



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL



PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DIVISÃO DE PESQUISA

FORMULÁRIO 7
ACOMPANHA O RELATÓRIO DE PROJETO DE PESQUISA

Versão DP - Outubro/2013

Cadastro de Projeto de N^o-1548 DP/PROPP

Nome completo do Coordenador do Projeto de pesquisa-

Inserir link do Currículo da Plataforma Lattes:

DJANIRES LAGEANO NETO DE JESUS

<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4770924Y2>

Título do Projeto de pesquisa

ANÁLISE SOBRE A EMPREGABILIDADE DO TURISMÓLOGO EM CAMPO GRANDE-MS: A BUSCA DE OPORTUNIDADES NO SETOR PÚBLICO E PRIVADO

Data de início do projeto: 01/08/2014

Período compreendido por este Relatório: 01/08/2014 a 29/03/2016

TIPO DE RELATÓRIO: () PARCIAL (X) FINAL

Houve dificuldades durante a execução do projeto de pesquisa?

() Não (X) Sim - **Em caso afirmativo, discorra sobre:** _____

Além da questão financeira por falta de financiamento interno e externo, durante a pesquisa houveram contratempas a cerca do levantamento de dados subsidiados pelos organismos públicos e privados no cenário local de Campo Grande. Como noticiado em rede nacional a gestão pública municipal teve o mandato do prefeito cassado assim como a base de governo, incluindo a secretaria municipal que fazia a gestão da pasta do Turismo. Além disso, no que tange a gestão pública estadual, houve a posse da nova gestão governamental o que provocou de certa forma a paralização das ações em função da nova equipe executiva. Sobre a gestão privada, ainda há uma resistência na participação efetiva para a inserção dos Turismólogos em função da pouca representatividade de categoria profissional em Campo Grande.

Os objetivos propostos foram alcançados até o presente momento?

(X) Não () Sim –

Em caso de modificação, justificar

O objetivo inicial da pesquisa era “Analisar o mercado de trabalho campo-grandense no biênio 2014-2016 voltado para a inserção do Turismólogo/Bacharel em Turismo nos setores públicos e privados para a busca de oportunidades dos futuros profissionais formados na área.”

Solicito revisão no contexto geral de análise em função da falta de representatividade da categoria profissional do Turismólogo, sobretudo, nas organizações privadas, que carecem de estudos mais aprofundados. Muitas organizações existentes como a ABBTUR-MS e CONVENTION & VISITORS BUREAU não estão mais ativos, sendo os quais fundamentais para o ingresso de informações documentais para a presente pesquisa.

Dessa forma o objetivo reformulado propõe-se:

“Analisar o mercado de trabalho campo-grandense no biênio 2014-2016 voltado para a inserção do Turismólogo/Bacharel em Turismo na gestão pública municipal e estadual na busca de oportunidades profissionais”.

Houve alterações no projeto de pesquisa original?

() Não (X) Sim

Em caso afirmativo, especifique e justifique cada alteração:

(X) Título - justifique: Considerando os objetivos reformulados, acredita-se que o título “**ANÁLISE SOBRE A EMPREGABILIDADE DO TURISMÓLOGO EM CAMPO GRANDE-MS: A BUSCA DE OPORTUNIDADES NA GESTÃO PÚBLICA ESTADUAL E MUNICIPAL.**”

() Metodologia- justifique _____

() Carga horária- especifique /justifique: _____

() Categoria do projeto- justifique: _____

(X) Cronograma - justifique e especifique no quadro Cronograma de Execução

() Recursos Humanos envolvidos - justifique e especifique no quadro Recursos Humanos envolvidos na execução do Projeto até o Presente Momento: _____

() Outras – Especifique-o(s) e justifique: _____

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Relatório	Descreva as Atividades Realizadas no Período, em relação às atividades propostas inicialmente, citando o nome do responsável pela Atividade conforme Tabela de Recursos Humanos envolvidos.
<i>1º semestre</i>	<i>Parte do Levantamento Bibliográfico Reunião com o trade turístico local para apresentação da Proposta Preparação dos Instrumentos de Coleta de Pesquisa</i>
<i>2º semestre</i>	<i>Levantamento de parcerias Institucionais Parte do Levantamento Documental</i>
<i>3º semestre</i>	<i>Referencial Teórico Parte do Levantamento Documental</i>
<i>4º semestre</i>	<i>Fechamento do Referencial Teórico Levantamento Documental</i>
<i>5º semestre</i>	<i>Coleta de Dados e Análise de Dados</i>
<i>4º semestre</i>	<i>Fechamento da Coleta, análise e discussão dos dados</i>

RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS NA EXECUÇÃO DO PROJETO*

** preenchimento obrigatório para relatório final e em caso de parcial, preencher somente caso tenha ocorrido alteração do projeto original*

Nome completo dos integrantes da equipe executora (sem abreviaturas)	Instituição	Titulação	Função no projeto	Carga Horária Semanal*	Carga Horária Total**	Assinatura***
Djanires Lageano Neto de Jesus	UEMS	DR.	COORDENADOR	16	2592	

** limite de no máximo 16h/sem. para Coordenador/_Co-responsável-/UEMS_ e máximo 08 h/sem. para os demais Colaboradores*

*** Carga horária Total = (CH semanal) X (Nº de meses da execução do projeto) X 4,5 (Nº de semanas do mês)*

**** Obrigatório a ciência de todos os integrantes*

Assinatura do Coordenador do Curso: _____

_____/_____/____

Assinatura do Gerente da Unidade: _____

_____/_____/____

Por ser a expressão da verdade, firmo a presente declaração, me responsabilizo pela veracidade das informações registradas neste formulário e dou ciência que conheço e concordo em estar vinculado às regras e compromissos estabelecidos no Regulamento do Programa de Pesquisa da UEMS contidas nas Resoluções/CEPE-UEMS Nº 553 de 22 de setembro de 2005.



Assinatura do Coordenador do Projeto:

02/10/2017

ANEXO - RELATÓRIO PARCIAL DE PESQUISA

A) TÍTULO DO PROJETO DE PESQUISA

ANÁLISE SOBRE A EMPREGABILIDADE DO TURISMÓLOGO EM CAMPO GRANDE-MS: A BUSCA DE OPORTUNIDADES NO SETOR PÚBLICO E PRIVADO

B) NOME COMPLETO DO COORDENADOR DO PROJETO E DOS INTEGRANTES DA EQUIPE EXECUTORA

DJANIREN LAGEANO NETO DE JESUS – COORDENADOR DA PESQUISA

C) RESUMO

Percebe-se que o estudo científico do fenômeno turístico vem ascendendo nas últimas décadas em função das pesquisas produzidas, sobretudo, pelas ações dos Turismólogos, que estão publicando seus resultados de produções técnico-científicas em revistas especializadas. Essa percepção decorre, principalmente, de fatos e elementos correlacionados à atividade citada como fato social, que provoca desenvolvimento econômico à medida que é incentivado tanto pela gestão pública como pela iniciativa privada. Nesse sentido, o objetivo principal deste trabalho é analisar a inserção do Turismólogo na gestão pública de Campo Grande-MS, ou seja, sua representação no fomento das políticas públicas municipais e estadual para a busca de novas oportunidades profissionais. A metodologia é baseada na pesquisa indireta fundamentado, sobretudo, na pesquisa quantitativa, traduzida em números, opiniões, estatísticas e informações para classificá-los e organizá-los com a evolução do trabalho que visa descrever de forma qualitativa o mercado de trabalho do Turismólogo na cidade de Campo Grande-MS. Os resultados parciais obtidos revelam que, na gestão pública em Campo Grande-MS a representatividade de Turismólogos ainda é restrita, motivada pela falta de incentivo de concursos públicos e de contratação na área, além da ausência; de representatividade da categoria profissional pela inexistência da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR no Estado; entre outros aspectos que recaem sobre a fragilidade das ações de governo que não preveem a inserção desse profissional em longo prazo.

