

Análise sobre a realidade dos egressos do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão quanto à inserção no mercado de trabalho

Rosélis Barbosa Câmara¹

Mayres da Silva Sousa²

Roziúla Neves Lima³

Resumo:

Análise sobre a realidade dos egressos do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), graduados entre os anos de 2005 a 2013, quanto à introdução destes no mercado de trabalho, no setor do turismo. Apresenta-se um breve panorama da história dos cursos de Turismo, da inserção deste como formação superior nas Instituições de Ensino no Brasil. Aborda-se sobre as normas e diretrizes nas quais o Curso é embasado. A metodologia da pesquisa adotada para este trabalho foi a pesquisa exploratório-descritiva, com abordagem quantitativa, composta por dois momentos: o primeiro se centrou no estudo e sistematização das informações conceituais e documentais pertinentes ao objeto de estudo por meio de revisão literária de autores que tratam deste tema. E o segundo momento constitui-se de aplicação de questionário com vistas à obtenção de informações junto aos egressos do Curso de Turismo da UFMA. O resultado da pesquisa apresentou um quadro de dificuldades encontrado por estes egressos para a inserção no mercado de trabalho, no setor do turismo em São Luis/MA.

Palavras-chave: Turismo. Formação Profissional. Mercado. São Luís.

1. Introdução

Atualmente as economias mundiais estão criando estratégias para impulsionar o crescimento a exemplo do BRICS- Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, sigla que significa “tijolo” em inglês, que para este contexto significa bloco. Em pouco mais de uma década esses países conseguiram avançar de forma rápida e sólida de modo a atrair os olhares do mundo e despertar a atenção das economias mais fortes e antigas do planeta.

Considerados hoje motores chave para o crescimento do mundo, o propósito dos BRICS, de acordo com Lima (2013, p.13), é ter maior participação nas decisões econômicas mundiais e ser reconhecido potencialmente, diferente dos propósitos dos clássicos blocos

¹ Doutora em Linguística e Língua Portuguesa - UNESP (Araraquara/SP). Mestre em Comunicação e Cultura – UFRJ. Bacharel em Turismo – UFMA. Professora Adjunto II do Departamento de Turismo e Hotelaria – UFMA. Email: zelis.camara@yahoo.com.br

² Bacharel em Turismo. Universidade Federal do Maranhão. Email: yres_sousa@hotmail.com

³ Doutora e Mestre em Filologia e Linguística Portuguesa com Área de Pesquisa em Semiótica - UNESP/Assis, Bacharel em Turismo - UFMA. Professora Adjunto IV do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFMA. Email: rozuila@hotmail.com

econômicos como o MERCOSUL e a União Europeia que têm como foco uma zona de preferência ou de livre comércio para suas mercadorias. Suas pautas de discussões são a governança global, a reforma do FMI, e ações pontuais, como a criação de um banco de desenvolvimento voltado para a mobilização de recursos que serão destinados a projetos de infraestrutura e desenvolvimento sustentável nos países BRICS.

Este cenário atual da econômica mundial que mostra o Brasil numa posição de destaque, se apresenta como um importante desafio para o setor do turismo. Pois é de amplo conhecimento que a atividade turística é um fenômeno mundial visto como uma estratégia de desenvolvimento, dada sua contribuição relevante para a economia ao impulsionar o desenvolvimento, por meio da valorização dos patrimônios natural e cultural.

O turismo vem adquirindo cada vez mais destaque nos desejos e planejamentos de uma parcela crescente de pessoas, pois a atividade deixou de ser algo inacessível e pertencente apenas às classes econômicas mais elevadas para disseminar-se entre as mais distintas camadas econômicas e sociais de nossa sociedade. Não obstante o reconhecimento pela sua contribuição, sob uma gestão responsável com base num planejamento, resultando em grandes benefícios não apenas para turistas, mas para diversos segmentos do mercado envolvidos na atividade, tais como: fornecedores, empresas que trabalham com turismo (hotéis, restaurantes, locadoras de veículos, agências de viagens), comunidades onde o turismo se faz presente, órgãos públicos. Dentre os benefícios oriundos da atividade turística, a geração de emprego e renda são sempre apontadas como mais relevantes. Além destes, a formatação de novos atrativos e a oferta de novos serviços na localidade turística, dinamizam e atendem a uma demanda criada pelos visitantes. Nesse caso essa oferta pode variar de um pequeno quiosque de venda de água de coco a um empreendimento muito maior como um parque temático.

