

Motivos para escolha do curso de turismo

*Fábia Trentin¹
Erly Maria de Carvalho e Silva²*

Resumo: Motivos para escolha da carreira têm sido pesquisados em quase todas as áreas de formação profissional, seja na área das ciências exatas e tecnológicas, nas ciências da saúde, ou nas ciências humanas. O jovem que opta pelo curso de Turismo, de maneira geral, o faz pelas mesmas razões por que todos buscam um curso superior: conhecimento como moeda de troca para obtenção de prestígio, poder, auto-realização. No entanto, existem motivos que são peculiares a cada carreira. Para identificar e analisar esses motivos realizou-se uma pesquisa descritiva com alunos ingressantes no Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense, com utilização da Escala Likert, para que os respondentes manifestassem seu grau de concordância ou discordância a respeito dos motivos elencados. Os resultados indicam que motivos apontados como mais importantes dizem respeito à natureza diversificada da área, característica esta que torna o curso de turismo atraente, em uma perspectiva multi e transdisciplinar, possibilitando assim a diversificação no mercado de trabalho.

Palavras-chave: escolha da carreira; motivação; estudantes de turismo

Introdução

A escolha da carreira não é um ato isolado, realizado de pronto, em determinado momento. É um processo que se inicia informalmente desde muito cedo, na própria infância, quando se tem uma resposta pronta para a pergunta: “o que você vai ser quando crescer?.” Via de regra, a escolha naquela fase recai nas profissões que possuem visibilidade no universo infantil, como médico, bombeiro, professora, modelo.

Ao final do ensino médio, a escolha torna-se imperiosa e muitos fatores influenciam nessa decisão. O jovem opta por um determinado curso universitário e de certa forma atrela seu futuro a essa opção, pois escolher uma profissão é escolher um estilo de vida.

Dentre as carreiras universitárias, a de Turismólogo traz o apelo da novidade e a promessa de amplo campo de trabalho, em áreas diversificadas, capazes de atender a diferentes motivações.

¹ Universidade Federal Fluminense. E-mail: fabia@turismo.uff.br

² Universidade Federal Fluminense. E-mail: erlymar@uol.com.br

O início dos cursos de Turismo no Brasil deu-se na década de 1970, época do chamado “milagre econômico”, em que o país, sob regime militar, experimentou grande desenvolvimento nas possibilidades de consumo, permitindo que crescesse a demanda por serviços, interpretada por Batista (2004) “como sinais de crescimento do turismo”.

Porém, foi na década de 1990 que aconteceu o *boom* na abertura de novos cursos de turismo estimulados, entre outros motivos, pela Política Nacional de Turismo (1996 -1999) – PNT que defendia a qualificação profissional da mão-de-obra envolvida com o turismo desde à operacionalização até o planejamento como forma de empregabilidade e melhoria da qualidade dos serviços prestados. A repercussão dessa política em relação aos cursos de turismo pode ser observada nas informações apresentadas por Anshah e Rejowski (1994), revelando que em “1994 existiam 33 cursos superiores de turismo/hotelaria no Brasil”, em 1998 passaram para 157 e em 2000, o Ministério da Educação e Cultura – MEC registrou a existência de 284 cursos relacionados à área de Turismo (Administração Hoteleira, Hotelaria e Turismo). No primeiro semestre de 2005, segundo dados obtidos junto ao Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep)³, esses cursos totalizavam 565, com 73.458 alunos matriculados, nas diversas instituições que compõem o sistema de educação superior no país.

Nesse contexto da expansão do turismo em âmbito nacional, “subsidiado” pela PNT, as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Turismo foram reformuladas com o intuito de contemplar as necessidades de formação profissional do turismólogo do século XXI.

Assim, o mundo globalizado passou a exigir do profissional do turismo novas competências, habilidades e atitudes. Para criar condições de atender a essa necessidade, os currículos oferecidos pelos cursos estão começando a romper com o paradigma tecnicista, até então requerido pelas necessidades do mercado, e sinalizando para um paradigma fundamentado em um corpo teórico-metodológico próprio e não fragmentado.