D) INTRODUÇÃO

O fenômeno turístico reina soberano sobre as discussões relacionadas com o desenvolvimento socioeconômico e cultural de determinadas regiões e localidades do país, tanto aquelas que possuem potencialidades como aquelas onde o produto turístico já está sendo comercializados. Com uma concorrência e diversidade dos produtos cada vez maior nos diversos segmentos de mercado, os empresários do trade turístico buscam uma clientela identificada com seu negócio, possibilitando maiores vantagens e retorno garantido para as empresas bem como para a gestão pública que fomenta toda a capacidade para gerar qualidade de vida para a população e retorno socioeconômico local.

O Brasil, com a organização dos eventos mundiais está vivendo um momento bastante propício para a geração de negócios e consequentemente de empregabilidade, entretanto, todos os números sobre a criação de empregos com a Copa do Mundo de 2014 e a Olimpíada de 2016 ainda sejam hipotéticos, esses dois grandes eventos deverão gerar trabalho para milhões de brasileiros, especialmente na área de infraestrutura urbana. Segundo pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV Projetos), a pedido da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), revelou que cerca de 3,6 milhões de empregos serão criados apenas na Copa.

Corroborando com essa tendência, o próprio Ministério do Turismo, aponta que existe a intenção de ampliar os programas de capacitação que serão desenvolvidos para a Copa, como por exemplo,

projetos que ensinarão inglês e espanhol para cerca de 80 mil pessoas até 2014, entretanto, sabe-se que de fato esse objetivo para proporcionar a hospitalidade necessária para os turistas estrangeiros está distante de acontecer, além disso, os brasileiros estão acompanhando noticiários que as cidades-sede da Copa, passam por problemas mais sérios, relacionados em sua grande maioria sobre a infraestrutura necessária para realização dos eventos esportivos como também de mobilidade urbana para atendimento não somente dos turistas, mas sobretudo para a população local.

De fato, essas intempéries provocam discussões entre a sociedade, e mesmo os leigos, tem noção que o problema está relacionado ao planejamento inadequado para realização dos projetos, sobretudo, os que envolvem o turismo no país.

Os cursos superiores de bacharel em Turismo, desde a formação da primeira Turma nos anos de 1970, sempre buscou colocar em prática um projeto pedagógico aliado ao planejamento e organização do turismo com responsabilidade e critérios, e para isso, foram definidas suas competências e habilidades previstas nas Diretrizes Curriculares Nacionais de forma a uniformizar essa conduta profissional. Porém, desde então, pouco se fez enquanto políticas públicas e privadas nacionais para dar conta da demanda de formação dos bacharéis disponíveis para o mercado.

A profissão de Turismólogo somente foi reconhecida no Brasil pela Lei 12.591 de 18 de Janeiro de 2012, incluído na Classificação Brasileira de Ocupações (órgão vinculado ao Ministério do Trabalho) no dia 12/03/2012, sob o código 1225-20. Ou seja, foram mais de 40 anos para que os gestores públicos olhassem para a formação superior tão somente como uma ocupação profissional, já que sua inclusão no mercado de trabalho, incluindo na gestão pública e privada, continua sendo marginalizado.

De forma a analisar essa realidade, entretanto, com um olhar para o cenário campo-grandense, o presente projeto tem por finalidade analisar esse mercado de trabalho no biênio 2014-2016 voltado para a inserção do Turismólogo/Bacharel em Turismo nos setores públicos e privados para a busca de oportunidades dos futuros profissionais formados na área.

O presente projeto de pesquisa está vinculado às necessidades acadêmicas do curso de Turismo da Unidade Universitária de Campo Grande cuja ênfase se inclina as políticas publicas empreendedorismo no contexto geográfico estadual. Dessa forma, estão associadas às disciplinas ofertadas no referido Curso. Dessa forma, a seguir serão apresentadas a justificativa; a viabilidade do projeto; os objetivos gerais e específicos; os recursos que serão utilizados; a metodologia para alcance dos resultados, bem como o planejamento das ações além dos referenciais teóricos que fundamentaram a proposta de pesquisa.

E) CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO PRIMEIRO ANO (2014-2015)

MES/ETAPAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Levantamento bibliográfico	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Coleta de Informações		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Análise dos dados									X	X	X	X
Redação do trabalho										X	X	X

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO SEGUNDO ANO (2015-2016)

MES/ETAPAS	13 AGO	14 SET	15 OUT	16 NOV	17 DEZ	18 JAN	19 FEV	20 MAR	21 ABR	22 MAI	23 JUN	24 JUL
Coleta de Informações		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Revisão e redação final do Relatório Parcial								X				
Entrega do Relatório Final												
Apresentação dos Resultados da Pesquisa												
Apresentação em Congresso												

Considerando a programação e o contratepo da pesquisa em função da restrição das informações fornecidas pela gestão pública, tanto pela crise estabelecida com a cassação do prefeito municipal e sua equipe assessora do Turismo, além da mudança de governo estadual, cuja equipe técnica ficou estagnada por meses, recomenda-se a ampliação do prazo para que haja a possibilidade de concorrência no Edital de PIBIC 2016-2017, colaborando no levantamento dos dados necessários para fechar a presente pesquisa. A solicitação de prorrogação do prazo do projeto de pesquisa será encaminhado para a PROPP, seguindo o protocolo estabelecido. Dessa forma propõe-se:

MES/ETAPAS 2016/2017	13 AGO	14 SET	15 OUT	16 NOV	17 DEZ	18 JAN	19 FEV	20 MAR	21 ABR	22 MAI	23 JUN	24 JUL
Coleta de Informações	X	X	X	X	X	X						
Revisão e redação final do Relatório Final			X	X	X	X	X	X				
Entrega do Relatório Final												X

F) OBJETIVOS / RESULTADOS ALCANÇADOS

- Parte do diagnóstico na gestão pública sobre a oferta e demanda profissional bem como as atividades desenvolvidas pelos Turismólogos empregados em Campo Grande-MS durante o período de vigência do projeto de pesquisa (2014-2016);
- Parte da análise sobre o perfil de formação e atuação dos Turismólogos inseridos no mercado local a fim de identificar, inclusive, oportunidades para os futuros egressos do curso de Turismo;

- c) Ainda não está concluído o estabelecimento de informações sobre a oferta, demanda e perspectivas apontadas pelo mercado turístico para o Bacharel em Turismo, para servir de base, inclusive, na correspondência das competências e habilidades definidas nos Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores em Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade Universitária de Campo Grande.

G) METODOLOGIA

A metodologia é baseada na pesquisa indireta fundamentado, sobretudo, na pesquisa quantitativa, traduzida em números, opiniões, estatísticas e informações para classificá-los e organizá-los com a evolução do trabalho que visa descrever de forma qualitativa o mercado de trabalho do Turismólogo na cidade de Campo Grande-MS.

Para Gomes (2007), o método científico está para além da técnica, pois considera quatro dimensões que demarcam esta diferenciação, quais sejam: a epistemológica, pois a partir de um modelo de ciência se avalia se uma pesquisa é ou não científica; a teórica, que considera os conceitos e princípios que orientam o trabalho interpretativo; a morfológica, uma vez que se estrutura sistematicamente o objeto de investigação e, por último, a técnica, que se ocupa do controle da coleta de dados e do necessário diálogo entre eles e a teoria que os suscitou.

