>Disciplinas oferecidas para opção de escolha</b>	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Administração de Empresas	60	100
Teoria e Técnicas do Turismo	60	100
Fundamentos Geográficos	60	100
Hotelaria	60	100
Espanhol	60	100
Planejamento e Organização do Turismo	60	100
Inglês	60	100
Planejamento e Organização de Eventos	58	96,66
Economia	56	93,33
História da Arte	55	91,66
Gastronomia	54	90
Mercadologia e Publicidade	53	88,33
Gestão Ambiental	53	88,33
Relações Internacionais	53	88,33
História da Cultura	52	86,66
Didática para o Ensino Superior	51	85
Marketing	51	85
Transportes	48	80
Psicologia	45	75
Informática	45	75
Matemática Financeira	44	73,33
Direito	42	70

Políticas Públicas	38	63,33
Hospitalidade	33	55
Contabilidade	31	51,66
Estatística	30	50
Ética	27	45
Metodologia do Trabalho Científico	25	41,66
Antropologia	25	41,66
Cerimonial e Protocolo	23	38,33
Português	22	36,66
Sociologia	20	33,33
Identidade Corporativa e Cultura Organizacional	13	21,66
Cartografia e Fotografia	11	18,33
Teologia	8	13,33

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal verificar se os bacharéis em turismo têm competências para atuar no campo social e se podem trabalhar como agentes sociais. Através da pesquisa bibliográfica, verificaram-se os limites e possibilidades de sua atuação em alguns segmentos do turismo que trabalham especificamente os modelos de aplicabilidade comunitária, sustentável e social, e dessa forma se compreendeu que o campo de trabalho para o bacharel existe e pode ser muito explorado. Há limites de área pública, mas a partir de um balanço final entre as limitações e possibilidades de sua atuação, os resultados se mostraram muito mais positivos para as possibilidades de trabalho na área social, quando bem orientado e preparado na sua formação acadêmica para essas ações.

Um dos principais objetos de estudo foi a análise da sua formação acadêmica, para se entender e identificar se esses futuros profissionais são cientes e competentes para esse campo de atuação na sociedade. Desse modo, foram comparados os cursos de duas universidades de turismo com pretensões sobre a formação dos alunos bem distintos: Uma com ideal de formar um administrador, o proprietário de empresas turísticas, com o currículo totalmente voltado

ao empreendedorismo; a outra, também apresenta uma proposta de formação para o mercado, porém com uma matriz curricular com maior quantidade de disciplinas voltadas às Ciências Sociais.

Constata-se que as faculdades formam os alunos baseados nas competências exigidas pelas diretrizes curriculares do curso de turismo, mas há contradições e inadequações do curso quanto a visão do administrador para a responsabilidade social e pela falta de informações sobre todas as potencialidades de atuação do turismólogo, provenientes de matrizes curriculares, ementas e a da própria formação do docente.

Diante dos resultados obtidos, se percebeu que menos da metade de formados em turismo trabalham nos setores sociais do turismo, porém há outros profissionais de outras formações atuando nesse campo, ou seja, não é um mercado de trabalho definido para o turismólogo. O próprio bacharel ainda não conseguiu conquistar e provar sua competência para essa atuação, porque se entende que além do problema de formação e falta de informação quanto ao seu campo de atuação, o grande interesse dos egressos e do próprio mercado (quanto às oportunidades empregatícias na área) ainda são nas atividades tradicionais. Ratificado através das respostas da tabela 1.8.1. A própria iniciativa privada e pública, representada pela sociedade de forma 'geral' nos questionários, associa a atividade dos profissionais somente as especializações tradicionais (Agenciamento, Hospedagem ou Transportes). Dentro dessa perspectiva a universidade estrutura os cursos para a sociedade e para o empresariado.

Mais da metade dos entrevistados, turismólogos e profissionais que trabalham com a área social do turismo, alegaram que no momento da contratação, não valorizaram sua formação e sim a experiência. Essa conduta dos empregadores, não seria uma resposta ao desconhecimento ou desconfiança da formação desses profissionais do turismo, já que todos os entrevistados responderam que o conteúdo dado na disciplina de Sociologia não supriu as

necessidades para sua atuação profissional? Os próprios entrevistados afirmaram que o que utilizam em práticas profissionais não é um conhecimento adquirido em sala de aula, o que utilizam é um conhecimento adquirido de experiências em empregos anteriores ou atuais. Obviamente as disciplinas de Ciências Sociais se mostraram importantes para a formação dos entrevistados, já que todos se propuseram a trabalhar na área social, porém quando foi perguntado se utilizavam os conhecimentos da Sociologia no seu trabalho, apenas dois responderam 'sim' com nível freqüente. Logo, o conhecimento teórico ligado à disciplina de Sociologia e equivalentes aprendidos nas faculdades de turismo, não casam com as práticas necessárias da ciência social aplicada para o turismo.