O jovem que procura o curso de Turismo, de maneira geral, o faz pelas mesmas razões por que todos buscam um curso superior: conhecimento como moeda de troca para obtenção de prestígio, poder, auto-realização. No entanto, existem motivos que são peculiares a cada carreira. Que motivações apresentam os ingressantes no curso de Bacharelado em Turismo

³ Inep – Censo da Educação Superior. Disponível em;
http://www.inep.gov.br/imprensa/noticias/censo/superior/news05_01.htm. Acesso em: 10 jun. 2007

para justificar sua opção? Identificar esses motivos e analisá-los dentro do contexto de uma motivação consciente é o objetivo básico do presente estudo.

Revisão da Literatura

A palavra motivação, do latim *movere*, que significa "mover", é aquilo susceptível de mover o indivíduo, de levá-lo a agir para atingir o objetivo e de lhe produzir um comportamento orientado.

Motivação é uma força energética que impele o indivíduo a ação. Conduz o comportamento do indivíduo para determinado objetivo. Nasce de um estímulo interno, do próprio indivíduo, ou é acionado por fatores do ambiente externo, produzindo uma força energética, gerando uma tensão que direciona a pessoa na busca do objetivo desejado. Constitui-se de várias necessidades, sentimentos e desejos que direcionam as pessoas a um comportamento.

A motivação assegura a presença de um determinado comportamento que busca o objetivo almejado, explica por que se atua naquela direção, determina por quanto tempo o objetivo alvo se sustentará e quão intensos serão os esforços para obtê-lo. É um conjunto de forças internas que mobilizarão o indivíduo para atingir um dado objetivo como resposta a um estado de necessidade, carência ou desequilíbrio.

A motivação, para Schiffman e Kanuk (2000), é a força motriz interna dos indivíduos que os leva a agir. Essa força aparece em virtude de um estado de tensão gerado por uma necessidade, daí o comportamento ser direcionado para ação que se julga como resposta apropriada à situação.

Kappa, Nitscke e Schapper (1997) descrevem motivação como a "arte" de estimular o interesse de uma pessoa para um trabalho, projeto ou assunto, de forma a ser continuamente desafiado para continuar atento, observante, preocupado e comprometido. Para esses autores, a motivação é o resultado do atendimento e da satisfação das necessidades humanas associadas a um sentimento de valor e de pertencimento a uma organização.

O processo de motivação começa com a presença de um estímulo que impulsiona o reconhecimento da necessidade. O estímulo, segundo as teorias motivacionais, pode provir de fontes internas às pessoas ou pode ser deflagrado pelas variáveis do ambiente. Ambos os estímulos são perseguidos porque satisfazem necessidades, despertam sentimento de interesse e representam a recompensa a ser alcançada.

Sheth; Mittal; Newman (2001) observam que a excitação gerada pelo estímulo incitatório pode ser sentida no plano fisiológico, como por exemplo, a procura pelo alimento ou pela água; no plano emotivo, quando se busca companhia de outra pessoa por se sentir solitário, ou no plano cognitivo, ao tentar fazer uma negociação que lhe traga vantagens profissionais. Para esses autores os motivos podem ser de evitação ou de aproximação, ou seja, pode-se desejar atingir o objetivo-alvo ou pelo contrário, pode-se querer dele se afastar.

Motivos, definidos como "algo interno que leva o indivíduo a manter um comportamento orientado para um objetivo", podem ser intrínsecos e extrínsecos. Os motivos intrínsecos são resultantes da própria vontade do indivíduo, de sua estrutura psicológica e de suas necessidades pessoais, como por exemplo, sucesso, sociabilidade, reconhecimento. Os motivos extrínsecos dependem de fatores externos, tais como diversas recompensas sociais.