O turismo é, na sua essência, uma atividade transversal. Ao se falar em renda, estamos no contexto econômico, ao se falar em qualidade de vida entramos no contexto social, ao se abordar melhorias e competitividade entramos no mundo das inovações tecnológicas. Em consonância com o cenário atual é de suma importância abordar a transversalidade na qualificação visando mais inclusão de produtos e destinos mais competitivos. Nesse contexto, é necessário ter no mercado profissionais preparados para

agir em direção ao posicionamento competitivo do destino, focando nas estratégias de qualificação, diferenciação e inovação da oferta turística. Todas essas intervenções devem estar pautadas numa expressão denominada “planejamento estratégico”, na qual terá excelentes resultados, dependendo do tipo de profissional que está por trás dessas ações.

Para Lima:

as próximas gerações assistirão a um novo ordenamento do *ranking* das economias mundiais, que estarão espalhadas em um grupo geográfico muito maior do que o apresentado durante a maior parte do tempo desde a Segunda Guerra Mundial. A exuberância mundial desses países significará também melhores condições de vida, educação e renda para quase um em cada dois cidadãos do planeta, uma vez que os BRICS reúnem 43% da população mundial. No entanto, as gerações que herdarão a história construída pelos BRICS terão, certamente, ainda muito a fazer por seus países. (LIMA, 2013, p.87).

No que concerne ao turismo enquanto formação superior observa-se que o crescimento da atividade no país, a partir da década de 1980, proporcionou, inicialmente, uma dinamização da oferta e da demanda de cursos superiores na área. Muitas faculdades pelo país incluíram o curso de turismo em suas listas de oferta. Entretanto, na última década houve uma retração no oferecimento de cursos superiores em turismo, em virtude de uma demanda menor. Ainda assim, algumas faculdades e universidades mantêm o curso nos seus quadros, a exemplo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Diante dessa realidade, decidiu-se por abordar neste trabalho sobre a situação de egressos do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), quanto a inserção no mercado de trabalho, no setor do turismo, visando mensurar a participação destes e analisar os fatores que contribuem e os que não contribuem para a absorção destes no mercado de Turismo em São Luís/MA.

Como procedimentos metodológicos adotou-se o levantamento de informações sobre a implantação do Curso de Turismo no Brasil por meio de pesquisa documental e estudos bibliográficos pertinentes ao tema, além de análises de arquivos eletrônicos. Também foram aplicados 60 questionários junto aos egressos do Curso de Turismo da UFMA para levantar opiniões sobre o curso e sua formação, verificar a realidade identificada pelos entrevistados quanto a inserção destes no mercado de trabalho. Na primeira etapa, foram

aplicados 46 questionários com os formados entre 2005 a 2010. Na segunda etapa, foram aplicados 14 questionários junto aos egressos de 2011 a 2013.

2. O PAPEL DA UNIVERSIDADE E OS CURSOS DE TURISMO NO BRASIL: ASPECTOS HISTÓRICOS

A Universidade é um ambiente onde se passa a aprimorar ainda mais as opiniões e críticas para diversos segmentos e assuntos da sociedade, tornando-se um espaço aberto e democrático para a livre expressão, adquirindo, sobretudo não somente local de exposição, ideias e contradições, mas conhecimento mútuo para a prolongação de sua vida, como diz Dias (2002,p.18):

a universidade é um espaço social fundado nas diferenças onde se aprendem conteúdos especializados, úteis para as necessidades práticas da vida, até mesmo imprescindíveis para a sobrevivência e para o enriquecimento do processo histórico civilizatório (DIAS, 2002, p.18).

A Universidade por meio do ensino, pesquisa e extensão é responsável em produzir e, acima de tudo, propagar os conhecimentos, formando profissionais competentes e aptos a desempenharem as profissões para os quais foram formados. Dessa forma, é papel da Universidade não somente colocar mão de obra com conhecimento no mercado, mas principalmente, introduzir profissionais com conhecimentos, capacidade e profissionalismo.

No que tange ao ensino ligado ao Turismo não se torna diferente, as instituições de ensino que tem o curso em sua grade de oferta, devem preparar e qualificar o acadêmico desde o princípio, para que após a conclusão de seu curso, este esteja apto para ser inserido na área e/ou setor que mais se identificar.

Dentre as finalidades do ensino superior, destacam-se: conceber futuros profissionais nas diferentes e variadas áreas de estudo, que estejam prontos e capacitados para a atuação nos segmentos profissionais, contribuindo assim para a construção do desenvolvimento da sociedade. Desta forma o ensino superior deve possibilitar ao indivíduo, grandes ganhos não somente para si, mas principalmente para a sociedade que irá usufruir dos serviços dos profissionais que foram preparados nas universidades e faculdades.

O grande “boom” do ensino superior está ligado também, como afirma (SHIGUNOV apud MACIEL, 2002, p. 72), “às grandes e cada dia mais variadas exigências do mercado de trabalho, que impulsionou os profissionais a refletirem sobre a necessidade do constante

aperfeiçoamento e a absorção de novos conhecimentos”. Isto está relacionado à grande necessidade de profissionais cada vez mais dotados de capacidade e conhecimento que o mercado de trabalho exige, instigando as pessoas a buscarem diferenciais e, principalmente, domínio do que deseja realizar, cabendo então ao ensino superior promover tal ato.

