

## **Existe Relação Entre a Queda da Demanda de Cursos de Graduação em Turismo e a Busca por Mestrado na Área? Uma Análise Preliminar**

**Fábio Lazzarotti<sup>1</sup>**

**Wlamir Gonçalves Xavier<sup>2</sup>**

**Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho<sup>3</sup>**

**Maria José Barbosa de Souza<sup>4</sup>**

### **Resumo**

O desenvolvimento dos setores econômicos em geral apresenta ciclos de crescimento, estagnação e declínio. No setor educacional esse fenômeno também pode ocorrer, como vem acontecendo com a procura e a oferta de alguns cursos de graduação e pós-graduação, inclusive em Turismo. Com base nessa realidade, o objetivo deste artigo é analisar a queda da demanda dos cursos de graduação em Turismo no Brasil, a partir do caso de um curso de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria (MTH) do Sul do Brasil. Metodologicamente, adotou-se a pesquisa do tipo exploratório-descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa e uso de dados secundários. Os resultados evidenciaram que os egressos que responderam à pesquisa mostraram-se satisfeitos com o curso, e não indicam razões para o declínio do interesse no MTH. Os dados secundários mostram que no período de 1998 a 2007, ocorreu um aumento em mais de 650% da oferta de cursos de graduação, enquanto o número de candidatos que ingressaram nos referidos cursos aumentou 47,9%. Esses resultados mostram, portanto, que a queda da demanda no MTH pode estar associada a fatores externos à Instituição como a redução de alunos matriculados nos cursos de graduação em Turismo no país.

**Palavras-chave:** Graduação. Pós-graduação. Turismo. Oferta e demanda educacional.

### **Introdução**

A proliferação dos cursos de graduação em Turismo ocasionou uma competição acirrada no País, a qual não foi acompanhada pela demanda. Essa realidade pode refletir-se na procura por cursos de mestrado acadêmico, uma vez que esses cursos de pós-graduação formam, preferencialmente, professores e pesquisadores para atuação em graduação e especialização. Por essa razão, qualquer análise dos motivos de queda na demanda dos cursos de mestrado devem levar em consideração a redução de procura

---

<sup>1</sup> Doutorando em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Professor da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC). E-mail: [fabio.lazzarotti@unoesc.edu.br](mailto:fabio.lazzarotti@unoesc.edu.br)

<sup>2</sup> Doutorando em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Professor da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Email: [wlamir@uol.com.br](mailto:wlamir@uol.com.br)

<sup>3</sup> Professora da Universidade Federal do Acre (UFAC). Doutoranda em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).E-mail: [alacoelho@gmail.com](mailto:alacoelho@gmail.com)

<sup>4</sup> Professora Doutora da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). E-mail: [mjbsouza@matrix.com.br](mailto:mjbsouza@matrix.com.br)

por cursos de graduação, pois a demanda por mestrado é derivada do crescimento da graduação.

Corroborando com essa relação, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9.394/96, que é uma das leis que fundamentam as responsabilidades da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. A referida lei prevê em seu artigo 66, em relação aos profissionais da educação: “A preparação para o exercício do magistério superior far-se-á em nível de pós-graduação, prioritariamente em programas de mestrado e doutorado”, ou ainda, conforme o inciso II do artigo 52, que exige das universidades para se caracterizarem como tal “um terço do corpo docente, pelo menos, com titulação acadêmica de mestrado ou doutorado”.

Em consequência dessa vinculação entre a oferta e a demanda de cursos de graduação e de pós-graduação, principalmente no que tange aos cursos de mestrados acadêmicos que visam uma formação mais específica para o profissional atuar na pesquisa e na docência, qualquer alteração que ocorra numa modalidade de curso, em geral, impactará em outra. No caso do declínio da demanda de curso de graduação, esta inevitavelmente repercutirá no interesse dos profissionais por cursos de preparação para o exercício na docência. Embora um curso se trate de um “produto” que deve atender as especificidades dos serviços educacionais, também está sujeito às conjunturas de mercado. Sobre este aspecto, Matias (2002) chama a atenção para as fases cíclicas da economia. A autora relata o auge vivido pelo ensino superior em Turismo no início da década de 1970, porém, a partir de 1976, enfrentou uma queda sensível no número de ingressantes em razão de fatores socioeconômicos.