O estudo também mostrou que nesse momento de transição a tônica que vem delineando o processo de formação do perfil do profissional se alterna entre as exigências do mercado de trabalho sob o ponto de vista de quem emprega ou de quem forma, e a ótica de quem é formado, do empregado ou da sociedade que exige hoje um comprometimento com a responsabilidade social.

Embora tecnicamente essas condições obedeçam aos padrões mínimos exigidos por lei, carecem de melhoria nos itens já referenciados. Esses problemas todos influenciam na qualidade do processo educacional, bem como no perfil do profissional que os Cursos de Turismo estão formando. Portanto, é necessário também repensar o papel do curso de turismo, não apenas na questão da distribuição das disciplinas pela grade curricular, incluindo ou excluindo disciplinas com terminologias diferentes (porém que significam o mesmo), mas também se faz necessário um repensar mais profundo comprometido com o perfil do profissional que se deseja formar. É no sentido de contribuir com as discussões em torno desse assunto que se propôs este trabalho.

Em todas as questões levantadas se verificou a necessidade de melhor educação e informação, para que as pessoas possam discutir as questões relativas ao turismo com maior e melhor conhecimento.

O mercado competitivo e as transformações tecnológicas, ambientais, econômicas, culturais e sociais provocaram modificações na visão de muitos profissionais recém formados. As exigências cada vez maiores do mercado de trabalho levaram os profissionais a refletir sobre a necessidade do constante aperfeiçoamento e a absorção de novos conhecimentos. O atual mercado impõe aos profissionais, independente da sua formação específica, a necessidade de possuir uma bagagem teórica estruturada e conhecimentos diversificados que vai muito além da sua própria área de atuação. O profissional que pretende ser bem sucedido deve expandir constantemente seus conhecimentos em consonância com o ambiente que o rodeia.

Existe uma lacuna entre o que o aluno possui de expectativas depois de formado e a realidade do mercado turístico. Bourdier (1998) aponta essa separação entre sistema educativo e sistema produtivo mediado pelo poder do diploma. De acordo com Bordier e Boltanski (1998), o diploma confere autonomia com relação ao sistema produtivo, universaliza o trabalhador deixando-o independente da empresa em que trabalha. De outro lado, os diplomas conferem direitos universais, ele “*garante uma competência de direito que pode ou não corresponder a uma competência de fato*”. (BOURDIER et BOLTANSKI, 1998, p.132).

Esse sistema de ensino de modernização social caracteriza-se por gerar “*expectativas de mobilidade intergeracional à educação (...) o papel de tribunal neutro de seleção para as posições estratificadas*” (RAMA, 1987, p.58) por diminuir “*os níveis acadêmicos que facilitam a promoção formal de setores de origem sociocultural baixa*” (Ibidem, p.60) e finalmente por *propiciar o crescimento de uma massa de intelectuais cujo volume torna difícil sua assimilação pelos mecanismos de poder*”(Ibidem, p.63) o que pode ser claramente

comprovado em muitos cursos de Turismo, as faculdades diminuem o nível de exigência para manter os 'clientes' e os formados não encontram o lugar que esperavam nos setores públicos de planejamento do turismo.

Se esses alunos diplomados não estão habilitados a trabalharem, haveria razão suficiente para a separação entre meio acadêmico e meio empresarial, cabe se perguntar se os diplomas que estão sendo oferecidos nos cursos de turismo vêm acompanhados dos saberes necessários para o desempenho das diferentes tarefas do Turismo, os cursos estão substituindo a diretriz de oferecer múltiplos perfis profissionais, por formar um profissional com muitos perfis. No Brasil esses três setores, empresas privadas, poder público e academia, atuam sem diálogos entre si, de forma isolada. São constatações que podem ser sugeridas para futuras pesquisas relacionadas com o tema aqui desenvolvido.

As disciplinas técnicas no turismo são sempre as mais destacadas como balisadoras para se avaliar um curso de turismo, no entanto, na atualidade consideram-se necessários o incremento e a melhoria de outras áreas, e que haja uma estrutura jurídico-administrativa que planeje o turismo receptivo, o social e a hospitalidade. Por isso, cabe aos coordenadores de cursos prepararem pensadores e pesquisadores para a área.