Na formação superior em turismo não é diferente, as pessoas recorrem ao ensino do turismo em busca de uma formação adequada ao que mercado de trabalho exige. A graduação em turismo no Brasil é recente quando comparada a outros cursos de graduação existentes. O curso iniciou no país após a criação do Parecer nº 35/71 do Ministério da Educação, que foi elaborado por Roberto Silveira Santos. O mesmo também deu parecer à Resolução s/n de 28/01/1971, do Conselho Federal de Educação, fixando o conteúdo mínimo e a duração do curso superior de turismo, incluindo nas grades do curso, algumas disciplinas, vistas como importantes para as atividades do curso, tais como: Sociologia, História do Brasil, Geografia do Brasil, Introdução a Administração, Planejamento e Organização do Turismo, dentre outros.

Assim, em 1971 surgiu o primeiro curso superior de Turismo no Brasil, na Faculdade de Turismo do Morumbi – FAT (atualmente Anhembi-Morumbi), instituição privada de São Paulo. A segunda universidade a criar o curso foi a Faculdade Ibero-Americana de Letras e Ciências Humanas – atual Centro Universitário Ibero-Americano / UNIBERO em São Paulo, em 1972 e trazia consigo a promessa de muitas oportunidades de emprego e geração de renda, atraindo dessa forma, muitas pessoas interessadas em conquistar uma vaga no emprego do futuro.

O curso foi criado em pleno Regime Militar (1964-1985), quando o país atravessava momento de grande rigidez, autoritarismo e repressão. Na educação, a ditadura proibia e perseguia os cursos considerados pensativos, ou seja, eram contra os cursos que nas salas de aula, promovessem debates acadêmicos e levassem os estudantes a pensarem e consequentemente revoltar-se contra as formas de governo na época, levando-os a reflexões negativas sobre a forma de administração e regime vivenciado.

Como afirma Barreto (2004), somente áreas de conhecimento nos modelos do turismo eram apoiadas, por serem consideradas áreas neutras e incapazes de produzir ideologias, poderes e controle social, logo era ideal à ditadura militar vivida pelo país.

A possibilidade de uma nova profissão gerou certas opiniões e preconceitos na época, como cita Trigo (1998, p. 243):

os ignorantes pensavam que essa nova área de viagens e turismo não levaria a nada, que o ideal eram os velhos e bons cursos de Contabilidade, Datilografia e de Comércio, principalmente direcionados a atividades de “futuro” como bancos e escritórios comerciais. Existia também evidentemente o fascínio que a Medicina, Direito e Engenharia exerciam sobre os futuros profissionais e suas famílias ansiosas para que seus filhos fossem “alguém”.

Após a criação do primeiro curso superior em turismo, em 1971, vários outros foram criados nos anos seguintes, como o curso da Universidade Católica de Petrópolis (UCP), o da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP e o da Pontifícia Universidade de Campinas.

Nos anos de 1980 surgem novos cursos pelo Brasil: na Bahia em 1984, em Foz do Iguaçu em 1985 e no Maranhão, em 1987. Mas o curso atingiu seu auge de expansão territorial no final dos anos de 1990, fazendo com que muitas instituições de ensino, tanto públicas quanto privadas, investissem na inserção deste em seus quadros, pois existia uma grande procura por parte dos alunos que iam ingressar no ensino superior. Acreditava-se que o bacharel em turismo seria o “profissional do futuro”, pois o país passava por um fortalecimento da atividade. Conforme Costa (2006), em 1996 existiam cerca de 51 cursos de turismo no Brasil, em 2002, o número de cursos no país chegava a mais de 293; já em 2005, haviam aproximadamente 600 cursos de turismo no Brasil. Porém, nos anos que se seguiram, como o mercado não absorvia da forma esperada o profissional formado em turismo e o “boom” do turismo não aconteceu no país, iniciou um processo de declínio de procura e, conseqüentemente, de oferta desses cursos, pois houve o fechamento de centenas deles Brasil afora. Dos oito cursos de turismo abertos em São Luís/MA, o curso de turismo da Universidade Federal do Maranhão foi o único que se manteve e forma cerca de 25 profissionais anualmente.

3. OS CURSOS SUPERIORES EM TURISMO EM SÃO LUÍS

A atividade turística no Maranhão, especialmente em São Luís, passou a ter visibilidade no final dos anos 1990, colocando o Estado na rota do turismo nacional e internacional, atraindo turistas interessados em desbravar as riquezas dos azulejos e da

arquitetura peculiar encontrada no Centro Histórico de São Luís, admirar as praias e os encantos dos Lençóis Maranhenses, um deserto repleto de água cristalina, saborear as delícias da culinária, encantar-se com as ruínas da arquitetura dos casarões de Alcântara. Enfim, o Maranhão se destacou como um forte produto turístico, fato que criou a necessidade de formação de mão de obra qualificada, pautada, sobretudo nos conhecimentos que o bacharel em Turismo adquire ao longo da academia. Esse cenário fez surgir vários cursos de Turismo em São Luís, justamente com o objetivo de tratar as atividades turísticas e todos os setores ligados da maneira mais adequada, profissional e competente.

O Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão foi criado em 1987 e reconhecido pelo Ministério da Educação e Cultura - MEC em 29 de dezembro de 1994. O histórico e informações sobre o curso serão demonstrados em momentos posteriores.

Atualmente o cenário nacional e local quanto à existência dos cursos de turismo é diferente, isto porque após a grande expansão destes, o mercado não ofereceu as oportunidades esperadas aos profissionais graduados, o que gerou o desinteresse de novos alunos em graduarem-se em turismo, culminando no fechamento do curso em várias instituições.

Segundo dados do Ministério da Educação (2014), existem cerca de 360 cursos superiores de Turismo no Brasil atualmente. Em São Luís somente dois cursos estão em funcionamento, um na Faculdade do Maranhão (FACAM) da rede particular – apenas encerrando as últimas turmas – e o outro na Universidade Federal do Maranhão. Esse cenário reflete o descompasso entre a falta de investimentos na atividade turística, a falta de políticas eficazes para desenvolvimento do turismo, alternância da política com efeitos negativos na atividade turística e um descompasso entre formação superior e as exigências do mercado. Todos esses problemas ocasionaram o recuo e, conseqüentemente, o desinteresse de novos alunos pelo curso. Ainda como desafios encontrados pelos egressos, destacam-se as baixas remunerações recebidas pelos turismólogos, desvio de função no setor público e privado, falta de concursos públicos nacionais, estaduais e municipais.

4. O CURSO DE TURISMO NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Conforme dito anteriormente, o Maranhão despontou como destino turístico no início dos anos 2000, graças aos seus atrativos naturais, histórico e culturais aliados a políticas de investimento em turismo que contribuíram para que a demanda de turistas aumentasse no estado.

Mas antes de o estado do Maranhão eclodir turisticamente no cenário nacional, a UFMA já dispunha do curso de turismo em sua grade e conforme o projeto político pedagógico, este foi criado (em 1987) com o intuito de formar profissionais aptos, qualificados e conscientes das teorias do turismo para atender a um mercado local em formação e que pudessem trazer novas ideias, ferramentas de administração para a atividade turística no estado, visando à conquista de novos mercados, além de atuar no planejamento turístico maranhense.

Entretanto, o início do curso foi bem difícil por falta de espaço físico adequado na UFMA, de laboratórios, de um quadro docente com formação na área, de um acervo bibliográfico e material didático sobre a atividade turística, que comprometiam o processo ensino aprendizagem e a formação dos futuros profissionais.

Contudo, o curso conseguiu se manter e, aos poucos, estruturar-se, oferecendo uma melhor qualidade de ensino aos alunos e tornando-se referência no setor turístico do estado. Com duração de 04 anos, carga horária de 3.075 horas, 42 (quarenta e duas) disciplinas distribuídas em 08 semestres.

Para contemplar o tripé ensino, pesquisa extensão, ao longo da história do curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão foram sendo criadas estruturas com o intuito de melhor formar os alunos. Nesse sentido, o Curso conta atualmente uma Empresa Júnior de Turismo, um Núcleo de Pesquisa e Documentação em Turismo (NPDTUR) , um Programa de Pesquisa e Extensão, o Espaço Integrado de Turismo (ESINT).

4.1 Análise da Matriz Curricular do Curso de Turismo

Ao sair da Universidade, os profissionais devem estar munidos de conteúdos e ser proativos na tomada de decisões acertadas de modo que lhes permitam ser absorvidos pelo mercado. Desta forma, a grade curricular do curso de Turismo da UFMA será analisada a partir da realidade do mercado de São Luís.

A grade curricular que vigorou durante o início do curso, da década de 1980 até 2003, contemplava disciplinas relacionados aos aspectos sociológicos, antropológicos, históricos, filosóficos, geográficos, culturais e artísticos que conformam as sociedades e suas diferentes culturas. Por isso, o curso ofertava disciplinas como: Elementos de Cartografia, Geografia Regional do Brasil I e II, História do Brasil Colônia, História do Brasil Independente, Introdução à Estatística, Itinerários e Circuitos Turísticos, Deontologia Profissional, Legislação Aplicada ao Turismo, Antropologia, Estágio Supervisionado, dentre outras.

Nesse currículo havia ainda disciplinas para o estudo e prática do turismo, tais como: Tradição Folclore, Museologia, Estudos Históricos e Turísticos, que não se mantiveram com a reforma curricular.