Ciclos semelhantes parecem reproduzir-se, como o que se verifica nas últimas décadas. De acordo com dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), do Ministério da Educação (BRASIL, INEP, 2009), houve um crescimento progressivo na demanda da área de Turismo até o início dos anos 2000. No entanto, após este período, constata-se um declínio gradual da demanda pelos cursos, levando-se em conta a relação de vagas ofertadas e das efetivamente preenchidas pelos candidatos inscritos do período.

O mesmo padrão de comportamento de demanda tem ocorrido com um dos programas de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria oferecido no Sul do Brasil,

desde o final dos anos de 1990. O referido mestrado, de acordo com informações obtidas na Instituição que oferece tal programa, teve o seu ápice no ano de 2002, quando recebeu inscrições de 102 candidatos para 25 vagas disponíveis no programa. A partir de então essa demanda passou a diminuir e, atualmente, o número de inscritos não preenche o número de vagas disponíveis.

Portanto, o cenário atual torna desejável o exame da natureza básica do produto educacional. Esse tipo de análise poderá evidenciar indícios sobre a verdadeira natureza dos produtos que devem ser oferecidos na área educacional. Naturalmente, surgem os questionamentos: as tendências de mercado, em especial, a queda da demanda de cursos de graduação relacionam-se com a procura pelo Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria (MTH) do Sul do Brasil, além de suas responsabilidades e controles? Ou será que algumas das suas práticas produziram um descontentamento com o curso e contribuíram para a redução de sua demanda?

Diante do exposto, o objetivo geral desta pesquisa foi realizar um estudo exploratório que investiga a queda da demanda do MTH, no período de 1997 a 2007. Em se tratando dos objetivos específicos, buscou-se conhecer a percepção dos egressos do MTH sobre a imagem do curso e sua satisfação. Complementarmente, fez-se um levantamento da oferta de vagas de cursos de graduação em Turismo e do respectivo número de preenchimento das vagas, bem como da oferta dos cursos de graduação dos últimos 10 anos, de 1998 a 2007. Por conseguinte, analisaram-se os motivos que reduzem a queda de demanda pelo MTH.

### **Embasamento teórico**

Os primeiros passos do ensino superior de Turismo no Brasil foram dados a partir da década de 1970. A reforma universitária de 1968, incorporada à política pública de desenvolvimento no país para a democratização do ensino superior da época, tendo em vista a necessidade de formação de mão-de-obra para atender o setor de Turismo, foi um dos fatores que contribuíram para o surgimento de cursos de graduação nessa área (DENCKER, 2006). Nas décadas seguintes, de 1980 e 1990 e início dos anos de 2000, a criação dos cursos superiores de Turismo seguiu em ascensão. Segundo Rejowski (1996), até o ano de 1994, o Brasil apresentava 32 cursos superiores de Turismo e hotelaria, sendo 29 em Turismo, dois em hotelaria e dois em Turismo e

hotelaria. Em 2007, de acordo com dados do Censo da Educação Superior, publicado pelo INEP, do Ministério da Educação (BRASIL, INEP, 2009), esse número cresceu para 586 cursos superiores da área de viagens, turismo e lazer.

Estudos anteriores, como por exemplo, o trabalho de Ansarah (2002), já mostrava o crescimento da oferta de cursos e da abertura indiscriminada de novos cursos em Turismo, bem como a necessidade de capacitação de mão-de-obra para atuar no setor. Em decorrência da proliferação dos cursos de graduação, aumentou a demanda por programas de pós-graduação *lato sensu* e *stricto-sensu*. Ademais, como havia maior número de cursos de graduação em Turismo e com a carência de mão-de-obra qualificada para trabalhar na docência, essa necessidade resultou no aumento da procura por cursos de mestrados acadêmicos.