Todo comportamento humano é motivado; não é casual, nem aleatório, ou seja, há sempre uma finalidade. Subjacente a todo comportamento existe um impulso, um desejo, uma necessidade, uma tendência, que servem para designar os motivos do comportamento.

Embora o comportamento seja observável, a motivação não é algo que possa ser diretamente percebida. Além disso, os motivos que acionam o comportamento são, muitas vezes, ocultos e situados fora do nível de consciência do sujeito. Consistem, pois, em abstrações, apresentadas sob a forma de construtos mentais, utilizados para descrever o comportamento percebido. Pela maneira como as pessoas reagem e se colocam frente às diversas situações pode-se inferir a existência da motivação e dos motivos. Um comportamento motivado caracteriza-se pela energia nele contida e está sempre dirigido para o atingimento de uma meta ou a realização de um objetivo. Como os motivos provêm de diferentes naturezas, ao observador externo não resta alternativa a não ser confiar na explicação apresentada pelo sujeito, uma vez que não dispõe de outros mecanismos para interpretar as escolhas realizadas.

Segundo Lisboa e Soares (2000, p. 25), "carreira é a continuidade da vida do indivíduo, no trabalho, para produzir algo; pode ser a seqüência de envolvimento deste nas experiências de trabalho ao longo da vida". Conforme Cochran (1994, p.), citado em Lisboa e Soares (2000), a ação, na carreira, significa fazer alguma coisa para algo acontecer e envolve uma série de aspectos: "1) a ação liga-se a um motivo que explica por que alguém age; 2) implica uma meta pela qual circunstâncias podem facilitá-la ou impedi-la; 3) é feita com outros que podem ajudar ou impedir; 4) proporciona um resultado que é entendido como uma mudança

para alcançar ou não a felicidade; 5) e, ainda, uma ação é executada por um agente que é reconhecidamente o agente do feito, implicando propriedade e responsabilidade.“ Para ele, a orientação de carreira supõe fazer escolhas, esclarecer motivos, planejar e estabelecer metas; e não se liga a uma ação, em especial, mas àquelas que são importantes para o desenvolvimento da carreira.

Motivos para escolha da carreira têm sido pesquisados em quase todas as áreas de formação profissional, desde a área das ciências exatas e tecnológicas, das ciências da saúde, até as chamadas ciências humanas, como por exemplo, os trabalhos realizados por Pigatto; Simon,(2007); Souza Cruz; Silva (1996); Santos; Sakai; Cardillo (2000); Magalhães *et al.*(2001), para citar uma ínfima amostra, em língua nacional. No campo específico do Turismo, devido ao fato de ser essa uma área nova como ciência própria, é preciso recorrer à literatura internacional, como aos trabalhos realizados na Austrália, por McWilliams; O’Mahony; Whitelaw (2002), por Hjalager (2003), na Suécia, por Aksu ; Köksal (2005); Selvi; Dermi (2007), Ronei; Oztin (2007) na Turquia.

Em todos esses estudos, o interesse e a afinidade pela área escolhida aparecem nos primeiros lugares, enquanto a influência de familiares é apontada como um dos fatores menos motivantes.

Metodologia

A pesquisa de caráter descritivo foi realizada com uma amostra de conveniência constituída por 80 alunos, 23 homens e 57 mulheres, com idades variando de 17 a 39 anos, ingressantes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense.

Após esclarecimento a respeito do objetivo da investigação e da importância da fidelidade das respostas, foi solicitado aos alunos que escrevessem livremente sobre os motivos que os levaram à escolha do curso. Após análise dessas redações foram extraídos 22 motivos, declarações mais freqüentes, que passaram a integrar uma escala Likert de cinco pontos, com opções de "concordo totalmente" até "discordo totalmente".

A escala Likert, criada por Rensis Likert, em 1932, requer que o investigado indique seu grau de concordância ou discordância em relação às declarações ou atitudes medidas. Atribui-se valores numéricos às respostas para refletir a força e a direção do entrevistado em relação à declaração.