As mudanças por que passa a sociedade em geral estão se refletindo na atividade turística e indicam a necessidade de novas políticas e formas de gestão. Trata-se de um processo que precisa evoluir gerando alternativas para o aprimoramento da oferta e de novas formas de administração e comercialização, tendo em vista as principais mudanças que estão ocorrendo com as pessoas sejam elas turistas aqueles os que os recebem. São as relações entre estas pessoas, seus sentimentos, suas necessidades, suas formas de ver e perceber o mundo que estão passando por transformações profundas gerando novas necessidades e desejos que precisam ser entendidos para que se possa gerenciar a atividade e definir novos rumos para o planejamento.

Toda mudança social passa necessariamente por uma mudança no ensino. É importante que exista uma política acadêmica voltada para a divulgação de informações que auxiliem a abordagem efetiva dos problemas e incentive a experimentação e proposição de procedimentos inovadores, em um cenário onde a criatividade é fundamental para o sucesso.

A atividade turística ultrapassa a dimensão econômica e avança no plano social, implicando em relações de confiança e solidariedade, de comprometimento e reciprocidade, na formação de vínculos entre as pessoas com base em interesses comuns e no estabelecimento de relações hospitaleiras. Quando isto não acontece a sustentabilidade da atividade turística e da comunidade na qual ela se desenvolve ficam seriamente comprometidas.

As pesquisas científicas desenvolvidas nas universidades indicam claramente que o turismo não é apenas um negócio e que sua abordagem não pode se limitar a uma pluralidade de lógicas redutíveis a determinantes econômicos. O reducionismo à lógica do mercado vem se traduzindo na crescente desigualdade e exclusão social que nos afronta a cada dia. A superação dos entraves que inquietam a nossa sociedade requer a parceria constante entre universidade e sociedade, na busca de soluções que atendam aos interesses de todos e avance na construção de um projeto social comum. (DENCKER, 2004).

É necessário, para as disciplinas que envolvam responsabilidade Social, que o aluno tenha a prática, a vivência, tornando-se imprescindível para que consiga estabelecer-se no mercado de trabalho de forma responsável. O bacharel pode ter a oportunidade com essas práticas de fazer jus ao que se propõe a cumprir no decorrer do curso, ou seja, tornar-se mais apto como profissional comprometido com a responsabilidade e compromisso social. Sendo assim, enquanto não houver vontade de mudar, de melhorar a qualidade do ensino das escolas e das universidades no que tange ao turismo, será impraticável uma conscientização das pessoas em relação aos fatores que formam esta atividade.

A inovação do ensino no setor de turismo passa por uma abordagem que ultrapassa a superfície do fenômeno turístico na forma como hoje se apresenta, balizado pelo mercado, indo fundo na própria origem das trocas sociais, na formação dos vínculos, na construção da solidariedade e da inclusão social, pois apenas a compreensão dos princípios que se colocam na base do fenômeno turístico permitirá uma revisão dos conceitos e a formação de profissionais inovadores e criativos, sintonizados com as necessidades de seu tempo e de sua sociedade.

O turismo não pode ser um instrumento apenas de alternativa de crescimento sustentável do padrão vigente, mas sim o compromisso de provocar a ressurgência social, ou seja, os administradores ou planejadores devem ter consciência da importância do trabalho interdisciplinar com os turismólogos como possibilidades reais e não utópicas, viabilizando metodologias e tecnologias que possam ser compartilhadas entre os cidadãos. O compromisso passa a ser o da construção de metodologias e categorias de análise que visem proporcionar às cidades um modelo de desenvolvimento. Portanto, a escolha por tal pesquisa se deu por acreditar que esse objeto – o perfil do aluno e do profissional do turismo, bem como a estrutura curricular das faculdades relacionadas – represente algo significativo para repensar o ensino e as práticas de administração social no cotidiano não só da universidade, mas de todas as organizações. Compreender, ao menos em parte, as novas configurações, as exigências sociais e as transformações nas relações de trabalho tem sido relevante para o nosso aprendizado.

Para que o turismo assuma um papel relevante como gerador de emprego e renda, a vocação natural do Brasil para o turismo precisa ser consolidada de modo permanente e se situar acima de interesses políticos ou ideológicos, porque o país, os estados e, sobretudo os municípios precisam de alternativas para desenvolver suas comunidades. Cabe ao turismólogo realizar esse projeto.

Penso que posso julgar respondidas as questões que deram origem a esta pesquisa. Espero que este trabalho auxilie os profissionais do turismo, instituições e pesquisadores, no alerta que somente um planejamento participativo e multidisciplinar será capaz de compartilhar valores, objetivos e idéias comuns para o desenvolvimento do turismo social. É evidente que cada ator social do turismo (governo, empresários, ONGs, comunidade, turista) se beneficie e exerça níveis diferentes de influência nas decisões do turismo, mas o benefício principal gerado pelo turismo para a comunidade – a melhoria da qualidade de vida – deve ser garantido.