Em todos os níveis de ensino – fundamental, médio e superior – a educação no Brasil tem sofrido um acelerado processo de expansão. Contudo, avançar para uma pós-graduação ou cursos de habilidades específicas, no sentido de promover uma educação continuada, requer das Instituições de Ensino Superior (IES) atenção à valorização da satisfação dos alunos. Pesquisa realizada por Ferraz, Souza e Verdinelli (2009) com os egressos de cursos de graduação de uma IES evidenciou que a satisfação está correlacionada com a imagem e a reputação percebida da IES. Em outra pesquisa, de Martins e Monte (2009), que investigou as motivações de alunos de um curso de pós-graduação *stricto-sensu*, mostrou que os fatores de satisfação estão relacionados com o aperfeiçoamento para o mercado de trabalho.

No entendimento de Hoyos (1998), uma universidade não é credenciada por seus edifícios, laboratórios ou sua biblioteca, mas sim o seu produto, que é a formação dos seus alunos. Portanto, o acompanhamento dos alunos que se formam numa IES é necessário para a integração entre empresas, escola e sociedade. Este acompanhamento permite conhecer o processo de inserção do egresso no mundo do trabalho e revela o desempenho do profissional na sua atividade, além de conhecer de modo significativo o perfil da formação que a escola oferece, para que uma avaliação permanente da atividade pedagógica seja realizada de maneira satisfatória.

De acordo com Costa (1998), compete à sociedade, a empresa e aos egressos retroalimentarem a escola com as informações sobre as tendências de mercado, o

desenvolvimento de tecnologia, os métodos e processos de trabalho, os novos equipamentos e o perfil do comportamento da realidade de atuação dos profissionais no mercado de trabalho. Isto se faz necessário a fim de subsidiar a avaliação da instituição e a redefinição de currículos com vistas a identificar e atender aos interesses de sua comunidade, tanto na qualificação dos trabalhadores como no desenvolvimento de projetos de extensão ou de pesquisa, que venham contribuir para o desenvolvimento da sociedade.

Com o acompanhamento de egressos, a universidade deixa de ser apenas um mero local de transmissão de um saber elaborado e passa a ter um compromisso social, se envolvendo na realidade de atuação de seus egressos. Além disso, busca conhecer as condições dos trabalhadores que atuam, as atividades que desenvolvem, as dificuldades enfrentadas em termos de conhecimento geral e técnicos, as novas exigências no mercado de trabalho, devido às constantes inovações tecnológicas (COSTA, 1998).

Isso resultará na melhoria e expansão da educação em todos os seus níveis. Possibilitará o desenvolvimento de novos padrões de gestão da educação, que contemplem a maior participação da comunidade e dos diferentes segmentos da sociedade na redefinição de funções, competências e responsabilidade na formação de profissionais.

Segundo o Programa de Qualificação Profissional do Plano Nacional de Turismo, instituído pelo Ministério do Turismo no Brasil (2003, p.1) “a qualidade dos serviços prestados depende de profissionais capacitados, isto é, de profissionais que possuam as competências requeridas para o trabalho”. Entretanto, no país, a maioria da qualificação profissional proporcionada tem os currículos definidos pela oferta de cursos. É preciso garantir que a qualificação seja uma ferramenta essencial nas políticas de emprego, aproximando o trabalhador do mercado de trabalho.

Para assumir as funções de mercado na área de Turismo não seria suficiente com apenas a graduação do profissional. O campo de atuação é vasto, pois envolve uma complexidade de setores diferentes da economia, exigindo, portanto, um perfil de profissional multifuncional e dinâmico. Para Mota (2005, p.55) “O fato é que essa grande diversidade ao mesmo tempo em que abre o leque de opções profissionais, dificulta a identidade profissional e também a própria regulamentação da profissão”.

Shigunov Neto e Maciel (2002, p.78) confirmam que para atender a dinâmica do mercado turístico, a formação deve estar voltada para “desenvolver capacidades cognitivas para vivenciar momentos reais de incertezas tendo ainda que tomar decisões acertadas; que sejam criativos e dinâmicos”.