Na organização da escala, procurou-se evitar a contaminação entre os itens, quer seja pela associação entre eles ou pela complementação das idéias neles refletidas.

A lista dos motivos, um conjunto de 22 afirmações, constante da escala, foi apresentada para que os alunos manifestassem o grau de aceitação ou rejeição a cada motivo. Solicitou-lhes ainda que informassem a respeito de idade, sexo, vestibulares prestados para quais cursos e instituições, cidade de origem, pretensão de cursar pós-graduação, em que áreas, e sobre a existência de familiares atuando na área do Turismo. A coleta de dados ocorreu em sala de aula, no mês de abril de 2007.

Para a análise estatística, cada declaração/motivo integrante da escala foi tabulado separadamente, sendo computada a frequência para cada grau de escolha, multiplicada por diferentes valores. As declarações de concordância receberam valores mais altos enquanto as declarações das quais os respondentes discordaram receberam valores mais baixos. Para a escolha “Concordo Totalmente” atribuiu-se peso 5, para “Concordo”, peso 4, para “Indiferente”, peso 3, para “Discordo”, peso 2 e para “Discordo Totalmente”, peso 1. Em seguida calculou-se a média ponderada para cada motivo.

Resultados

Para facilitar a compreensão da preponderância da escolha dos motivos apontados pelos estudantes, como responsáveis pela opção pelo curso de Turismo, eles foram classificados em ordem de preferência, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1. Classificação geral dos motivos, segundo escolha realizada por 80 estudantes do Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense

MOTIVOS	MÉDIA	CLASSIFICAÇÃO
Área diversificada, englobando, dentre outros, hotelaria, gastronomia, ecoturismo, turismo sustentável, hospitalidade, eventos.	4,80	1º
Contato com ambientes diversificados	4,73	2º
Interação com diversos tipos de pessoas	4,64	3º
Oportunidade de incentivar o intercâmbio entre culturas	4,45	4º
Desejo de viajar	4,43	5º
Curso da área de humanas	4,25	6º
Possibilidade de aprendizagem de idiomas	4,19	7º
Identificação com as disciplinas do curso	4,18	8º
Qualidade curso oferecido	4,11	9º
Habilidades para relacionar-se com pessoas	4,10	10º
Estudo de conteúdos multidisciplinares	4,08	11º
Facilidade de comunicação e expressão	4,04	12º
Curso oferecido por instituição pública	4,01	13º
Promoção de melhoria da comunidade	3,91	14º
Formação generalista oferecida pelo curso	3,89	15º
Caráter social da profissão	3,73	16º
Possibilidade de lidar com o imaginário das pessoas	3,71	17º
Oportunidade serviço público	3,26	18º
Oportunidade de ascensão social	3,21	19º
Admiração por profissionais da área	2,63	20º
Proximidade da residência com a Universidade	2,25	21º
Influência de familiares	2,04	22º

A observação da tabela 1 revela que o motivo escolhido em primeiro lugar, com média 4,80, refere-se à diversificação propiciada pela área que possui muitos segmentos com diferentes possibilidades de atuação profissional.

A atratividade pela diversificação reaparece na segunda escolha, média 4,73, desta vez, referindo-se aos vários ambientes onde se pode desempenhar funções inerentes à profissão.

O motivo escolhido em terceiro lugar, “interação com pessoas diferentes”, média 4,64, traz, igualmente aos motivos precedentes, a idéia de poder relacionar-se com pessoas de perfis variados.

A quarta colocação ocupada pelo motivo “oportunidade de incentivar o intercâmbio entre culturas”, média 4,45, corrobora a predileção pela diversidade e pela oportunidade de, por meio do trabalho, desenvolver a interação com pessoas de culturas diferentes.