A base do envolvimento comunitário é a solidariedade. É dessa solidariedade que a atividade turística precisa para que os recursos naturais brasileiros, administrados com seriedade, responsabilidade e modernidade possam consolidar a democracia, reduzir a pobreza e equacionar a diferença da qualidade de vida entre ricos e pobres.

## BIBLIOGRAFIA

ALENCAR, Lindelmes. A responsabilidade Social dos empreendedores turísticos, de acordo com o plano de desenvolvimento econômico do Estado do Ceará. In: **Turismo e Desenvolvimento Social Sustentável. Anais do 1º Seminário Internacional de Turismo**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

ALEXANDRE, L.M. Projetos Interdisciplinares no Curso de Turismo: Uma prática possível. In: Aguiar e Bahl (orgs) **Competência Profissional no Turismo e Compromisso Social**. São Paulo: Roca, 2006.

ALMEIDA, Marcelo V. Turismo Social: Por uma compreensão mais adequada deste fenômeno. In: Bahl, M. **Turismo. Enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2006.

ASCANIO, A (a) **Las contradicciones del turismo cultural, la economía y la política**. Disponível em site: [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org) Pesquisado em Novembro de 2008.

\_\_\_\_\_ (b) Turismo: **La reestructuración cultural**. Disponível em site: [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org) Pesquisado em Novembro de 2008.

BAHL, Miguel. Dimensão cultural do turismo étnico. In: Panosso et al. **Segmentação do Mercado Turístico: Estudos, Produtos e Perspectivas**. São Paulo: SENAC, 2008.

BAPTISTA, Mário. **Turismo. Competitividade Sustentável**. Lisboa: Verbo, 1997.

BARRETO, Tamanini et Silva. **Discutindo o Ensino Universitário de Turismo**. Campinas: Papirus, 2006.

BLASS, L. “**A formação multicultural do trabalhador assalariado brasileiro: O Invisível Pertinente**”. Disponível em site: [www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/174/174.pdf](http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/174/174.pdf) Acessado em Junho de 2007.

BRANDÃO et Aldrigue. **Turismo e Educação: Dois Alicerces Indispensáveis**. Disponível em site: [www.periodicodeturismo.com.br](http://www.periodicodeturismo.com.br) Acessado em Agosto de 2006.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Temas transversais**. Brasília: MEC/SEF,1997.

BRAVERMAN, Harry. **Trabalho e Capital Monopolista. A Degradação do Trabalho no século XX**. São Paulo: Ed.Paz e Terra, 1987.

BELMONTE, Juliana. “**Análise de necessidades na área de turismo: Em busca de subsídios para adequação da disciplina Língua Inglesa**”. Dissertação de Mestrado. São Paulo: PUC, 2003.

BENI, Mario. Política, Planejamento e Desenvolvimento Sustentável do Turismo. In: Lages et al (Orgs.) **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

\_\_\_\_\_ Um outro turismo é possível? A recriação de uma nova ética. In: Gastal et al (orgs) **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

\_\_\_\_\_ **Análise estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2006.

BOURDIER et Boltanski. O Diploma e o Cargo: Relações entre o sistema de produção e o sistema de reprodução. In: Maria Nogueira e Catani (Orgs) **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BURKART et Medlik. **Tourism. Past Present and Future**. London: Heinemann, 1981.

CASTROGIOVANNI, Antonio. Turismo, Ecoturismo e Sustentabilidade: Inquietações e Possibilidades. In: Gastal et al (Orgs) **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

CHOAY, F. **A Alegoria do Patrimônio. O grande projeto de democratização do saber**. São Paulo: Unesp, 2001.

COLLINS. **Tourism Analysis Magazine, v.7** Nova York.

CORIOLOANO, Luzia. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

\_\_\_\_\_ **Turismo e Desenvolvimento Social Sustentável.** Anais do 1º Seminário Internacional de Turismo. Fortaleza: EDUECE, 2003.

CRUZ, S. **Educação Superior e Turismo: Impressões sobre a avaliação dos cursos de graduação nos processos de reconhecimento dos cursos de graduação em turismo no Brasil.** Artigo apresentado no XXVI CBTUR (Congresso Brasileiro de Turismo). Fortaleza: Cd- Room, 2006.

DEGRAZIA, Carolina. **Construindo Competências na Formação Profissional em Turismo** Disponível em site: [www.periodicodeturismo.com.br](http://www.periodicodeturismo.com.br) Acessado em Agosto de 2006.