Em 2003, houve uma nova adaptação curricular visando atender às demandas do mercado. O novo currículo, que perpetuou até 2007, apresentou mudanças significativas. Foram incluídas disciplinas mais específicas tais como: Consultoria Empresarial em Turismo, Cerimonial e Protocolo, Empreendedorismo e Turismo, Qualidade em Turismo, Empreendimentos Turísticos IV – Alimentos e Bebidas, Empreendimento Turísticos, II – Transporte, Empreendimento Turístico, VI – Entretenimento e mantidas disciplinas como Planejamento Turístico, Introdução à Administração e Língua Estrangeira – Inglês.

O que se percebe é que neste currículo as disciplinas se voltam mais diretamente para uma visão empreendedora, contribuindo positivamente para que os ensinamentos e teorias aplicados na academia passem a agir e contribuir para uma melhor prática do turismo.

O currículo vigente no curso foi acrescido de mais 07 disciplinas, que visam a preparação e aperfeiçoamento dos conhecimentos, além de induzir a visão crítica, a solução de problemas, a elaboração de boas práticas e ideias. Algumas dessas disciplinas são: Leitura e Produção Textual; Monografia I; Tecnologia da Informação e Turismo; Comportamento do Consumidor; Relações Internacionais e Turismo.

No currículo atual predomina a mudança de nomenclatura das disciplinas, que se voltam para uma linguagem mais condizente com o mercado. Uma das principais mudanças apresentadas no novo currículo é a junção de disciplinas, como é o caso de Gestão de Agências e Transportes, Gestão de Hospedagem e Alimentação, dentre outras. O que se

visualiza também é a inserção da disciplina Tópicos Especiais, uma flexibilidade curricular onde são abordados assuntos não tratados em nenhum outro momento do curso, mas relevantes para a formação discente.

É possível observar que as disciplinas oferecidas abordam a dinâmica e realidade do turismo, como: Gestão de Hospedagem e de Alimentação; Inglês I, II e III, Planejamento Turístico, dentre outras.

Nessa lógica será apresentado a seguir o perfil e a condição em que se encontram os graduados em Turismo no período de 2005 a 2013, perante o mercado de trabalho.

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa tem por objetivo analisar a realidade dos egressos do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, graduados entre os anos de 2005 a 2013, quanto à inserção no mercado de trabalho, no setor do turismo. Mediante este objetivo traçou-se um plano metodológico tendo em vista não só compreender, mas responder ao que estava proposto e caracterizado como razão da nossa inquietação, ou seja, compreender acerca das dificuldades da baixa inserção do turismólogo no mercado de trabalho, tendo como sujeitos da pesquisa os graduados entre os anos de 2005 a 2010 e 2011 a 2013.

A metodologia da pesquisa adotada para este trabalho foi a pesquisa exploratório-descritiva, com abordagem quantitativa, composta por dois momentos importantes. O primeiro se centrou no estudo e sistematização das informações conceituais e documentais pertinentes ao objeto de estudo por meio de revisão literária dos estudos dos principais autores que tratam deste tema. E o segundo momento constitui-se de aplicação de questionário com vistas à obtenção de informações acerca das dificuldades dos egressos no mercado.

De acordo com Lakatos (2002), pode-se dizer que a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, que na maioria dos casos envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e análise de exemplos que estimulem a compreensão do fato estudado.

O estudo ocorreu em dois períodos. O primeiro ocorreu entre os meses de maio e junho de 2013 e abrangeu os egressos formados entre 2005 a 2010. O segundo momento foi realizado em 2014, entre os meses de maio e junho, com os egressos dos anos de 2011 a 2013. Foi solicitado aos entrevistados que se posicionassem sobre assuntos referentes à formação educacional, situação profissional, faixa salarial, e inserção no mercado de trabalho, no setor do turismo. A segunda etapa da pesquisa foi com o intuito de atualizar os dados e contemplar os egressos formados depois de 2010.

Quanto à amostra desta pesquisa, na primeira etapa, foram aplicados 46 questionários com os formados entre 2005 a 2010. Na segunda etapa, foram aplicados 14 questionários junto aos egressos de 2011 a 2013, constituindo um universo da população de pesquisados de 60 egressos. Para realização da pesquisa foi utilizado o questionário, com perguntas fechadas e abertas, como instrumento de coleta de dados.

Os dados foram agrupados conforme a frequência, realizada uma verificação da adequação das respostas no que diz respeito à coerência e receberam tratamento qualitativo no sentido de que se pôde retratar as ideias e opiniões dos entrevistados.

Trata-se de uma pesquisa em andamento e que na etapa seguinte se pretende alcançar um número maior de egressos, além de professores e representantes do mercado, nas esferas pública e privada.