“O desejo de viajar” aparece em quinto lugar, média 4,43, e, de certa forma, reforça a idéia de diversidade que o curso de Turismo proporciona, pois, ao viajar, pode-se entrar em contato com novos cenários, pessoas e demais formas de cultura tanto material como não-material.

Os motivos classificados em sexto lugar “curso da área de humanas”, média 4,25, sétimo “possibilidade de aprendizagem de idiomas”, média 4,19, oitavo “identificação com as disciplinas do curso”, média 4,18, nono “qualidade do curso oferecido”, média 4,11 e 11º lugares “estudo de conteúdos multidisciplinares” , média 4,08, reúnem características atreladas ao desenho do percurso curricular a ser seguido para obtenção da formação de bacharel em Turismo.

As habilidades pessoais para o exercício da profissão, que os alunos respondentes julgam possuir, são apontadas pela escolha dos motivos colocados em 10º lugar “habilidades para relacionar-se com pessoas”, média 4,10 e em 12º lugar “facilidade de comunicação e expressão, média 4,04.

O fato de o curso ser oferecido por instituição pública exerceu uma influência mais relevante na decisão pelo curso, colocando essa escolha em 13º lugar, média 4,01, do que o motivo colocado em 21º, “proximidade da residência com a Universidade” ,média 2,25.

Os motivos referentes aos aspectos sociais da profissão, quer sejam relativos à “promoção de melhoria da comunidade”, 14º lugar, média 3,91, ou ao próprio “caráter social da profissão”, 16º lugar, média 3,73, evidenciam a percepção dos alunos a respeito da responsabilidade que o turismólogo, no exercício de suas funções, tem para com as comunidades envolvidas, como sujeitos ou objetos de seu trabalho.

O motivo “formação generalista do curso”, escolhido em 15º lugar, média 3,89, retoma a idéia de diversificação da área bem como do currículo que possibilita uma formação mais ampla e um corpo de conhecimentos mais abrangentes, não encontrados em várias outras profissões de âmbito mais restrito.

Em 17º lugar aparece o motivo “possibilidade de lidar com o imaginário das pessoas”, média 3,71. Esse motivo pode trazer implícita a idéia que o profissional do turismo “vende sonhos”, como se ouve dizer, muitas vezes.

A atratividade do serviço público, corrente nos tempos de escassez de empregos que assegurem estabilidade e que forneçam vantagens de aposentadorias com salários integrais é corrente na maioria das áreas. No entanto, no turismo a oferta de concursos públicos praticamente não acontece com regularidade. Fato esse que justifica a colocação do motivo “oportunidade de atuar no serviço público”, em 18º lugar, média 3,26, uma vez que a expectativa de colocação no mercado de trabalho está muito mais vinculada a iniciativa privada do que ao serviço público.

A busca pela melhoria do status social, representada pelo motivo “oportunidade de ascensão social”, obteve o 19º lugar, média 3,21.

A 20ª classificação coube ao motivo “admiração por profissionais da área”, média 2,63. Uma explicação possível para essa colocação é o fato dos sujeitos pesquisados não terem ainda contato com o mercado de trabalho e, conseqüentemente, não possuir referências de profissionais de destaque a quem possam admirar.

A “influência de familiares” na escolha do curso, média 2,04, ficou em última colocação, dentre todas as razões apontadas.

Discussão

Os motivos escolhidos para justificar a escolha pelo curso podem ser reunidos, para facilidade de discussão, em seis categorias: natureza diversificada da área; natureza do currículo; habilidades e desejos pessoais; características da instituição; oportunidades e caráter social da profissão; e influência de pessoas.

O Quadro 1 apresenta cada uma dessas categorias, agrupando os motivos apontados pelos sujeitos investigados.