DENCKER, Ada. **Planejamento Turístico: Propostas Inovadoras de Ensino.** – UAM Trabalho apresentado ao GT Ensino e Pesquisa do VI Congresso Mercocidades, Porto Alegre, 2004.

DENCKER et Via. **Pesquisa Empírica em Ciências Humanas.** São Paulo: Futura, 2002.

DONAIRE, Denis. Considerações sobre a Variável Ecológica, as Organizações e o Turismo In: Lages et al (Orgs.) **Turismo: Teoria e Prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo. **Programa Ecoturismo.** Brasília: Embratur, 1991.

FERNANDES, Agnes. Turismo Rural: Lazer e Proteção Ambiental na Sociedade Pós-Industrial. In: Bahl, M. (Org) **Perspectivas do Turismo na Sociedade Pós Industrial.** São Paulo: Rocca, 2006.

FONSECA, M. Para além da pedra e do cal: por uma concepção ampla de patrimônio cultural. In: Chagas (org) **Memória e Patrimônio: Ensaios Contemporâneos.** Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

GIACOMINI FILHO, Gino. Atendimento e Responsabilidade Social como atributos da Qualidade do Turismo. In: Lages et al (Orgs.) **Turismo: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

GREENWOOD, D. “Culture by the Pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commodization”. In: Smith, V. **Hosts and guests, the anthropology of tourism.** Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1995, pp. 170-185.

HAWKINS et Kahn. Oportunidades para o turismo ecológico nos países em desenvolvimento. In: Theobald, W. **Turismo Global.** São Paulo: SENAC, 2000.

HIRATA, Helena. Os mundos do trabalho: convergência e diversidade num contexto de mudança dos paradigmas produtivos. In Casali, Alípio et al. (orgs.), **Emprego e educação. Novos caminhos no mundo do trabalho**. São Paulo: Educ, Rhodia, 1977.

IANNI, O. **A Sociedade Global**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2000.

IRVING, Marta. Educação Ambiental como premissa ao desenvolvimento do turismo. In: Vasconcelos, F. (Org) **Turismo e Meio Ambiente**. Fortaleza: UECE, 1998.

KRIPPENDORF, Jost **The Holiday Makers – Understanding the Impact of Leisure and Travel**. London: Heinemann, 1987.

KUHN, Thomas. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

LEMOS, Angela. A sociedade, as teorias educacionais, o ensino do turismo e o papel do bacharel em turismo. In: Neto et Maciel (Orgs) **Currículo e Formação Profissional**. Campinas: Papirus, 2002.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 1998.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA **Diretrizes curriculares para os cursos de graduação**. Disponível em [www.mec.gov.br/sesu/ftp/Turismo-DC.rtf](http://www.mec.gov.br/sesu/ftp/Turismo-DC.rtf) Acessado em Agosto de 2008.

MOESCH, Marutscha. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MONTEJANO, J. **Estructura del Mercado Turístico**. Madrid: Alianza Universidad, 2000.

MOSER, G. **Antropologia do Turismo, Sociologia e História**. Blumenau: Asselvi, 2004.

MOZINE, Augusto C. S. **Políticas Públicas de Meio Ambiente e Sustentabilidade Urbana: Um enfoque nos projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo no Brasil**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: PUC, 2008.

MURPHY, Peter. Turismo e Desenvolvimento Sustentado. In: Theobald, W. **Turismo Global**. São Paulo: SENAC, 2001.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Empresa y Sociedad**. Universidade de Valencia, 1995, Valencia.

ONGs, Fórum Internacional das - **Tratado de educação ambiental para sociedades sustentáveis e responsabilidade global.** Rio de Janeiro: Material Fotocopiado, 1992. p.4.

ORTIZ, Renato. **Cultura e Mega-Sociedade Mundial.** São Paulo: Lua Nova. Revista de Cultura e Política nº 28/29, CEDEC, 1993. p.292-293.

PAIVA, Maria. **Sociologia do Turismo.** Campinas: Papirus, 2001.

PERRENOUD, Phillipe. **Construir Competências desde a Escola.** Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

PERROT, Michelle. As três eras da disciplina industrial na França do século XIX. Cap 2. In: **Os Excluídos da História. Operários, Mulheres e Prisioneiros,** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. **Relatório Brundtland.** Disponível em [www.pnuma.org](http://www.pnuma.org). Acessado em Novembro de 2008.

RAMA, German. Estilos Educacionais In: Saviani, Dermeval et al. **Desenvolvimento e educação na América Latina,** São Paulo: Cortez, 1987.

RAYKIL, Eladyr et Cristiano. **Turismo Pedagógico: Uma Interface diferencial no Processo Ensino –Aprendizagem.** Disponível em site: [www.periodicodeturismo.com.br](http://www.periodicodeturismo.com.br) Acessado em Agosto de 2006.