O que se verifica é que a disseminação do ensino superior no Brasil se deu em função de diversos fatores como a expansão das instituições e, conseqüentemente, o aumento de número de vagas e o acelerado processo de interiorização do ensino de graduação. Nos anos 90, de acordo com o relatório do MEC/INEP/SEEC (1999), “o crescimento da matrícula foi mais expressivo no interior, invertendo a direção que prevalecia até 1990, quando a maioria dos alunos estava concentrada nas capitais”. Em efeito, a qualificação de docentes surge como uma necessidade para dar conta dessa ampliação do ensino superior no Brasil.

### **Metodologia**

A pesquisa é do tipo exploratório-descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa. Em se tratando dos objetivos propostos, o estudo configura-se como descritivo, pois, segundo Gil (1991), visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

A população da pesquisa constituiu-se dos egressos de um curso de mestrado do Sul do Brasil (MTH), em número de 209, do período de 1997 a 2007. Com exceção de 51 egressos, que apresentaram endereços desatualizados e não puderam ser obtidos, todos os demais foram contatados por meio eletrônico, pelo menos, três vezes. Portanto, obteve-se sucesso no contato ao endereço eletrônico de 158 egressos. Destes, dois recusaram-se a responder e 81 não retornaram o instrumento de pesquisa, o que resultou em uma amostragem de 75 respondentes. Esse número, que corresponde a quase 50% dos egressos contatados, representa um retorno satisfatório em pesquisas realizadas via correio tradicional ou eletrônico, cuja média de respostas situa-se entre 3% a 50% (MATTAR, 2001). No intuito de estimular a predisposição em participar, de acordo com as providências sugeridas por Mattar (2001), foi enviada uma carta de apresentação com os objetivos do estudo, solicitando colaboração e assegurando que o respondente não seria identificado, a fim de que mesmo os egressos insatisfeitos não ficassem inibidos em responder.

A coleta dos dados foi procedida pelos autores, tendo sido selecionado como instrumento o questionário, o qual foi elaborado com base nos aspectos recomendados por Mattar (2001). Este foi estruturado em três blocos de questões, sendo: (1) motivos da escolha do curso; (2) imagem do curso; e (3) satisfação com o curso. Ao final do instrumento, acrescentou-se ainda um bloco de questões para obter as características dos respondentes.

Depois de revisado, o questionário foi transcrito para o sítio eletrônico <http://www.surveymonkey.com>. O *SurveyMonkey* é um sistema informatizado com interface *web* para realização de pesquisas online. Este sistema foi escolhido por apresentar baixo custo para desenvolvimento do questionário e algumas funcionalidades que aumentam a confiabilidade dos resultados, e não permite a identificação do respondente. Os questionários foram desenvolvidos a partir de uma série de *templates* pré-definidos e se apresentaram ao usuário no idioma português. Após, realizou-se o pré-teste com elemento externo para validação final do questionário. Após esta etapa, a aplicação foi realizada no período de 3 a 30 de Março de 2009, por meio da disponibilização de um *link* de acesso ao questionário. Juntamente com o *link*, enviou-se uma carta de apresentação, garantindo ao respondente que todas as informações transmitidas seriam tratadas estatisticamente, sem menção de seu nome, de maneira totalmente confidencial. Em seguida ao encerramento da aplicação da pesquisa, os dados foram transportados e organizados no software *Statistica 6.0* para fins de análise.

A técnica de análise utilizada foi escalonamento multidimensional (MDS). Esta técnica permite traduzir percepções de valor de pesquisados em distâncias multidimensionais. Foram gerados mapas perceptuais que refletem a visão dos pesquisados por meio da posição relativa das respostas em um plano fatorial. A partir de tais mapas foram identificadas dimensões, sendo observados alguns aspectos listados nesse tópico. Para o uso da MDS, os resultados da pesquisa foram inicialmente organizados mediante a análise de agrupamento, ou *cluster*. O objetivo principal reside na identificação de grupos de indivíduos que sejam mutuamente excludentes cujas respostas apresentem similaridades. A referida técnica difere da análise discriminante no sentido que os grupos não são previamente definidos, ao contrário, ela é usada para identificar tais grupos (HAIR, 2005).