Para sustentação do método, a pesquisa bibliográfica e documental será fundamental sobre o acervo encontrado na área de turismo, a fim de aprofundar nas discussões teóricas para a qualificação profissional, sobretudo, no alinhamento ao perfil desejado pelo mercado de trabalho do Bacharel em Turismo em Campo Grande-MS.

No que relaciona ao contexto da pesquisa bibliográfica ela é entendida pela revisão da literatura sobre as principais teorias que norteiam o trabalho científico. Essa revisão é chamada de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes que segundo Boccato (2006, p. 266),

[...] a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação.

Nesse sentido, a revisão de literatura possui vários objetivos, entre os quais se destacam a) proporcionar um aprendizado sobre uma determinada área do conhecimento, neste caso do campo epistemológico do turismo; b) facilitar a identificação e seleção dos métodos e técnicas a serem utilizados

pelo pesquisador pela aproximação dos conceitos de turismo já definidos; c) oferecer subsídios para a redação da introdução e revisão da literatura que no caso apoiará no referencial atualizado sobre o mercado de trabalho do Turismólogo em Campo Grande-MS.

Já a pesquisa documental, enquanto método de investigação da realidade social tentará traduzir o caráter compreensivo, com enfoque mais crítico. Essa característica tomará corpo de acordo com o referencial teórico estabelecido, tanto no pensamento do pesquisador, mas, sobretudo na análise desses referenciais a fim de responder às questões da pesquisa e ao contexto socioeconômico do turismo local.

Segundo Bravo (1991), são documentos todas as realizações produzidas pelo homem que se mostram como indícios de sua ação e que podem revelar suas ideias, opiniões e formas de atuar e viver. Nesta concepção é possível apontar vários tipos de documentos: os escritos; os numéricos ou estatísticos; os de reprodução de som e imagem; e os documentos-objeto (BRAVO, 1991).

Mesmo adotando a multiplicidade e diversidade de documentos que estarão no centro da pesquisa documental, destaca-se a relevância dos documentos de linguagem verbal e escrita, pois esses constituem como fonte primordial para entender as relações sociais aplicadas ao fomento do turismo, bem como dos atores sociais envolvidos, preponderantemente do profissional da área, foco de análise. Reafirma-se que seja qual for o tipo de documento estudado a atividade investigativa não poderá ser vista como simples descrição do documento, mas como também revela Bravo (1991, p. 283) *“aquel tipo de observación que versa sobre todas las realizaciones sociales y las ideas humanas o son producto de la vida social y, portanto, encuan to registran o reflejan esta, pueden ser utilizados para estudiarla indirectamente”*.

No cerne da discussão aqui apresentada, tentará abordar ainda uma abordagem qualitativa, mesmo considerando a quantificação ou descrição dos dados recolhidos durante o trabalho, considerando a importância das informações que podem ser geradas a partir de um olhar cuidadoso e crítico das fontes documentais.

O desenvolvimento da pesquisa qualitativa será caracterizada como uma investigação que não exige regras precisas com aplicabilidade em um grande número de casos. A pesquisa por amostragem neste formato é indicada quando a análise de alguns casos é suficiente para permitir estimativas referentes ao universo. Já a coleta de dados é que determina as questões que serão levantadas (variáveis), e em seguida construídos os instrumentos de coleta de acordo com o tipo de dado que se pretende obter (DENCKER, 2003).

Nesta expectativa, a pesquisa documental poderá permitir que a investigação da problemática incitada não somente em sua interação imediata, mas de forma indireta, por meio do estudo dos documentos produzidos pelos atores sociais envolvidos, através dos depoimentos publicados, incluindo nesse arcabouço de informações a declaração dos responsáveis dos órgãos oficiais de turismo sediados em Campo Grande-MS.

ABRANGÊNCIA DA PESQUISA

O estudo está sendo realizado na cidade de Campo Grande, capital do Estado de Mato Grosso do Sul, considerando as organizações governamentais e não governamentais representantes da sociedade civil organizada do turismo (*trade turístico*), como fonte de consultas para análise documental e informacional. Entre as entidades que serão levantadas as informações documentais sobre a situação da colocação profissional dos Turismólogos se destacam:

- Associação Brasileira de Profissionais e Bacharéis em Turismo (ABBTUR) seccional MS;
- Secretaria Estadual SEPROTUR e FUNDTUR-MS;
- Secretaria Municipal SEDESC.

PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

O aporte teórico é baseado na literatura mais atual que define os ramos de atuação do Turismólogo no Brasil, bem como os que traduzem a realidade do perfil profissional conforme o Projeto Pedagógico de Curso e das Diretrizes Curriculares Nacionais do Turismo.

Para Callado e Ferreira (2004) os espaços de pesquisa são orientados pela própria natureza do estudo, portanto a localização dos documentos pode ser muito diversificada. Essa distinção vai exigir que o pesquisador tenha conhecimento do tipo de registro e informações que abrigam as instituições visitadas e a seleção de fontes adequadas.

Será utilizada na pesquisa, a tarefa de pré-análise a fim de orientar novas coletas de dados, considerando que o processo será realizado de forma mais prudente e cautelosa com a intenção de alcançar melhores resultados na análise crítica do material recolhido no trade turístico de Campo Grande. Esse procedimento, por sua vez, tem como objetivo central averiguar a veracidade e credibilidade dos documentos adquiridos e a adequação destes às finalidades do projeto (CALADO; FERREIRA, 2004). Todavia, faz-se necessário ressaltar que esta fase não dá conta de interpretar de forma mais elaborada o teor que se encontra implícito nos documentos, ficando para a próxima fase a tarefa de interpretar o conteúdo do material recolhido.

Para melhor adequação da pesquisa de forma sequencial será utilizado quatro etapas de coleta para interpretação dos dados:

- Inicialmente, a leitura de todos os documentos coletados para selecionar aqueles que apresentam dados importantes para a investigação;
- Segundo, a transcrição literal de todos os trechos onde se percebe as formas de representação do Turismólogo no mercado de trabalho local;
- O terceiro passo será o mapeamento de temas emergentes do turismo e mercado de trabalho;

- E por último, promover a categorização e o cruzamento dos temas-chaves identificados na pesquisa.

Desta forma, para desenvolver o trabalho analítico, o pesquisador utilizará como fontes principais documentos produzidos pelos órgãos oficiais de turismo entre eles reportagens, documentários, ofícios, artigos, além da legislação sobre o assunto. De forma complementar, serão realizados ainda, levantamentos de referências bibliográficas sobre o contexto analisado.

No decorrer da pesquisa, acredita-se que os relatórios produzidos, será possível perceber que esses documentos poderão receber um tratamento com enfoque tanto quantitativo como qualitativo dos dados.

De forma sintética a pesquisa aborda dois aspectos:

- Pesquisa Documental

- ✓ A fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias;
- ✓ Fontes de Documentos: arquivos públicos, arquivos particulares e fontes estatísticas (censos).

- Pesquisa Bibliográfica:

- ✓ Abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema do estudo desde jornais, revistas, filmes, Imprensa escrita (jornais e revistas); meios audiovisuais; material cartográfico; publicações (livros, teses, monografias, dissertações, periódicos).

PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO

A forma de interpretar o conteúdo das mensagens não é algo recente, pois de acordo com Franco (2003) essa prática acompanha a humanidade. A análise de conteúdo é para Bravo (1991) a técnica mais elaborada e de maior prestígio no campo da observação documental e constitui-se como meio para estudar as comunicações entre os homens enfatizando o conteúdo das mensagens por eles emitidas.