RELATÓRIO do grupo de trabalho da reforma universitária – **Relatório Meira Mattos.** São Paulo: Revista Paz e Terra, nr 9 out. pp 243-282, 1969.

RIBEIRO, Darcy. **O povo Brasileiro: A formação e sentido do Brasil.** São Paulo: Cia das letras, 1995.

RIBEIRO, Marcelo. Turismo Comunitário: Relações entre Anfitriões e Convidados. In: Panosso et al. **Segmentação do Mercado Turístico: Estudos, Produtos e Perspectivas.** São Paulo: SENAC, 2008.

RITCHIE. **Tourism and Hospitality Education.** v.31. St Gallen: Aiest, 1990.

SAKATA, Marici. **Tendências Metodológicas da Pesquisa Acadêmica em Turismo.** Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação ECA – São Paulo: USP, 2002.

SAMPAIO, Carlos. **Turismo como fenômeno humano: Princípios para se pensar a socioeconomia**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2005.

SALVAT, Sergio. Certificação do turismo um desafio para o turismo no Brasil. In: **Turismo e Desenvolvimento Social Sustentável. Anais do 1º Seminário Internacional de Turismo**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

SQUAREZI, Sandro. **O Perfil do futuro administrador: Da Formação Técnica à Educação para a Responsabilidade Social**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: PUC, 2003.

SHIGUNOV et Maciel (Orgs). **Currículo e formação profissional**. Campinas: Papyrus, 2004.

SILVA, E. **Refazendo a fábrica Fordista? Tecnologia e relações industriais no Brasil no final da década de 1980**. Campinas: Unicamp, 1993.

SIQUEIRA, Deis. **História Social do Turismo**. Brasília: Vieira, 2005.

SOBRINHO, J. D. **Avaliação: Políticas educacionais e reformas da educação superior**. São Paulo: Cortez, 2003.

TAMANINI, E. **Museu, arqueologia e o poder público: Um olhar necessário**. Campinas: Unicamp, 1998.

VIEIRA, Marcelo. **O Gênero como fator determinante para escolha de recepcionistas de hotéis**. Monografia de conclusão do curso de pós-graduação em Docência e Hotelaria para o Ensino Superior. São Paulo: Senac FCO/SP, 2006.

WOLFF, C. A Construção da Sustentabilidade nos Seringais em Crise: Uma Questão de Gênero. Alto Juruá, Acre/Brasil:1912 a 1943. In: **Projeto História**. N. 23. São Paulo: EDUC/FAPESP. nov de 2001. p. 243-261. p.252.



- A temática da diversidade cultural, étnica e de diferenças
- O estudo do universo conceitual que fundamenta o debate sócio-ambiental contemporâneo
- A política internacional, o significado de globalização, dentre outros.
- Relação homem-mundo na atividade turística. Diversidade dos espaços e cultura. Ética
- Outras. Quais? \_\_\_\_\_

6. Você imaginava que teria aula de Sociologia ou equivalentes focando esses assuntos?

- Sim                       Não

7. Você pretende trabalhar em atividades relacionadas à gestão social do turismo?

- Sim                       Não

8. Você já trabalha na área de turismo?

- Sim                      Qual área? \_\_\_\_\_

- Não

9. A disciplina de Sociologia ou equivalentes supriu suas expectativas?

- Sim                       Não

**ANEXO 2**  
**“Questionário de Profissional”**  
**O perfil do profissional que trabalha na área social do turismo**

Nome: \_\_\_\_\_

1. Idade: \_\_\_\_\_

2. Sexo: ( ) Masculino                      ( ) Feminino

3. Você tem nível superior na área de turismo ?

( ) Sim                      Em que ano se formou ? \_\_\_\_\_

( ) Não                      Qual sua formação ? \_\_\_\_\_

Se você respondeu “*não*” não continue a responder o questionário.

4. Você já teve alguma disciplina relacionada a Sociologia, Antropologia ou Filosofia nos seus estudos?

( ) Sim                      Qual? \_\_\_\_\_

( ) Não

5. Você considera a disciplina de Sociologia e equivalentes, importantes para sua formação profissional ?

Sim                       Não

6. Qual é a sua atividade ?

---

7. Você utiliza os conhecimentos da Sociologia no seu trabalho?

Sim                       Não

8. Com que frequência?

Sempre       frequentemente       às vezes       nunca

9. O que você utiliza ou pratica nas suas atividades é um conhecimento adquirido por meio:

de aulas na faculdade de turismo

de aulas em cursos específicos

de experiências em empregos anteriores

de experiências no meu atual emprego

Outras.              Quais? \_\_\_\_\_

10. O que foi importante para a sua contratação ?

Experiência anterior

- Formação
- Indicação
- Não sabe informar

11. O conteúdo dado na disciplina de Sociologia e equivalentes do seu curso de turismo vem ao encontro das necessidades exigidas pelo mercado de trabalho em que você atua?