Com relação à formação dos grupos foram utilizadas como critério as perguntas do questionário que evidenciaram a imagem que os egressos têm a respeito do curso bem como a satisfação. Tais informações foram complementadas pela situação do egresso antes e depois do curso. A formação dos grupos foi feita utilizando método de *Ward*, e a métrica para a avaliação da distância foi à euclidiana. As 75 respostas consideradas para análise não apresentavam questões sem respostas, portanto não foi necessário tratamento a dados incompletos.

Complementarmente ao levantamento de dados primários, realizou-se uma pesquisa com dados secundários sobre a evolução dos cursos de graduação em Turismo, de modo a obter maiores subsídios na análise, uma vez que são esses cursos que vão absorver a maior parte dos egressos dos respectivos mestrados acadêmicos. Esses dados são do Censo da Educação Superior que foram publicados pelo INEP, do Ministério da Educação (BRASIL, INEP, 2009).

### **Descrição e análise dos resultados**

Conforme salientado na metodologia, o estudo tomou por base dados levantados em fontes primárias e secundárias. Em consonância com os objetivos do estudo e da decisão quanto ao método de pesquisa, entendeu-se que seriam necessárias ambas fontes de pesquisa para maior fundamentação da presente análise. A seguir, a descrição e a análise dos principais resultados da pesquisa.

#### **a) Análise dos dados primários: pesquisa com os egressos do MTH**

Neste tópico, analisam-se, de forma conjunta, a relação das expectativas quanto ao curso e as razões ou motivos que levaram os respondentes a cursar o mestrado. Na sequência, verifica-se a relação de satisfação e prestígio dos egressos com a sua condição profissional, após a conclusão do curso.

De acordo com a Figura 1, podem-se notar, pelo menos, três padrões de associação de variáveis. Um padrão parece formar-se entre as expectativas ‘docência’ e ‘pesquisa’ e as razões ‘custo do curso’ e ‘influência de terceiros’. Nessa ótica, os que decidiram cursar o MTH, entendendo que o curso prepara, predominantemente, profissionais para a docência e a pesquisa, o fizeram também pelo custo do curso e por influência de terceiros.



Um segundo padrão de associação é verificado nas expectativas ‘consultoria especializada’ e ‘organizações públicas’ com a razão ‘prestígio’. Em geral, os que almejavam obter maiores conhecimentos para trabalhar em atividades de consultoria ou para atuar em organizações públicas, podem ter optado pelo MTH em razão do prestígio e tradição do curso. Quanto ao terceiro padrão, o mesmo é percebido pela maior proximidade entre a expectativa ‘mercado em geral’ e a razão ‘mudança de área’. A associação entre essas duas variáveis indica que a opção pelo MTH, tendo em vista a expectativa de preparação para o mercado de forma geral, o foi também pelo motivo dos egressos em mudar de área de atuação. As demais variáveis, ‘localização’ do curso, ‘empregabilidade’ e ‘realização pessoal’ parecem não apresentar relação entre si e com as variáveis anteriormente descritas, pois, foram as respostas que mais se distanciaram das demais. A seguir a Figura 1, que evidencia o comentado.



Figura 1: Relação das expectativas quanto ao curso e as razões para cursar o mestrado  
Fonte: dados da pesquisa

A segunda parte do cruzamento de dados, utilizando a atuação profissional após o curso revelou resultados semelhantes. O método MDS foi repetido tendo como critério de parença as respostas relacionadas à ‘satisfação’ e ‘prestígio’ percebido com o curso e a instituição. Ressalta-se que o ajuste desse modelo foi um pouco inferior, com coeficiente de *stress* de 0,3229. Esse indicador inicialmente proposto por John Krustal em 1964, representa a adequação do modelo e pode apresentar valores de 0 a 1.

Valores de stress inferiores 0,10 são ideais, o que indica que esse critério de parença não é o mais adequado.

Observou-se que o docente e o empresário autônomo de Turismo apresentam níveis de satisfação semelhantes, enquanto os empregados de empresas públicas e privadas possuem visões diferentes. O empregado de empresa privada apresenta um nível de satisfação maior, ao passo que o empregado de empresas públicas percebe o prestígio da instituição e do curso de forma mais pronunciada. Salienta-se que mesmo os respondentes que se encontravam desempregados quando responderam o questionário indicaram satisfação com o curso e a instituição.