6 A VISÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA UFMA QUANTO A INSERÇÃO DESTES NO MERCADO DE TRABALHO

O cenário apresentado anteriormente, impulsionou o questionamento aos bacharéis em turismo, formados na UFMA, sobre a situação destes no que se refere a inserção no mercado de trabalho, no setor turístico. O resultado da pesquisa está apresentado conforme abaixo:

6.1 Breve Perfil dos Bacharéis Pesquisados

A pesquisa demonstrou que cerca de 70% dos entrevistados pertencem ao sexo feminino, refletindo uma realidade apresentada desde o surgimento dos primeiros cursos de Turismo no país, na década de 1970, onde também havia a predominância das mulheres nos cursos superiores em turismo.

Uma possível explicação para a presença maciça do sexo feminino é a identificação com o curso e com suas atividades. Vale ressaltar que a análise descrita, reforça ainda mais a presença das mulheres nas escolas e Universidades, pois a educação tornou-se para estas a ferramenta mais eficiente na busca da independência financeira.

Em relação à faixa etária dos profissionais, constatamos que grande parcela destes, 65% são de jovens, que podem ter sido influenciados pela falsa ideia de que o curso de turismo lhes proporcionariam muitas viagens, descontração e lazer. Pode-se considerar também o fato do curso ser relativamente novo, motivando os jovens a procurarem o curso como opção, uma vez que o turismo estava atrelado à ideia de ser uma profissão do futuro, surgindo com a expectativa de geração de muitos empregos.

No que se refere à faixa salarial dos entrevistados, a pesquisa demonstrou que cerca de 55% têm renda entre 01 a 03 salários mínimos, evidenciando que a graduação em turismo gera obtenção de baixos salários em São Luis. Cerca de 33% dos entrevistados disseram possuir uma renda entre 04 a 06 salários mínimos. Apesar de a grande maioria ter faixa salarial entre 1 a 3 salários mínimos, verificou-se que 12% recebem 07 ou mais salários mínimos.

Quando perguntado aos entrevistados se após a conclusão do curso de turismo ingressaram em uma pós graduação, 69% responderam que não contra 31% que responderam sim. Analisando as informações prestadas pelos entrevistados, identificou-se que aqueles que não possuem uma pós-graduação têm faixa salarial predominante de 01 a 03 salários mínimos. Já aqueles que têm maior grau de instrução, a renda se torna mais elevada como é demonstrado pela faixa salarial dos entrevistados que possuem pós-graduação, onde a que prevalece é a renda de 4 a 6 salários mínimos.

A pesquisa constata que aqueles que possuem uma pós-graduação, preferiram realizá-la nas áreas de: Educação, Gestão Empresarial, Administração, Educação Ambiental, Gestão Pública em Saúde e tecnologia, Gestão da Qualidade, Marketing, Auditoria e Finanças, Gerenciamento de Projetos, Meio Ambiente e Projetos. Pode-se acrescentar, ainda, que em São Luís não há cursos de pós-graduação em Turismo e que os cursos de pós-graduação escolhidos pelos entrevistados estão relacionados, direta ou indiretamente, com a atividade turística. A preferência por essas áreas citadas é reflexo da transversalidade da

grade curricular, que é próprio da natureza do turismo. Não obstante, a busca pela competitividade obriga os profissionais a se qualificarem nessas áreas para alimentar as organizações.

Em se tratando da atuação dos ativos no mercado de trabalho, o resultado da pesquisa apontou que uma minoria, representada por 15% dos entrevistados, atuam em algum segmento do turismo. Em contrapartida, a maior parcela dos entrevistados, ou seja, os 85%, estão atuando em outras áreas, tais como: serviços públicos, cargos ligados ao direito, serviços bancários, gerenciamento de projetos, marketing, entre outros. Vale destacar nesse tópico que a graduação em Turismo foi importante e essencial para aqueles que prestaram concurso público em nível superior nos casos de funções que não necessitam de graduação específica. A graduação em Turismo foi à porta de entrada para a realização de concurso público.

Em meio aos entrevistados que atuam na área de Turismo, destaca-se o trabalho em: agências de viagens, hotelaria e no transporte aéreo, sendo estas as áreas mais aproveitadas como campo de atuação após a graduação.

Diante da realidade salarial dos entrevistados que estão atuando na área do turismo, fica evidenciado o motivo pelo qual muitos deles citaram como agravante na inserção do mercado de trabalho, a baixa remuneração adquirida no exercício da profissão.

Os empecilhos colocados pelos 70% dos entrevistados referentes às dificuldades para a colocação no mercado são atribuídos principalmente, ao um mercado ser restrito, poucas vagas de empregos disponíveis para os graduados, baixa remuneração, falta de qualificação necessária, pouco desenvolvimento do turismo local, não valorização dos profissionais, falta de investimentos do setor público com o turismo, nível de exigência muito elevado por parte das empresas, falha na formação educacional oferecida pela universidade, atuação de outros profissionais na área, nesse caso cita-se os profissionais que não possuem graduação, mas que têm grande experiência e já estão no mercado há bastante tempo desempenhando funções que poderiam ser desenvolvidas pelos bacharéis em turismo.