Categorias	1.Natureza diversificada da área	2.Natureza do currículo	3.Habilidades e desejos pessoais	4.Características da instituição	5.Oportunidades e caráter social da profissão	6.Influência de pessoas
Motivos	Área diversificada	Possibilidade de aprendizagem de idiomas	Desejo de viajar	Qualidade do curso	Promoção de melhoria da comunidade	Admiração por profissionais da área
	Contato com ambientes diversificados	Identificação com as disciplinas	Habilidades para relacionar-se com pessoas	Curso oferecido por instituição pública	Caráter social da profissão	Influência de familiares
	Interação com pessoas	Estudo de conteúdos multidisciplinares	Facilidade de comunicação e expressão	Proximidade da residência com a instituição	Oportunidade de ascensão social	
	Oportunidades no serviço público					

Quadro 1 Motivos agrupados por categorias

Os motivos que obtiveram as melhores classificações na escolha dos alunos encontram-se relacionados na categoria 1, “Natureza diversificada da área”. Em primeiro lugar está o referente à diversificação da área.

Essa motivação pela área não é um fato isolado no curso de turismo. Pesquisas realizadas por diversos autores, em diferentes áreas do conhecimento, apontam a preferência pela área como uma das justificativas para a escolha de um determinado curso. Evidências desse fato podem ser constatadas na área de saúde, nos estudos realizados por Cruz e Sousa e Silva (1996), Bastos *et. al.* (2003).

O Turismo possui segmentos diversificados, que vão desde o cultural, religioso até o de aventura ou gerencial. Por isso, as oportunidades de trabalho não se restringem ao âmbito doméstico e ao mesmo tempo apresentam uma multiplicidade de interesses. Cada um de seus segmentos possui um corpo próprio de atividades, com atuações distintas, voltados para públicos específicos, envolvendo comunidades peculiares com todo aparato cultural que lhe são inerentes.

Na mesma categoria 1 encontram-se os motivos escolhidos em 2º lugar, “Contato com ambientes diversificados”, em 3º lugar, “Interação com diversos tipos de pessoas” e em 4º, “Oportunidade de incentivar intercâmbio entre culturas”. Todos eles corroboram a idéia de diversificação propiciada pela área. Ainda dentro da mesma motivação estão os motivos escolhidos em 6º lugar “Curso da área de humanas”, em 17º, “Possibilidade de lidar com o imaginário das pessoas” e em 18º, “Oportunidades no serviço público”.

Estudo desenvolvido por Hjalger (2003), referente às oportunidades e dilemas encontrados no curso superior de Turismo, relata que as oportunidades de trabalhar com pessoas são motivos principais na escolha do curso. No mesmo sentido, Themduangkhae (2002), em *survey* realizado com estudantes *seniors*, na Universidade de Wisconsin-Stout, a respeito dos fatores mais importantes que os motivam para a escolha da carreira em hospitalidade e na indústria do turismo, encontrou em terceiro lugar, a oportunidade de lidar com pessoas, a mesma posição obtida na presente investigação.

Os motivos agrupados na categoria 2, “Natureza do currículo” sinalizam percepção, por parte dos alunos, das vantagens de uma formação curricular holística, pois seus objetos de estudo – o homem e o fenômeno turístico – são abordados sob diversos enfoques disciplinares, com conteúdos oriundos de múltiplas disciplinas. A possibilidade de aprendizagem de idioma estrangeiro (7º lugar), a identificação com as disciplinas oferecidas na dinâmica curricular (8º lugar) e o estudo de conteúdos multidisciplinares (11º lugar), são apontados como razões positivas para a escolha do curso no sentido de que facilitam a aquisição de habilidades necessárias ao desempenho profissional.

Na categoria 3 encontram-se reunidos motivos referentes à visão das habilidades pessoais que os respondem julgam possuir e que funcionariam como requisitos importantes para o desempenho profissional. Por habilidade entende-se o saber fazer, a capacidade de realizar uma tarefa ou um conjunto de tarefas em conformidade com determinados padrões. Pesquisa desenvolvida por Go (2001) apontou 18 habilidades necessárias para o trabalho do turismólogo. Dentre elas também se encontram “facilidade de comunicação” e “relacionamento com pessoas”, habilidades estas classificadas como motivos importantes na presente pesquisa em 10º e 12º lugares, respectivamente.