Na Figura 2, as respostas relacionadas a altos níveis de prestígio e satisfação com a instituição e com o curso estão muito próximas dos perfis profissionais. Isso indica que há uma uniformidade das respostas e que a imagem dos egressos é muito boa, independente de sua colocação profissional.



Figura 2: Satisfação e prestígio percebido com o curso e a instituição em relação à condições profissional dos egressos

Fonte: dados da pesquisa

### b) Análise dos dados secundários: oferta e demanda por cursos superiores em Turismo no Brasil

De início, apresenta-se um panorama de 1998 a 2007 que traz uma visão histórica da oferta de vagas, candidatos inscritos e o percentual de vagas preenchidas dos cursos superiores em Turismo no Brasil. Os dados foram coletados da área de viagens, turismo e lazer referentes aos ingressos por vestibular e outros processos

seletivos dos cursos de graduação presenciais de eventos, lazer e turismo, planejamento e organização do turismo, recreação e lazer, turismo e turismo e hotelaria, de acordo com os dados publicados pelo INEP (2009).

Conforme Tabela 1, percebe-se claramente o crescimento progressivo das vagas ofertadas e dos candidatos inscritos até o ano de 2004, quando se atingiu o ápice da oferta, com 66.935 vagas, tendo-se registrado 89.865 inscritos. Embora pudesse se observar um crescimento semelhante com os ingressos em igual período convém notar que o preenchimento de vagas apresenta um declínio desde 1999 e, de forma mais acentuada, a partir de 2003. E, mesmo com a redução da oferta de vagas que se inicia em 2005, a queda no preenchimento de vagas continuou, registrando-se em 2007 menos de 30% de vagas ocupadas. Isso demonstrou que há mais de 70% de vagas ociosas nos cursos superiores de Turismo no Brasil, fato que evidencia uma lacuna representativa entre oferta e demanda nessa área. Observou-se ainda que o número de ingressos, no período de 1998 a 2007, cresceu apenas 47,9%.

**TABELA 1 – RELAÇÃO DE OFERTA E DEMANDA DOS CURSOS SUPERIORES EM TURISMO NO BRASIL DE 1998 A 2007**

Ano	Vagas Oferecidas (a)	Candidatos		Vagas preenchidas (c/a)
		Inscritos (b)	Ingressos (c)	
1998	11.983	32.994	10.496	87,59%
1999	18.899	50.270	15.984	84,58%
2000	31.129	70.623	21.473	68,98%
2001	41.217	75.696	27.498	66,72%
2002	53.211	84.950	27.669	52,00%
2003	60.822	86.780	26.840	44,13%
2004	66.935	89.865	23.627	35,30%
2005	64.924	76.750	21.970	33,84%
2006	62.386	70.325	18.652	29,90%
2007	56.525	55.576	15.524	27,46%

Fonte: Brasil, INEP (2009)

Quanto à evolução dos cursos superiores em Turismo no Brasil (Tabela 2), no mesmo período de 1998 a 2007, percebe-se um movimento adverso ao observado no preenchimento de vagas. De um número de 88 cursos em 1998, para 586 em 2007, constata-se um aumento em mais de 650% da oferta. Embora a taxa de crescimento anual venha sendo reduzida ao longo do período analisado, desde 2001, trata-se de um

crescimento muito grande, pois, tem-se um aumento de quase sete vezes em relação ao que era oferecido em 1997.

**TABELA 2 – EVOLUÇÃO DOS CURSOS SUPERIORES EM TURISMO NO BRASIL DE 1998 A 2007**

Ano	Número de cursos de graduação presencial	Índice de crescimento anual
1998	88	-
1999	141	60,23%
2000	230	63,12%
2001	322	40,00%
2002	403	25,16%
2003	471	16,87%
2004	530	12,53%
2005	565	6,60%
2006	582	3,01%
2007	586	0,69%

Fonte: Brasil, INEP (2009)

Por conseguinte, apresenta-se a Figura 3 que mostra o movimento contrário da demanda *versus* oferta dos cursos de graduação em Turismo no Brasil. À medida que o preenchimento de vagas segue uma linha contínua de queda, a oferta de cursos pelas instituições de ensino brasileiras prossegue um caminho inverso, de crescimento constante.