Configura-se como fase de grande relevância no método da pesquisa documental a etapa onde os documentos serão estudados e analisados de forma minuciosa. É preciso, portanto, descrever a interpretação do conteúdo das mensagens, buscando dar respostas à problemática da pesquisa e, assim, confirmar a produção de conhecimento teórico relevante, neste caso apoiado ao fenômeno turístico.

Para Franco (2003, p.14) esse “é um procedimento de pesquisa que se situa em um delineamento mais amplo da comunicação e tem como ponto de partida a mensagem” que pode ser verbal, gestual, silenciosa, figurativa ou documental. A autora garante que a análise de conteúdo está balizada nos pressupostos de uma concepção crítica e dinâmica da linguagem que, por sua vez, é entendida como forma de expressão de representações sociais historicamente constituídas acerca da realidade social vivida por determinado grupo e expressas nos documentos por eles produzidos.

Para constituir na análise de conteúdo relevante e consistente, destaca-se a importância da leitura compreensiva do material coletado, de forma exaustiva para que sejam bem escolhidas e definidas as unidades de análise e as categorias a serem consideradas, uma vez que estas já se constituem em uma espécie de conclusão da análise. Reafirma-se a importância da descrição dos dados presentes no documento. Para atendimento da abordagem qualitativa e compreensiva se faz necessária a produção da inferência; procurar o que está além do escrito, para que se possa chegar a interpretação das informações. Gomes (2007, p.91) anuncia que “chegamos a uma interpretação quando conseguimos realizar uma síntese entre: as questões da pesquisa, os resultados obtidos a partir da análise do material coletado, as inferências realizadas e a perspectiva teórica adotada”.

Para chegar aos resultados esperados na presente proposta de pesquisa, os procedimentos e posturas que serão adotadas exigirão a sensibilidade, a intencionalidade e a competência teórica dos envolvidos na pesquisa, pois desde o acesso e a seleção do acervo documental, a análise dos dados até a comunicação dos resultados sejam eles constituídos de forma sistemática, extenuante, coesa, compassiva e criativa.

H) VIABILIDADE DE EXECUÇÃO / RECURSOS ENVOLVIDOS

Aproveitando as demandas de pesquisas já sinalizadas pelo trade turístico junto ao curso de Turismo da U.U. de Campo Grande acredita-se que a presente proposta de pesquisa terá apoio dessas organizações para continuidade de execução.

Dessa forma estão previstos os seguintes recursos:

INFORMACIONAIS

Descrição	Metodologia	Parceria (convênio)
Informações Institucionais públicas	Parceria com a Secretaria Municipal e Estadual de Turismo.	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio (SEDESC) e Fundação de Turismo de MS (FUNDTUR-MS)

MATERIAIS

Descrição	Metodologia	Responsável
Publicação dos Resultados Parciais e Final	Elaboração de Relatório Impresso para servir como referencial de consulta ao trade turístico local.	Coordenador do Projeto

HUMANOS

Descrição	Envolvidos	Responsáveis
------------------	-------------------	---------------------

Docente do Curso de Turismo de Campo Grande (efetivo)	Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus– Coordenador da Pesquisa (16h semanais)	UEMS
Alunos de Iniciação Científica PIBIC-UEMS (bolsistas ou não)	Seleção de pelo menos um aluno do segundo e terceiro ano do Curso no Edital de PIBIC da Uems.	Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UEMS

I) DISCUSSÃO GERAL DECORRENTES DE FONTES TEÓRICAS E/OU EXPERIMENTOS

A IMPORTÂNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS NO FOMENTO AO TURISMO

O turismo, por ser uma atividade econômica, envolve-se com o conceito de desenvolvimento, no momento em que é transformado em um “produto” para ser consumido *in loco* por um cliente, denominado por turista, que, nesse movimento, impulsiona o incremento de outras atividades econômicas e de infraestrutura. Para Krippendorf (2001, p. 14). “as pessoas viajam por que não se sentem mais à vontade, onde se encontram, seja no local de trabalho, seja, onde moram”. A partir dessa premissa, observa-se que as pessoas necessitam do deslocamento temporário de sua origem e, para promover organizadamente esse deslocamento, Ruschmann (1997, p.116) considera “o planejamento como uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos”. Nas duas referências citadas, é preciso considerar, portanto, o interesse do indivíduo em se deslocar, bem como o oferecimento de um produto planejado, de qualidade.

O planejamento turístico, segundo Ruschmann e Widmer *apud* Ansarah (2000, p. 67):

[...] é o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar a sua atratividade. Constitui o papel fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística, determinando suas dimensões ideais para que, a partir daí, se possa estimular, regular ou restringir sua evolução.

Como se percebe, entre as questões que preocupam os estudiosos do turismo, estão os problemas para resguardar a cultura e os recursos naturais, e igualmente a maneira que é conduzido o planejamento das ações regentes que serão utilizadas para a promoção da atividade turística. Dessa maneira, o turismo, além de uma alternativa econômica, é também uma instância que valoriza o ambiente em que se desenvolve, propiciando sua revitalização e mesmo a renovação do interesse dos próprios residentes pelo seu patrimônio.

Assim, o planejamento responsável precisa estar focado em ofertar para a sociedade receptora a valorização do desenvolvimento humano e, ao mesmo tempo, propiciar ao visitante uma vivência que

convenha com as expectativas que foram criadas, dentro de padrões de atendimento harmônicos e com políticas de preços pautadas pela ética comercial. Para Dias (2003), o planejamento, enquanto instrumento de desenvolvimento, interfere na vida das pessoas, à medida que orienta para um futuro determinado, previamente escolhido.

Ao pensar o planejamento como uma medida para promover o bem-estar das populações em longo prazo, assim como da atividade em questão, neste caso o turismo, essa ação torna-se de responsabilidade compartilhada, entre todos os envolvidos requerendo políticas públicas eficientes que gerem um arcabouço de informações no contexto social, cultural e político.

Muitas são as conceituações e definições do termo “política”. Azambuja (2008), por exemplo, afirma que a palavra pode compreender e abranger apenas comportamentos, entendimentos e desenvolvimentos dos políticos que objetivam o poder ou parte dele. No entanto, atualmente, segundo o mesmo autor, a política divide-se entre ser ciência do estado e ciência do poder. Para Dias (2003), por sua vez, é como um conjunto de ações executadas pelo estado como sujeito, dirigidas a atender as necessidades de toda a sociedade.

Já a política pública de turismo, definida e apresentada por Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 294), refere-se a:

[...] um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias em uma destinação.

Partindo do princípio que as políticas públicas desencadeiam um processo sistêmico, ou seja, são geradoras de impactos positivos e negativos na sociedade e nas localidades em que estão inseridas, seus efeitos necessitam ser considerados pelos gestores. De acordo com Petrocchio (1998), o turismo depende da população em todos os aspectos, fundamentalmente na geração de hospitalidade e investimentos necessários.

A incorporação do turismo nas estratégias de desenvolvimento por parte do poder público será de acordo com a importância que o turismo tenha dentro da política definida para o local e somente a partir dessa definição é que a atividade poderá ganhar organização e estrutura (CASTELLI, 2001). Dessa forma, quando se consideram questões do lazer - segmento elementar na composição do produto turístico, principalmente relacionado à formulação de políticas de atuação, o primeiro aspecto a ser considerado é exatamente a abrangência do lazer e seu entendimento parcial e limitado, que pode ser destacado na ação de órgãos públicos, na pesquisa, na legislação etc. (MARCELLINO, 2007).