As características da Instituição escolhida, como o fato de ser pública (13º lugar) e a qualidade do curso oferecido (9º lugar), avaliado no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE) como o terceiro melhor curso do Brasil, são motivos fortes para a escolha do curso. No entanto, a proximidade da faculdade com a residência não é motivo relevante para escolher o curso. Pesquisa realizada por Cruz e Souza e Silva (1996), com estudantes da área de saúde, também constatou este fato como variável pouco importante na opção por um curso.

Na quinta categoria estão relacionados os motivos referentes ao aspecto social da profissão (caráter social - 14º lugar e promoção de melhoria na comunidade - 16º lugar). Hjalager (2003) destaca em seu artigo que as atitudes relatadas pelos estudantes por ela pesquisados não são diferentes das encontradas em outros grupos atuantes no mercado de trabalho escandinavo, (LARSEN, 2001; UNIVERSUM, 2001; WESTLANDER, 1999, apud HJALAGER, 2003) nos quais há uma forte ênfase nos fatores sociais e nas relações interpessoais. Magalhães *et al.* (2001), investigando alunos do curso de Psicologia sobre os motivos que os levam a escolher essa carreira, observaram que a escolha é motivada mais por valores altruístas e menos por valores econômicos, de poder e status.

A 14ª e 16.ª colocações desses motivos de caráter social, segundo escolha da amostra pesquisada, podem ser entendidas segundo uma hierarquia de escolha que compreende primeiramente características endógenas percebidas como importantes para uma determinada carreira, seguidas da análise de fatores exógenos atrelados ao curso, e somente depois é que aparecem considerações de natureza social, voltadas para o coletivo.

A sexta categoria reúne os motivos referentes à influência de pessoas, na escolha do curso. A influência de familiares (22º lugar) é o motivo de menor importância nessa escolha. O papel de pais, professores e conselheiros escolares, não é percebido como fator influente

entre os estudantes australianos pesquisados por McWilliams, Mahony, Whitelaw (2002), que reportam ser este item o menos escolhido no questionário utilizado para verificar os motivos para a escolha do curso de hospitalidade.

Considerações Finais

Em todos os estudos pesquisados sobre a temática da motivação para a escolha da carreira, o interesse e a afinidade pela área escolhida são os primeiros motivos apontados, ao passo que a influência de familiares aparece como o menos motivante.

Na amostra pesquisada os motivos indicados como mais importantes dizem respeito à natureza diversificada da área, característica esta que torna o curso de turismo atraente, multi e transdisciplinar, e que por outro lado, possibilita diversificação no mercado de trabalho.

Essa natureza diversificada reflete-se na dinâmica curricular que é oferecida ao estudante e ao mesmo tempo fornece-lhe oportunidades de entrar em contato com multiplicidade de ambientes e pessoas.

Dentre os motivos relacionados às habilidades pessoais destacam-se a “facilidade de comunicação” e o “relacionamento com pessoas”, características essas que reforçam a idéia de interação com pessoas de diferentes culturas, escolhido como terceiro motivo mais importante.

Quanto aos motivos referentes ao aspecto social da profissão, como, por exemplo, oportunidade de conquistar ou elevar o status social, despertou a atenção uma vez que, no momento dessa pesquisa, permitiu observar não ser prioritário para a amostra estudada porque tal motivo foi classificado entre as quatro últimas escolhas.

Assim, destaca-se a importância dessa pesquisa no sentido de que o conhecimento acerca dos motivos para a escolha do curso de Turismo pode ser subsídio para as Instituições trabalharem e orientarem os alunos do curso de Turismo na condução de atividades como Trabalho de Conclusão de Curso, estágio, participação em eventos, monitoria, iniciação científica entre outras, com o intuito de que haja um aproveitamento do curso de acordo com seus interesses específicos de cada um.