- Sim                       Não

### ANEXO 3 “ Questionário Geral”

Nome: \_\_\_\_\_

1. Idade: \_\_\_\_\_

2. Sexo:             Masculino                       Feminino

3. Qual sua Profissão? \_\_\_\_\_

4. Você conhece alguém formado em turismo?

- Sim                                       Não

5. Essa pessoa exerce a profissão ?

Sim                                      O que ela faz? \_\_\_\_\_

Não

6. Onde se encontram os locais que você mais atribui atividades ao profissional de turismo?  
Assinale em ordem de importância de 1 a 18

Operadoras e Agencias de Viagens                       Hotéis

Parques temáticos                       Organização de Eventos

Cias Aéreas                       Restaurantes, Bares e Similares

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Transportadoras          | <input type="checkbox"/> Órgãos Públicos do setor                       |
| <input type="checkbox"/> Empresas de consultoria  | <input type="checkbox"/> Guia de Turismo                                |
| <input type="checkbox"/> Ongs Comunitárias        | <input type="checkbox"/> Empresas de Entretenimento (Lazer e Recreação) |
| <input type="checkbox"/> Esportes e Meio Ambiente | <input type="checkbox"/> Planejamento e Pesquisas Urbanas               |
| <input type="checkbox"/> Centros Culturais        | <input type="checkbox"/> Empresas corporativas privadas                 |
| <input type="checkbox"/> Imprensa e Editoras      | <input type="checkbox"/> Magistério                                     |

7. Quais são as disciplinas que você acha se estuda em um curso de turismo? (Assinale mais de uma se necessário)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Administração de Empresas                       | <input type="checkbox"/> Planejamento e Organização de Eventos |
| <input type="checkbox"/> Técnicas do Turismo                             | <input type="checkbox"/> Transportes                           |
| <input type="checkbox"/> História da Cultura                             | <input type="checkbox"/> Psicologia                            |
| <input type="checkbox"/> Antropologia                                    | <input type="checkbox"/> Fundamentos Geográficos               |
| <input type="checkbox"/> Metodologia                                     | <input type="checkbox"/> Teorometria                           |
| <input type="checkbox"/> Cartografia e Fotografia                        | <input type="checkbox"/> Cerimonial e Protocolo                |
| <input type="checkbox"/> Mercadologia e Publicidade                      | <input type="checkbox"/> Hospitalidade                         |
| <input type="checkbox"/> História da Arte                                | <input type="checkbox"/> Didática para ensino superior         |
| <input type="checkbox"/> Planejamento e Organização do Turismo           | <input type="checkbox"/> Relações Internacionais               |
| <input type="checkbox"/> Políticas Públicas                              | <input type="checkbox"/> Gastronomia                           |
| <input type="checkbox"/> Identidade Corporativa e Cultura Organizacional | <input type="checkbox"/> Gestão ambiental                      |
| <input type="checkbox"/> Inglês  | <input type="checkbox"/> Informática                           |
| <input type="checkbox"/> Matemática Financeira                           | <input type="checkbox"/> Estatística                           |
| <input type="checkbox"/> Sociologia                                      | <input type="checkbox"/> Espanhol                              |
| <input type="checkbox"/> Ética   | <input type="checkbox"/> Marketing                             |
| <input type="checkbox"/> Economia  | <input type="checkbox"/> Hotelaria                             |

Teologia

Direito

Português

Contabilidade

#### **ANEXO 4**

**“Artigo divulgando as vantagens de se cursar uma faculdade de Turismo”**

**Identidade principal**

**De:** "Marisa Csordas"  
**Para:** "Marisa Csordas"  
**Enviada em:** quinta-feira, 12 de março de 2009 21:10  
**Assunto:** Fw: Enviando email: G1 Vestibular e Educação - NOTÍCIAS - Área de turismo exige sensibilidade para fazer negócios

Sent: Thursday, March 12, 2009 8:07 PM

Subject: Enviando email: G1 Vestibular e Educação - NOTÍCIAS - Área de turismo exige sensibilidade para fazer negócios

02/10/07 - 20h02 - Atualizado em 02/10/07 - 20h04

## Área de turismo exige sensibilidade para fazer negócios

Gostar de viagens é fundamental na profissão.  
É preciso saber lidar com o público.