Boaventura Santos (1998) lembra que a história ensina que não há mudanças políticas sem movimentos sociais capazes de pressionar a favor das inovações desejadas. A inclusão com equidade se

faz pelo atendimento às necessidades diferenciadas dos sujeitos e grupos por meio de ações também diferenciadas, sem estigmatizar suas diferenças. Para Magda Soares (1991, p. 21-22), antes de explicar o passado, é preciso explicar o presente “[...] porque é pelo presente que se explica o passado – o acontecimento atual, efeito dos acontecimentos passados, é que permitirá perceber e bem avaliar esses acontecimentos”.

Entendendo que o planejamento e a gestão dos negócios do turismo se constituem como um processo baseado em pesquisa e ação, devendo ser orientado tanto na sua produção quanto na avaliação por parâmetros tanto sociais quanto econômicos, consideramos que seus objetivos deverão contemplar a otimização e a contribuição desse setor na melhoria da qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente, integrando-se de forma harmônica com as demais atividades sociais e econômicas (DENCKER, 2004). Ao concordar com o tema, Capece (2001, p. 49) descreve:

O marco ideológico de referência para a gestão turística é expresso mediante uma política, a qual, para haver um turismo harmônico, sustentável e sustentado, deve ser produto da participação ativa da maioria dos atores envolvidos no cenário do seu desenvolvimento.

Dessa forma, a formulação de políticas de turismo e de planejamento turístico adequado é a forma encontrada para minimizar os impactos negativos do turismo. Para compreender melhor, Beni (2003, p. 77) afirma que:

A política de turismo é a espinha dorsal do “formular” (planejamento), do “pensar” (plano), do “fazer” (projetos e programas), do “executar” (preservação, conservação, e utilização dos patrimônios natural e cultural e sua sustentabilidade), do “reprogramar” (estratégia) e do “fomentar” (investimentos e vendas) do desenvolvimento turístico do país ou de uma região e seus produtos finais. A partir dessa afirmação fica evidente a relevância do desenvolvimento de políticas públicas eficazes, capazes de promover o fomento da atividade turística de forma sustentável, através de diretrizes políticas e operacionais integradas.

A partir das considerações apresentadas, vê-se que a atividade turística apresenta impactos que merecem atenção. O maior estímulo para seu desenvolvimento é pelo viés econômico, uma vez que o dinheiro trazido pelos turistas gera novos recursos que circulam na economia local, várias vezes, transformando-se em “efeito multiplicador”, beneficiando até setores que não são considerados turísticos (GRÜNEWALD, 2001). O fato de propiciar uma ação mais equilibrada no processo de composição do produto turístico, ou seja, do nível de planejamento que será formulado pelos atores envolvidos no processo – poder público, sociedade civil organizada, comunidade local, trade turístico (empresários), profissionais e estudiosos da área – é elementar para a proposição de medidas mitigadoras de impactos sobre as ações estratégicas nos locais de destino, sobretudo mediadas por políticas públicas eficientes no país.

CONTEXTUALIZANDO O CENÁRIO DO TURISMO NO BRASIL E A INSERÇÃO DO TURISMÓLOGO NO MERCADO DE TRABALHO

O Ministério do Turismo (MTUR) foi criado em 2003 e, segundo informações em seu site Institucional (<http://www.turismo.gov.br/>), tem como propósito “desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social”. Além disso, objetiva ainda “[...] inovar na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico”. Em sua estrutura organizacional, está alocada a Secretaria Nacional de Políticas do Turismo, que assume o papel de executar a política nacional para o setor, orientada pelas diretrizes do Conselho Nacional do Turismo, ou seja, a seção é “(...) responsável pela promoção interna e zela pela qualidade da prestação do serviço turístico brasileiro” (MTUR, 2015).

A responsabilidade desse organismo é assessorar o MTUR na formulação e na aplicação dos planos, programas, projetos e atividades derivadas e é formado por representantes do governo federal e dos diversos segmentos do turismo para ser o canal de interlocução entre os estados, iniciativa privada e a sociedade civil organizada.

A atividade turística vem ganhando o devido reconhecimento como importante vetor do desenvolvimento socioeconômico principalmente motivado pela elaboração do Plano Nacional de Turismo (PNT), nas edições de 2003/2007; 2007/2010; 2011/2014; 2013/2016: todas as edições contaram com ampla participação dos segmentos representativos que integram o Sistema Nacional do Turismo.

Segundo o MTUR (2015), “a organização do Plano Nacional de Turismo segue uma estrutura lógica, que interliga as diretrizes estratégicas, os objetivos e resultados esperados e a proposição e o desenvolvimento de programas, projetos e ações”.

Ainda na compreensão do MTUR (2015), para fomentar o turismo nas localidades, é necessário que elas compreendam as diferenças de características entre a oferta turística, que é o conjunto de atrativos, serviços, equipamentos turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo que um local, região, estado ou país possui, e o produto turístico, que é o atrativo, equipamento e/ou serviço turístico estruturado e oferecido por um determinado preço em um determinado processo, ou seja, é um produto que pode ser comercializado em um mercado.

Por se tratar de um segmento da economia que necessita ser ofertado por um serviço especializado, sua concepção se deve à inserção de profissionais qualificados tanto nas fases de planejamento e organização quanto na comercialização, assim como evidenciado por Antunes (2005, p. 4):

Em pleno século XXI são crescentes as exigências por profissionais que agreguem valor às empresas e instituições em que estão inseridos. Acompanhar estas tendências é um processo difícil. Trata-se de um grande desafio para a maioria das pessoas, e principalmente, para as instituições educacionais, responsáveis em grande parte pela formação destes indivíduos. Cada vez mais o mercado de trabalho impõe o estabelecimento de profissionais competentes, que reúnam condições satisfatórias no que se referem aos conhecimentos acumulados, habilidades inatas ou desenvolvidas e atitudes positivas e favoráveis ao desenvolvimento organizacional e pessoal, com condições de empregabilidade e sucesso no mundo dos negócios (ANTUNES et. al., 2005, p. 4).

Nesse sentido, como forma de regular a inserção dos profissionais da área, o MTUR, em respeito à lei 12.591, de 18 de janeiro de 2012, publicou o Diário Oficial em conjunto com a ABBTUR, pois considera atividades do Turismólogo, egresso dos cursos de Bacharelado em Turismo, as seguintes atribuições: planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo; coordenar e orientar trabalhos de seleção e classificação de locais e áreas de interesse turístico ao adequado aproveitamento dos recursos naturais e culturais, de acordo com a sua natureza geográfica, histórica, artística e cultural, bem como realizar estudos de viabilidade econômica ou técnica; coordenar levantamentos, estudos e pesquisas relativos a instituições, empresas e estabelecimentos privados que atendam ao setor turístico, entre outras.

Nessa seara de informações, a atuação do Turismólogo emerge do contexto de uma nova profissão, cujos fundamentos foram estabelecidos pelo Governo Federal no ano de 1971, quando instituiu o primeiro curso superior de Turismo no Brasil. Esse ato de criação significou uma opção à sociedade brasileira para desenvolver o turismo de forma planejada, estimulando a formação acadêmica de um profissional destinado a atuar nos campos do sistema turístico.

Trata-se de uma atividade profissional que ainda está modelando sua identidade, embora sua importância e necessidade social sejam inquestionáveis. O interesse pela profissão é um indicador das perspectivas que se apresentam para o Turismólogo em um mundo no qual o lazer passa a ser uma dimensão na qualidade de vida do homem contemporâneo.