Na oportunidade os entrevistados foram questionados, ainda, quanto ao diálogo entre a grade curricular do curso e as necessidades do mercado. E 70% afirmaram que há

sim o diálogo, o que demonstra uma contradição nas respostas em relação à ordem das dificuldades de acesso ao mercado, quanto à falha das universidades na formação dos alunos.

Com relação aos egressos entrevistados que não encontraram dificuldades para a inserção no mercado, representados por 30% dos entrevistados, os fatores atribuídos foram: início como estagiário no período da graduação, mantendo-se depois de formado no setor – ficando explícito que muitas vezes quando o acadêmico procura as oportunidades no decorrer do curso, as possibilidades de continuar no exercício da profissão são maiores; outro fator atribuído é a não busca de emprego na área, que em certas ocasiões acontece pelo descontentamento com o segmento; destaca-se também a busca de outras qualificações.

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Atualmente tem se falado bastante sobre diferencial, produtividade e competitividade, pois o mercado encontra-se em fase de modificações e adequações constantes, onde o profissional deve ser dinâmico e se adequar a qualquer função ou atividade a ser executada. Na atividade turística não é diferente, os profissionais devem estar preparados e aptos a exercerem várias funções, isto tudo está relacionado à variedade de atividades e possibilidades que o turismo oferece.

A pesquisa mostra que muitos profissionais egressos do curso de Turismo na Universidade Federal do Maranhão encontram-se fora do mercado de trabalho ou atuando em áreas diferentes da sua formação. Diante disso, fica a interrogação: a quem cabe a problemática do não aproveitamento dos egressos dos cursos de turismo no mercado? Podemos afirmar a Universidade, ao profissional ou ao mercado?

É notório que as universidades fracassam em algum aspecto. Oferecer disciplinas e conteúdos que vão ao encontro das necessidades do mercado com uma estrutura de extensão são insuficientes se não tiverem inseridas numa política de comunicação com o mercado, o que fragiliza o processo ensino-aprendizagem.

É preciso adaptar novos significados aos conceitos de visita técnica, de laboratórios, instrumentos utilizados como meio de acesso ao mercado. Assim como é necessário rever o

papel dos atores mercado e universidade. Dessa forma será possível criar um movimento sincrônico de ida e volta, ou seja, o mercado vai à Universidade e a Universidade vai ao mercado.

Outro fator que pesa no não aproveitamento adequado dos egressos do curso de Turismo no mercado de trabalho é a postura acadêmica do aluno, pois em muitos casos este durante a academia negligencia sua formação e, além disso, não se mobiliza em busca de estágios, capacitação sendo que durante a academia o aluno tem a possibilidade de aprender muito mais e se destacar perante outros que não possuem as práticas e conhecimentos adquiridos com as ações acima citadas.

Vale destacar também que muitos alunos não se importam como deveriam em relação a sua rede de contatos – o chamado *networking*, ou seja, estabelecer contatos com o máximo de pessoas envolvidas no setor do turismo, algo que é de grande importância para o futuro profissional em qualquer área do conhecimento. Um problema comum relacionado ao próprio profissional deve-se ao fato dele não buscar aprimoramento da carreira, ou seja, não investir em pós-graduação, (especialização, mestrado e doutorado) e isso interfere diretamente nas oportunidades profissionais, pois vivemos numa sociedade que preza cada vez mais por aprimoramento, deve-se prezar sempre pela qualificação.

Outro fator relacionado à problematização do não aproveitamento dos egressos do curso de turismo é o próprio mercado que não oferece as chances necessárias para que o profissional, depois de formado, tenha acesso a ele.

Já perguntamos a quem cabe a problemática do não aproveitamento dos egressos dos cursos de turismo no mercado? Se a Universidade, o profissional ou o mercado? E podemos concluir que cabe aos três.

A regra é clara. Quem tem e deve ser ouvido é o mercado, ou seja, este determina. Cabe à universidade oferecer o melhor produto, ou seja, colaboradores proativos, com atitude, que sejam capazes de realizar as funções que lhes forem solicitadas, e oferecendo resultados positivos. A Universidade deve estar preparada para moldar este profissional para atender as exigências do mercado. E talvez uma das alternativas seja a segmentação na formação, ou seja, o discente se forma em uma determinada área do turismo durante a

graduação, pois a formação pautada na amplitude de conhecimento não tem atendido às exigências desse mercado. Pois conforme observa Trigo (1998, p. 165):

a educação em turismo é também afetada pelo extenso conteúdo da natureza da indústria turística. Ela é fragmentada e atravessa vários setores que envolvem um grande leque de operações. Conseqüentemente, é difícil estudar todos os níveis e as nuances de um campo razoavelmente indefinido... Muitos cursos têm um amplo espectro de ensino. Como resultado, os educadores são confrontados com um dilema: deve o curso ser orientado para habilidades técnico profissionais (...) ou deve o currículo ser orientado para o gerenciamento de negócios?