Enfim, esse estudo é apenas a primeira etapa do projeto de pesquisa que investigará, além das motivações para escolha do curso do Turismo, durante um período de cinco anos, o que os ingressantes desejam para sua formação profissional, se suas expectativas são e foram cumpridas durante o curso. Espera-se ao final do projeto de pesquisa a obtenção de dados e

informações que permitam analisar a importância que os alunos atribuem ao curso, tanto em suas vidas quanto na sociedade, que dificuldades enfrentam na trajetória acadêmica assim como, as expectativas que constroem para a sua vida profissional.

Referências

- ANSARAH, M. G. dos R. e REJOWSKI, M. 1994. Cursos superiores de turismo e hotelaria no Brasil. **Turismo e Análise**, São Paulo: ECA/USP, maio, v.5, n. 1, p 116-128.
- BASTOS, J.R. de M. *et al.* Análise do perfil profissional de cirurgiões-dentistas graduados na Faculdade de odontologia de Bauru –USP entre os anos de 1996 e 2000. **J Appl Oral Sci**, v. 11, n. 4, p. 283-9, 2003.
- BATISTA, C. S. Formando bacharéis nos cursos de turismo. **Revista Eletrônica de Turismo**, v. 3, n. 1, maio 2004. Disponível em: www.presidentekennedy.br/retur/. Acesso em: 30 jun.2007.
- CRUZ SOUZA, A. C. ; SILVA, E. M. C. E. . Motivos para a escolha da carreira odontológica. **Revista de Odontologia da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 10, n. out./dez., p. 315-322, 1996.
- GO, F. M.. A globalização e os problemas educacionais do turismo emergente. In: THEOBALD, W. F. (org) **Turismo global** – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. Cap.26.
- HJALAGER, A-M. Global Tourism Careers: Opportunities and Dilemmas Facing Higher Education in Tourism. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**, v. 2, n. 2, p. 26-38, 2003. Disponível em: www.hlst.ltsn.ac.uk/johlste
- KAPPA, M. M., NITSCHKE, A. ; SCHAPPERT, P. B. **Managing housekeeping operations** 2.ed.. East Lansing, MI: The Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1997.
- MAGALHÃES, Mauro de Oliveira; STRALIOTTO, Márcia; KELLER, Márcia; GOMES, William Barbosa. "Eu quero ajudar as pessoas: A escolha vocacional da psicologia". **Psicologia Ciência e Profissão**, CFP - Brasília - DF, v. 21, n. 2, p. 10-27, 2001
- MCWILLIAMS, A.; O'MAHONY,G. B., WHITELAW, P. A. Why students choose to enroll in a hospitality degree course: an australian case study . Working Paper, 2002. Disponível em: http://eprints.vu.edu.au/archive/00000178/01/wp16_2002_omahony_mcwilliams_whitelaw.pdf. Acesso em 23 jul. 2007.
- RONEY, S. A. ; Öztin P. Career perceptions of undergraduate tourism students: a case study in Turkey; **The Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 6, n. 1, May 2007. Disponível em: <http://www.hlst.heacademy.ac.uk/johlste/>. Acesso em 15 jul. 2007.

SCHIFFMAN, L. G. ; KANUK, Leslie L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SELVI, M. S. ; DEMIR, C. Relationship among branding, career development and tourism education: an implication from Turkey . **Ege Academic Review**, v. 7, n. 2, p. 391-411, 2007.

SHETH, J.N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B.I. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

THEMDUANGKHAE, W. What motivates senior students to work in hospitality and tourism industry a case study of senior students in Hospitality and Tourism Program at UW-Stout. University of Wisconsin--Stout, 2002. Disponível em:<http://www.worldcatlibraries.org/wcpa/top3mset/52306099>. Aceso em 30 nov. 2007.