Em relação à regulação das atividades do Turismólogo, deve-se mencionar o Código de Ética do Bacharel em Turismo, um conjunto de orientações destinadas a estimular a reflexão do profissional acerca da conduta adequada no cotidiano de sua atividade laboral, aprovado pelo Conselho Nacional da ABBTUR (Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo) em 28 de maio de 1999 e apresentado à categoria em ação plenária, durante o Congresso Brasileiro de Turismo, em 29 de maio de 1999. O referido documento traz, em seu capítulo inicial:

Artigo 1º - o Bacharel em Turismo tem um amplo espectro de atuação profissional. Sua formação acadêmica multidisciplinar possibilita-lhe ter uma visão adequada do fenômeno contemporâneo caracterizado pelo conjunto de fatos e relações produzidas pelo deslocamento de indivíduos motivados por razões diversas, excetuando-se as de cunho econômico.

No trecho descrito, apresenta-se, de forma geral, o papel que representa esse profissional do fomento do turismo nas localidades, em que se insere também a gestão pública, que desencadeia todo o processo de formação da atividade.

Como já mencionado, a formação acadêmica no Brasil se iniciou com o primeiro curso superior de bacharelado ofertado em 1971, pela Faculdade Anhembi, atualmente Universidade Anhembi Morumbi. A composição dos currículos dos cursos superiores no Brasil foi idealizada de modo diferente dos modelos europeus e americanos, pioneiros nessa formação e gerados a partir dos modelos tradicionais dos cursos de Administração, Geografia e Administração Hoteleira (BARRETTO; BARBOSA, 2004).

Devido à configuração política do Brasil na época, qual seja, baseada na ditadura militar e na economia como o chamado “milagre brasileiro”, o mercado turístico, segundo Rejowski (2002), além do setor de viagens, de hotelaria e de transportes passava por um período de expansão. Acredita-se que esses fatores estimularam o surgimento dos cursos superiores em Turismo, isso com base nos estudos de pesquisadores especializados nesta temática que enfatizam que tais cursos nasceram de uma autonomia própria para atender a uma demanda de mercado em que havia um grande interesse no curso técnico em Turismo, que, porém, não correspondia à necessidade de grande parte das pessoas que já possuíam o ensino colegial, atualmente ensino médio.

Aliado a isso, as políticas nacionais eram estimuladas pelas perspectivas econômicas que criaram uma política de desenvolvimento do Turismo a partir da última metade da década de 1960. O crescimento econômico brasileiro estimulou ainda, na chamada classe média da época, a necessidade de ascensão social a partir do ensino universitário e, com a oferta do curso de Turismo “de fácil ingresso e com um conjunto de disciplinas que, em sua maior parte, dão continuidade aos estudos de segundo grau” (BARRETTO; BARBOSA, 2004, p. 52), provocou-se ainda mais o estímulo para essa opção universitária.

Para Trigo (2000), foi com base nesse contexto, rico em sonhos, que a educação em turismo foi implantada no país: um novo curso para um país promissor que se descobria herdeiro das benesses do passado, um curso que encontrava sua vocação plena em um paraíso tropical repleto de belezas naturais ainda intocadas; enfim, o país do futuro encontrava a profissão do futuro. Dessa forma, seduzidos pela vontade de realizar viagens aliada a uma profissão, os cursos de turismo, de acordo com Barretto e Barbosa (2004), criavam o imaginário de status das viagens e dos destinos apresentando a imagem de um mundo perfeito.

Na época de implantação dos primeiros cursos superiores, por meio de projetos pedagógicos de “cunho técnico operacional”, tinha-se como ideia principal do plano pedagógico uma necessidade de o governo do período da ditadura incentivar cursos que promovessem “avanço tecnológico, uma visão

otimista do momento político, a esperança no sucesso do modelo econômico e uma visão superficial do funcionamento da sociedade” (BARRETTO; BARBOSA, 2004, p.54).

Outro motivo importante que incentivou as Instituições de Ensino Superior (IES) a investirem nesse projeto de curso era aliar a ênfase da educação como negócio ao aumento de uma oferta de cursos de baixo custo, uma vez que estes não demandam muitos laboratórios e que quadro e o giz seriam as ferramentas pedagógicas principais (BARRETTO; BARBOSA, 2004, p.57).

A partir dessa configuração e do crescimento das vagas e IES que ofertavam o curso de Turismo na época, foi necessário repensar nessa atuação de modo mais qualificado (MOTA, 2005). Para Rejowski (2002), houve um distanciamento entre a academia e o mercado turístico, fato esse provocado, em parte, pela falta de professores especializados e pela a carência de literatura nacional para as disciplinas disponíveis na época.

Já na década de 1990, houve um aumento significativo dos cursos de Turismo no Brasil devido à necessidade de profissionais qualificados para o mercado turístico. Entretanto, ainda no final dessa mesma década, ocorreu um início de retração do mercado do ensino em Turismo (MOTA, 2005).

A profissão reconhecida no país por meio da Lei n.º 12.591, de 18 de janeiro de 2012 e incluída na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), vinculada ao Ministério do Trabalho sob o código 1225-20, traz a condição de se tornar parte das pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), bem como o registro na Carteira de Trabalho e na listagem de ocupações da Declaração do Imposto de Renda de Pessoa Física. Segundo o site da ABBTUR, a partir de uma matéria publicada em 2013: “O Brasil já registra mais de 170 mil profissionais formados, todavia apenas 58,5% atuam no setor de turismo efetivamente” (ABBTUR, 2015). Ainda segundo o site da ABBTUR (2015):

O mercado, a comunidade e o setor como um todo terá uma clara melhoria de qualidade, com a regulamentação da lei, e só assim poderá fazer frente ao papel global que o Brasil está assumindo no turismo e em todos os demais campos. Mesmo sem a lei ter sido regulamentada, a inclusão da profissão na CBO é mais um passo rumo a essa profissionalização, já que o órgão é responsável apenas por classificar a ocupação, que recebeu o código 1225-20 (Disponível em .Acesso em: 15 jul 2015).

A discussão acerca da regulamentação da profissão não é recente no cenário brasileiro desse campo profissional e data a partir das primeiras turmas de graduados nos anos de 1970, mas principalmente a partir da definição do Código de Ética em 1999 já mencionado, em resposta à “explosão” da oferta dos cursos superiores no Brasil entre as décadas de 1990 a 2000 estimulada, inclusive, pelas políticas públicas de desenvolvimento ao turismo no Brasil. Para Silveira et al (2012, p. 17): “O excesso de cursos a partir da década de 1990 criou tantas distorções de mercado que, a principal atividade profissional dos turismólogos passou a ser a docência, e fora das IES os profissionais eram substituídos por estagiários, cuja existência abundava.”

Com o passar do tempo, a oferta dos cursos superiores no país foi sendo reduzida paulatinamente. Esse comportamento pode estar associado à desconexão das ações de fomento do turismo no país. Segundo considerações de Silveira et al (2012, p. 17):

O esvaziamento dos cursos superiores de turismo pode ser consequência tanto da acomodação natural decorrente do fim do modismo, quanto pelas dificuldades de absorção de mão-de-obra pelo mercado.

(...)

O papel das Universidades é habitualmente confundido não só com o de consultoria, mas também com o de departamentos de Recursos Humanos terceirizados de empresas e instituições, treinando funcionários. Os acordos propostos às Universidades, tanto pelo poder público quanto pela iniciativa privada, são habitualmente operacionais, no sentido de utilizar o que chamam capital humano ocioso (alunos) e propiciar a esses 'prática de mercado', em especial nos níveis locais. A cada semestre para realizar estágios, alunos lutam por colocações e depois de contratados muitas vezes desempenham funções para as quais não necessitariam conhecimentos acadêmicos.