E por fim, outro item que foi citado na pesquisa é referente ao setor público. Os governos estadual e municipal não investem no setor turístico de São Luís e do Estado, impossibilitando dessa forma o interesse de turistas em conhecer o Estado o que contribuiria para o incremento da renda e captação de recursos, mas o que se observa é a diminuição de postos de trabalho pelo fechamento de empresas que atuam no ramo turístico. Aliada a essa situação tem a ausência de concursos públicos para que os bacharéis atuem no planejamento, gestão e administração do turismo na cidade e estado, dentre outros fatores que demonstram o total descaso dos poderes públicos com a atividade turística.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que o presente estudo trouxe novas informações sobre a situação dos egressos do curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão no que concerne a sua situação profissional diante do mercado de trabalho.

Diante da expansão, na década de 1990, dos Cursos de Turismo em todo país, foi de grande importância a elaboração de normativas e resoluções que atendessem as dinâmicas do mercado e padronizassem as bases educacionais do curso de forma igualitária em todo país.

Pautado nas contribuições do turismo enquanto atividade voltada para as pessoas, na necessidade de se formar profissionais competentes para atuar no mercado, na criação das Instituições de Ensino como formadoras destes profissionais, destacando o surgimento

do curso na UFMA, nas diretrizes que definiram e pautam o ensino do Curso de Turismo igualitário em todo país, e de forma geral todas as etapas e fases que principalmente a atividade turística e o ensino do turismo passam, foi idealizado este trabalho justamente para expor a atividade turística, especificando a realidade dos profissionais formados entre 2005 e 2013 na UFMA.

Contudo, a partir da pesquisa realizada com os egressos, constatou-se que uma pequena minoria dos entrevistados atua diretamente no segmento do turismo. Esse pequeno percentual de profissionais inseridos no mercado aponta alguns dos fatores como responsáveis, entre eles: restrição e retração do mercado; baixa remuneração; falta de qualificação necessária conforme exige o mercado; pouco desenvolvimento do turismo no âmbito municipal e estadual, dentre outros motivos.

Mesmo o não aproveitamento dos profissionais pelo mercado estar relacionado a fatores como: a ausência de oportunidades geradas tanto pelo poder público como o empresas de iniciativa privada, a uma falha da universidade em não conseguir atender às demandas do mercado, aos próprios profissionais que muitas vezes não buscam se capacitar favorecendo melhores condições de trabalho e maiores oportunidades, observa-se que a problemática do não aproveitamento de profissionais deve-se, também, a outro (s) fator (es) que não estão diretamente ligadas a esses. Por isso, faz-se necessário destacar que o ensino de turismo possui problemas comuns não somente na UFMA, mas em outras instituições de ensino pelo país e também de outros cursos de graduação. Assim, cabe a esta geração de pesquisadores, gestores, governantes e profissionais do turismo uma reflexão e avaliação acerca dessa realidade.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita; TAMANINI, Elizabete; e SILVA, Maria Ivonete Peixer da. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2004. (Coleção Turismo).

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação. Parecer CNE/CES 146/2002 de 13 de maio de 2002. Disponível em: <http://www.mec.gov.br>. Acesso em: 14 mar. 2012.

CÂMARA, Rosélis de Jesus Barbosa. **O curso de turismo da Universidade Federal do Maranhão: do processo de implantação aos dias atuais**. Monografia. (Graduação em Turismo). São Luís, MA: 1997.

Cursos de graduação em turismo no Brasil. Folha do Indaiá, Minas Gerais, 31 out. 2011. Acesso: 19 jan. 2012. Disponível em: <http://folhadoindaia.blogspot.com.br/2011/10/cursos-de-graduacao-em-turismo-no.html>. Acesso: 03 jul. 2012.

DIAS, José Sobrinho. **Universidade e Avaliação: entre a ética e o mercado**. Florianópolis, SC: Insular, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LIMA, Gislene Nogueira. **BRICS: potencial de desenvolvimento e desafios para a construção de um novo cenário econômico mundial**. São Paulo: Saint Paul, 2013.

NAZARETH, Helenalda. **Curso básico de estatística**. São Paulo: Ática, 2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1998. (Coleção Turismo).

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas**. Campinas, SP: Papirus, 2005. (Coleção Turismo).

TUBINO, Manoel José Gomes. **Universidade, qualidade e avaliação**. Rio de Janeiro, RJ: Qualitymark/Dunya Ed., 1997. Turismo).