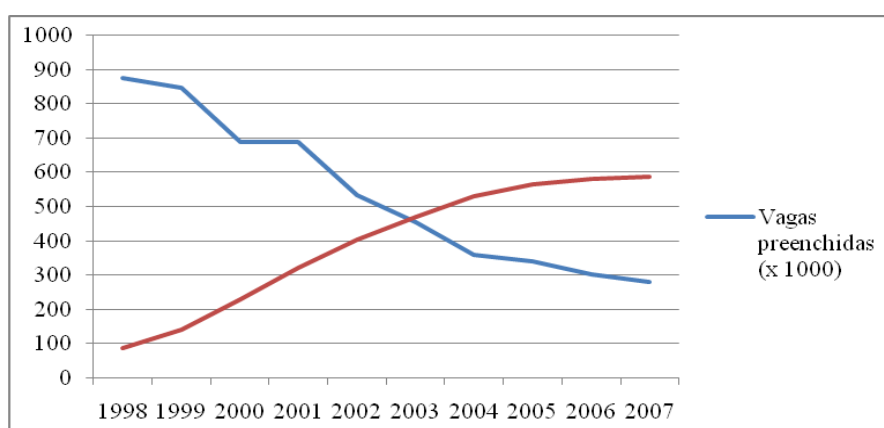


Figura 3: Cruzamento dos dados: vagas preenchidas *versus* número de cursos de graduação presencial de turismo de 1998 a 2007

Fonte: elaborado a partir dos dados do Brasil, INEP (2009)

## **Conclusões**

A presente pesquisa partiu da necessidade de conhecer as razões que reduziram a demanda pelo mestrado acadêmico em Turismo e hotelaria do sul do Brasil (MTH), considerando o levantamento e análise dos dados referentes à demanda e oferta de cursos superiores em Turismo no Brasil e a percepção dos egressos sobre sua satisfação com o curso.

Percebeu-se, conforme análise, que os egressos que responderam à pesquisa não indicam razões de insatisfação com o MTH, pois os resultados mostraram satisfação elevada em praticamente todos os aspectos, principalmente quanto à imagem do curso, demonstrando que, em geral, ficaram satisfeitos com o mestrado realizado. O declínio da procura pelo curso pode estar associado ao mercado de trabalho, em função da redução de turmas ou fechamento de cursos de graduação em várias Instituições de Ensino Superior (IES) do país, que absorvem esses mestres. O curso de mestrado acadêmico forma profissionais para a docência e a pesquisa e, portanto, tem demanda derivada dos cursos de graduação. A pesquisa em dados oficiais do MEC/INEP revelou que a demanda por cursos de graduação está em queda, conforme comprova a diminuição de vagas ocupadas, principalmente, a partir de 2003.

Paradoxalmente, a oferta de novos cursos tem crescido durante todo o período analisado, de 1998 a 2007, o que parece corroborar com o declínio do preenchimento de vagas. Pois, quanto maior a oferta de cursos e menor a demanda, a tendência é de reduzir naturalmente o número de vagas ocupadas e, de outro lado, aumentar o número de vagas ociosas nos cursos de graduação em Turismo oferecidos pelas instituições brasileiras. E, como consequência, ocorreu também o enfraquecimento da demanda pelo curso de mestrado em Turismo, por formar preferencialmente professores para a graduação.

O trabalho apresenta algumas limitações e por essa razão os seus resultados não podem ser generalizados a outros cursos da mesma região e nem às demais regiões do Brasil. Deve ser visto como um estudo exploratório, cuja principal finalidade é coletar informações que possam gerar hipóteses a serem testadas em estudos complementares. O surgimento de novos cursos de mestrado em outras localidades

sugere que deve existir uma demanda localizada a ser preenchida e é necessário acompanhar se essa demanda se sustenta ao longo do tempo.