Desde a criação do primeiro curso superior em turismo no Brasil, em 1971 em São Paulo, o processo de expansão da oferta de cursos foi intensificado. No Brasil existiam apenas 33 cursos em 1994 e, após a modificação na legislação, em 1998, esse número passou a 284 cursos em 2000 e a mais de mil cursos em 2010. Em 2003, chegou-se a 637 cursos de graduação em turismo e/ou hotelaria no Brasil (MOTA, 2005); já em 2010, atingiu-se a quantidade de 1.084 cursos de turismo e áreas afins, dos quais 595 são bacharelados e 450 são tecnológicos, havendo ainda 1 de licenciatura (INEP/MEC, 2015).

As modalidades de oferta dos cursos superiores foram se diversificando ao longo do tempo na própria área do turismo e, segundo informações do Ministério da Educação (MEC), as modalidades disponíveis de graduação, como prevê a legislação, são de Bacharelado, Licenciatura e Tecnológico, além dos cursos sequenciais já existentes. Entre esses se destacam: bacharelados – em Turismo, Hotelaria, Turismo e Hotelaria e outros; tecnológicos – Gestão de Turismo, Hotelaria, Gestão Desportiva e de Lazer, Gastronomia, Eventos, Turismo e outros; sequenciais; outros - cursos que tratam de nomenclaturas não previstas nas diretrizes curriculares para cursos de Bacharelado e no Catálogo Nacional de Cursos de Tecnologia de 2010, tais como: Administração em Turismo, Agenciamento de Viagens e Turismo, Agente de Operações Turística, Gestão de Empreendimentos Turísticos, entre outros (MEC, 2014).

Importante destacar que, segundo o site do INEP/MEC (2015) somente cerca de 8% do total de cursos é oferecido em IES públicas no país, o que poderá ser modificado nos próximos anos em decorrência da criação e interiorização de mais campi de Institutos Federais e de universidades federais e estaduais que suportam a formação mais completa do acadêmico, abordando aspectos do ensino, pesquisa e extensão.

Independente das estatísticas apontadas, sabe-se que a educação e a formação de profissional em turismo são consideradas fatores-chave em um mundo onde a informação, a criatividade e o conhecimento se configuram como as mais importantes fontes de criação de valor. Para tanto, é preciso oportunizar a inserção do profissional formado na área para provocar mudanças qualitativas nos destinos

e locais com potencialidades turísticas, não somente na iniciativa privada, mas também considerando-se a gestão pública.

Dentre as competências e habilidades específicas do Bacharel em Turismo, segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) para os Cursos Superiores em Turismo, Resolução n. 13, de 24 de novembro de 2006, Artigo 4º, estão:

- I - compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- II - utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
- III - positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo; IV - domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;
- V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
- VI - adequada aplicação da legislação pertinente;
- VII - planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;
- VIII - intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;
- IX - classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- X - domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;
- XI - domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista ;
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;
- XIV - domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;
- XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
- XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- XVII - compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;
- XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;
- XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.

Como apontado nas DCN, a formação do Bacharel em Turismo/Turismólogo é generalista e complexa para, dessa forma, possibilitar uma formação completa para os profissionais atuarem nos setores públicos e privados. Mesmo assim, desde a primeira formação superior, 40 anos se passaram e até agora a profissão não está regulamentada pelo governo federal, não existindo, dessa forma, mecanismos

para garantir a inserção do Turismólogo no mercado de trabalho turístico de modo ordenado. A entidade de classe, ou seja, a Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo (ABBTUR-MS), que nos anos de maior movimento dos cursos superiores representou a profissão de modo mais eficiente, atualmente, está isolada em algumas cidades no território brasileiro, de forma geral pouco representativa, como ocorre no estado de Mato Grosso do Sul, que, nos últimos anos, não registrou representatividade dessa entidade nas ações estratégicas juntos aos conselhos municipais bem como na instância do governo estadual.

A INSERÇÃO DO TURISMÓLOGO NA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL E ESTADUAL EM CAMPO GRANDE-MS

É apresentada, nos meios de comunicação, a informação de que Campo Grande é uma cidade organizada e planejada, com inúmeras áreas verdes e com atrativos como parques e museus. Apoiando-se nessa ideia, Lanzarine (2011, p.2) afirma que, nas últimas duas décadas o Brasil tem buscado desenvolver o modelo de turismo cultural, fundamentado na história local e nos traços arquitetônicos e paisagísticos dos lugares turísticos visando a uma atividade, a princípio, menos depredadora do meio ambiente, em face dos outros modelos mais comuns do país voltados para os ambientes naturais, além do aproveitamento dos recursos histórico-culturais, contemplando utilidades modernas ao passado concreto. A Capital, aproveitando-se das condições potenciais tanto no viés cultural como ambiental, vem se apoiando nessas condições para configurar sua atratividade turística.

As políticas públicas do turismo são relativamente recentes em Campo Grande, uma vez que os esforços do governo estadual para desenvolver o turismo sempre estiveram direcionados às cidades de Bonito e à região que compreende o Pantanal. Porém, a capital sul-mato-grossense configura-se inevitavelmente como portão de entrada para o fluxo turístico do Estado, pois nela está localizada a maior rede hoteleira e o aeroporto internacional. Por esse motivo, as ações desenvolvidas atualmente favorecem, de certa forma, o município. Contudo, não significa que o planejamento turístico contemple de forma completa este destino nas demais regiões do Estado.

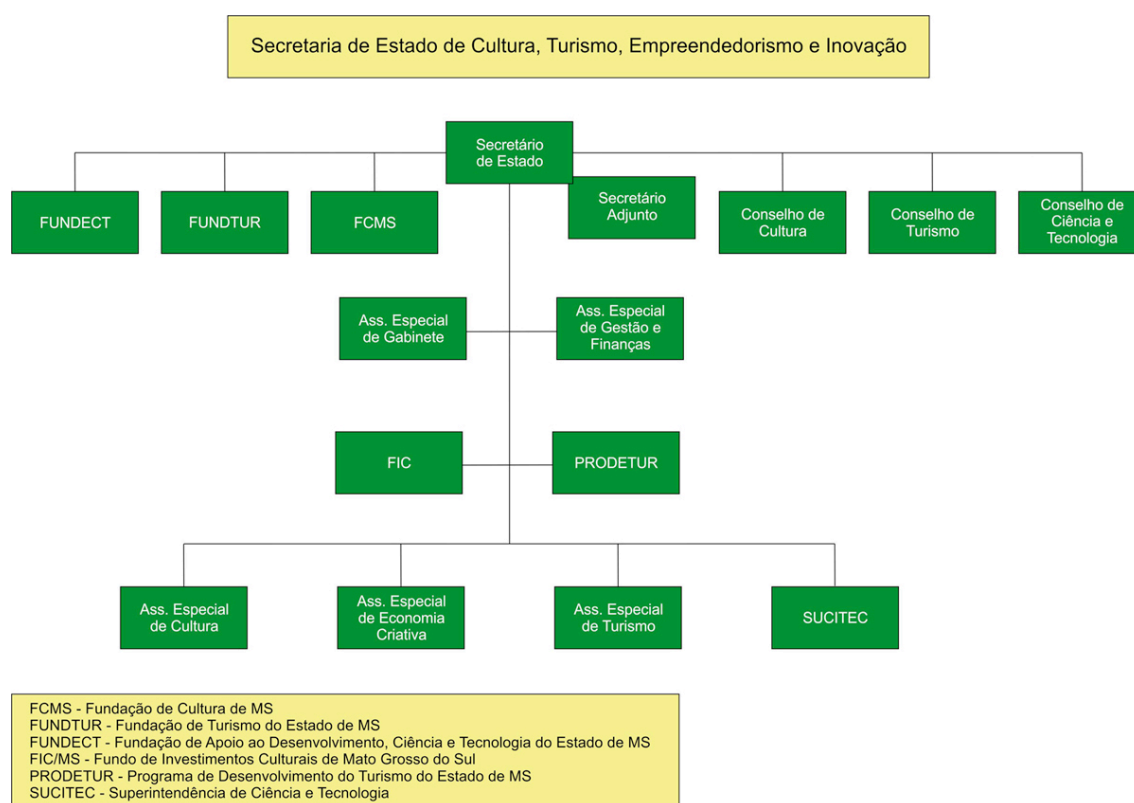
Dados levantados pela Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR/MS, 2015) sugerem que há um caminho árduo a ser percorrido para alavancar o desenvolvimento do turismo no Estado. Dentre as principais metas estabelecidas pelo atual Presidente da FUNDTUR/MS, com apoio do Governo do Estado, estão: Diagnosticar municípios com potencial para elaboração de novos roteiros turísticos; Implantação de infraestrutura turística; Marketing/Promoção dos potenciais roteiros turísticos do estado; Criação de um observatório de turismo para monitoramento do turismo, auxiliar no processo de tomada de decisões e atração de investimentos para o setor; Firmar parcerias com instituições como SEBRAE, *trade* turístico, Universidade Estadual e Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