Do G1, em São Paulo



AMPLIAR

Alunos de turismo da UFMG em atividade (Foto: Divulgação/UFMG)

1

Viajar e ainda ganhar dinheiro: a combinação parece tentadora para um jovem a um passo de ingressar no mercado de trabalho. Esse é o lado glamoroso do mercado para quem faz a faculdade de turismo. Mas nem tudo é tão perfeito. No Brasil, por exemplo, muitas vezes a falta de infraestrutura ofusca um pouco o brilho do cotidiano da carreira. O profissional de turismo é o tema do Guia de Carreiras do G1 desta terça-feira (2).

Aí é que entram as habilidades do bacharel em turismo: é ele que tem de aliar o conhecimento à capacidade de planejamento e ao jogo de cintura para oferecer alternativas viáveis – e por que não dizer, rentáveis – de viagens, eventos, atrações, transportes, acomodações.

"O que a gente fala é que gostar de viajar é fundamental para quem vai fazer a faculdade. Mas não é o mais importante", afirma a professora do curso de turismo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Mariana de Oliveira Lacerda. "É necessário ter sensibilidade para perceber a potencialidade do território e das pessoas, perceber as características e as limitações."

2 Pareceu difícil? Bom, em termos práticos, o profissional de turismo deve saber que criar um parque aquático gigante em uma região pobre pode ser uma má idéia. Primeiro, o negócio pode ir por água abaixo economicamente e ficar sem clientes; e segundo, o empreendimento deve procurar ficar de acordo com características locais para gerar renda.

3 O que se espera de alguém que vai para a área é facilidade de comunicação para lidar com o público, conhecimento de idiomas e dinamismo. "O perfil do curso é para pessoas abertas e que não tenham problema de trabalhar nas férias, pois quando os outros estão de férias é que surgem as melhores oportunidades", diz o coordenador do curso da

12/3/2009

Universidade Federal Fluminense (UFF), A

#### O curso

④ De acordo com dados do Ministério da Educação (MEC) há cerca de 700 cursos superiores que levam turismo no nome. Alguns são turismo e hotelaria, outros são gestão de turismo e há ainda os que são turismo e ponto. Por isso, vale conferir a grade horária e o currículo da instituição que oferece o curso.

⑤ Basicamente, quatro grandes áreas devem ser abordadas na formação: os processos de agenciamento, o transporte turístico, hospedagem e o planejamento de eventos. As ênfases variam conforme a faculdade e a região em que está instalada. Um ponto a ser observado, segundo os especialistas ouvidos pelo G1, é se o curso oferece trabalhos de campo e atividades práticas.

Outra diferença acontece na modalidade dos cursos: alguns são de bacharelado e outros são tecnológicos. O bacharelado é um curso mais longo e, segundo as regras do MEC, deve ter tempo mínimo de três a quatro anos para conclusão, porque nele é oferecida a visão global de administração do turismo. Já o tecnológico, mais curto, aborda principalmente as aplicações e pode tratar das particularidades da hotelaria, por exemplo.

\* A partir deste mês o Guia de Carreiras do G1 será publicado quinzenalmente.

#### Observações:

1. Quando se pergunta para um aluno do 1º ano de faculdade de turismo, o porquê da decisão de cursar a faculdade, a primeira coisa que se ouve: “Porque eu gosto de viajar e de gente”. No artigo, para a autora cursar turismo é “Viajar e ganhar dinheiro” O lado *glamouroso* do turismo, mesmo com a falta de infra-estrutura (Qual??) “ofusca” o “brilho” do cotidiano da carreira... Como se os profissionais de turismo, trabalhassem em ambientes de oásis. “O profissional serve para oferecer alternativas viáveis e rentáveis de viagens, transportes, acomodações”. Não estaria errado se a profissão não se limitasse só a isso. O pior é quando é ratificado por um docente da área.
2. Um parque aquático numa região pobre pode ser uma má idéia, porque existem infinitos impactos socioambientais que devem ser estudados anteriormente, e não porque o “negócio pode ir por água abaixo economicamente e ficar sem clientes”, ou “o empreendimento deve ficar com características locais (!) para gerar ‘renda’”. Nota-se a única importância com a questão econômica.
3. É extremamente triste um coordenador de um curso de turismo, não mencionar a formação, as possibilidades, mas o conhecimento de línguas, “saber lidar com público” e “dinamismo” para trabalhar nas férias, “quando surgem melhores oportunidades”.
4. O que seria “os que são turismo e ponto” ????
5. Turismo é visto e sua formação em nível superior é divulgada apenas dessa forma: Agenciamento, Transportes, Hospedagem e Eventos. Limitante quando se tem um leque de atribuições do turismólogo em outros setores.

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)