O fenômeno de queda de demanda por cursos de graduação em Turismo foi analisado em sua totalidade, mas é possível que não tenha ocorrido em algumas regiões do país, onde os novos mestrados estão sendo criados. Salienta-se da mesma forma, que a redução da demanda em cursos de mestrado teve por base um único estudo de caso. A relação de declínio de demanda entre cursos de graduação e de pós-graduação pode apresentar diferente comportamento quando comparado entre instituições públicas e privadas. Outra limitação diz respeito ao número de egressos que não devolveram o questionário preenchido, apesar das várias tentativas dos pesquisadores. É possível que a inclusão da opinião dos mesmos modifique os resultados sobre a satisfação com o MTH. Finalmente, por não ser objetivo do trabalho, não foi coletada a opinião dos coordenadores e docentes de cursos de graduação e de mestrados em Turismo de outras IES sobre o tema.

Assim, sugere-se à comunidade acadêmica que outras pesquisas sejam realizadas sobre o tema, considerando as limitações aqui apresentadas, de forma que este estudo preliminar possa contribuir para aprofundamento do estudo da demanda educacional em cursos de graduação e mestrado acadêmico na área de Turismo e, ao mesmo tempo, propiciar aos coordenadores desses cursos e administradores de IES, uma base teórica e factual que sirva de base para aperfeiçoamento de suas decisões administrativas.

## Referências

- ANSARAH, M.G.R. **Formação e capacitação do profissional em Turismo e hotelaria**: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil. São Paulo: Aleph, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo (PNT)**. Brasília: 2003.
- BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP. **Censo da Educação Superior 1998 a 2007**. Brasília, 2009. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br>>. Acesso em: 04 maio 2009.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Modelo de enquadramento das propostas de diretrizes curriculares para cursos de Turismo e hotelaria**. Brasília, 2009. Disponível em: <<http://www.mec.gov.br>>. Acesso em: 02 março 2009.
- COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR – CAPES. **Legislação e Leis**. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/sobre-acapes/legislacao/2336-leis>>. Acesso em: 01 agosto 2009.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR – CAPES. **Cursos recomendados e reconhecidos.** Disponível em: <[http://www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/lista\\_cursos.asp](http://www.educacaosuperior.inep.gov.br/funcional/lista_cursos.asp)>. Acesso em: 20 novembro 2008.

COSTA, S. **A Educação Tecnológica e a Interação Escola-empresa.** Dissertação de Mestrado. Universidades Federais de Santa Maria, 1998.

DENCKER, A. F. M. Estado e educação no Brasil: o caso do ensino de Turismo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006.

FERRAZ, J. J.; SOUZA, M. J. B.; VERDINELLI, M. A. Percepção da imagem e satisfação em egressos universitários: uma análise correlacional. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (XXXIII ENANPAD). **Anais...** São Paulo-SP, 2009. CD-ROM.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1991.

HAIR JR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. *Análise multivariada de dados.* 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOYOS, P. J. *O Papel do Egresso na Universidade.* Colômbia, 1998. Disponível em: <<http://sinteses.univali.edu.co/julho99/hoyos.html>>. Acesso em: 16 novembro 2008.

KRUSKAL, J. B. Nonmetric multidimensional scaling: a numerical method. **Psychometrika**, v. 29, p. 115-129, 1964

MARTINS, O. S.; MONTE, P. A. Motivações, expectativas e influências do título de mestre em ciências contábeis: uma análise a partir dos egressos do programa multiinstitucional UnB/UFPB/UFPE/UFRN. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (XXXIII ENANPAD). **Anais...** São Paulo-SP, 2009. CD-ROM.

MATIAS, M. **Turismo:** formação e profissionalização (30 anos de história). Barueri: Manole, 2002.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Atlas, 2001.

MOTA, K. C. N. **Qualidade da educação superior em Turismo e hotelaria:** análise dos cursos de graduação reconhecidos no Nordeste brasileiro. 2005, 289p. Tese (Doutorado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí/UNIVALI, Balneário Camboriú, 2005.

REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica:** pensamento internacional x situação brasileira. Campinas: Papyrus, 1996.

SHIGUNOV NETO, A; MACIEL, L. S. B. (org.) **Currículo e formação profissional nos cursos de Turismo.** Campinas: Papyrus, 2002.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI. Disponível em: <<http://www.univali.br/Turismo>>. Acesso em: 08 dezembro 2008.