O cenário da gestão pública vinculada ao turismo no estado de Mato Grosso do Sul, mais

precisamente na capital Campo Grande, é regido, a instância estadual, pela Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR); e, na instância municipal, pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Ciência e Tecnologia, do Turismo e do Agronegócio (SEDESC) que serão apresentados na sequência.

FUNDTUR

A Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR) está vinculada à Secretaria de Estado de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação – SECTEI. Sua posição é estratégica em conjunto com outras fundações que fazem parte da estrutura da secretaria (GOVERNO DO ESTADO DE MS, FUNDTUR, 2015).



Fonte: Site do GOVERNO DE ESTADO DE MS, FUNDTUR (2015)

Na gestão do atual Governador Reinaldo Azambuja, foram criadas onze secretarias a partir do Decreto n. 14.119, de 12 de janeiro de 2015 para reorganizar e estruturar o Poder Executivo no sentido de desenvolver o Estado de Mato Grosso do Sul. Para conduzir a SECTEI, foi convidado o atual Secretário, Athayde Nery de Freitas Júnior. Como Diretor Presidente da Fundação de Turismo, foi nomeado Nelson Cintra Ribeiro; para Diretor de Departamento do Turismo e Mercado foi conduzido Geancarlo de Lima

Merighi e, como Gerente de Estruturação e Desenvolvimento do Turismo, foi empossada Marcia Brambilla.

A FUNDTUR foi instituída pelo Decreto n. 10.552, de 14 de novembro de 2001, com base na autorização constante na Lei n. 2.307, de 9 de outubro de 2001. Ela é vinculada à Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agrário, da Produção, da Indústria, do Comércio e do Turismo – SEPROTUR desde o mandato do ex-governador André Puccinelli.

No edital n. 004/06 – SEGES/FUNDTUR foi realizada convocação para prova de títulos do único concurso público para preenchimento dos cargos disponíveis para a atual estrutura da Fundação de Turismo.

Em sua nova incumbência, a Fundação de Turismo é pessoa jurídica de direito público sem fins lucrativos, com patrimônio próprio, autonomia administrativa e financeira, com sede e foro na Capital do Estado, prazo de duração indeterminado e rege-se pelo Código Civil Brasileiro, pela legislação complementar e pelo Estatuto aprovado pelo Decreto n. 13.582 de março de 2013.

Está localizada na Avenida Afonso Pena, 7000 – Parque das Nações Indígenas – Portal Guarani – Jardim Veraneio – Campo Grande – MS. A Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR) fomenta, incentiva e promove a exploração do turismo no Estado, identificando, selecionando e divulgando oportunidades de investimentos turísticos no território estadual, viabilizando a exploração econômica dos recursos turísticos do Estado e divulgando seus atrativos através de eventos induzindo o desenvolvimento e a implantação de serviços de infraestrutura em área de interesse turístico (Site: <http://www.turismo.ms.gov.br/>. Acesso em: 28.05. 2015).

Sua missão é promover o turismo como atividade econômica, ambiental e socialmente justa.

Durante o desenvolvimento deste trabalho, o Diretor Presidente da Fundação de Turismo e sua equipe técnica foram à sede da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS apresentar uma palestra sobre os projetos da nova gestão para fechar a semana do Projeto de Integração e Informação dos Calouros (Proinca) aos acadêmicos do curso de Turismo.

Em momento posterior, a SECTEI, juntamente com a Fundação de Cultura, Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia e a Fundação de Turismo realizaram o 1º Seminário de Políticas Públicas para a Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação, que aconteceu nos dias 13, 14 e 15 de maio de 2015. Durante o evento, o secretário Atayde Nery fez uma apresentação sobre As Políticas Públicas da Secretaria, o diretor presidente da Fundação de Turismo apresentou as Diretrizes e Atuação da Fundtur e o Diretor de Desenvolvimento do Turismo e Mercado, Geancarlo, fez uma abordagem sobre os programas de Ampliação e Diversificação da Oferta Turística de Mato Grosso do Sul.

Dentro desse programa está o diagnóstico turístico, em que serão feitos os levantamentos das

potencialidades dentro dos 79 municípios do Estado para identificar as prioridades de cada cidade e, conseqüentemente, realizar um planejamento estratégico voltado especificamente para cada necessidade. Também se destaca a implantação do observatório de turismo, que terá parcerias com instituições do poder público e privado, sociedade e universidades.

SEDESC

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e do Agronegócio (SEDESC), foi criada em janeiro de 2009 e tem como missão promover o desenvolvimento autossustentável e competitivo do município de Campo Grande através de formulação de políticas públicas e ações intersetoriais em: agronegócio, indústria, comércio, serviços, turismo, ciência e tecnologia. A SEDESC fundamenta seus princípios de gestão tendo como finalidade a coordenação, a promoção, a articulação, o incentivo e o fomento de suas atividades por meio de eventos. Sua visão de futuro é ser referência nacional pelo estabelecimento de políticas inovadoras que se traduzam em um processo gerencial de alto impacto para o desenvolvimento e a prosperidade do município (SITE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, SEDESC, 2015).

De acordo com o publicado no Diogrande n. 2669 de 2 de janeiro de 2009, a Lei n. 4722 de 1º de janeiro de 2009, as competências da SEDESC são:

- ✓ A coordenação e a execução da política de desenvolvimento econômico do Município e o apoio e acompanhamento técnico-logístico aos interessados em investir nos segmentos de serviços, agronegócio, indústria, comércio, turismo e ciência e tecnologia;
- ✓ A promoção de estudos e pesquisas sociais, econômicos e institucionais ligados às potencialidades do Município, visando identificar oportunidades para instalação de empreendimentos voltados para o desenvolvimento sustentável do Município;
- ✓ A articulação para instalação, localização e diversificação de empreendimentos que utilizam insumos disponíveis no Município e o desenvolvimento de programas e projetos de fomento às atividades industriais, comerciais e de serviços compatíveis com a vocação da economia local;
- ✓ A orientação, de caráter indicativo, à iniciativa privada, de empreendimentos de interesse econômico para o Município, em especial a implantação de projetos voltados para a expansão dos segmentos industrial, turismo e agronegócio;
- ✓ O incentivo e o estímulo à localização e manutenção de empreendimentos industriais, comerciais e de serviços e a promoção de medidas de atração de interessados em operar atividades empresariais desses segmentos no Município, particularmente micro e pequenas empresas, em articulação com os setores econômicos locais, estaduais e nacionais;

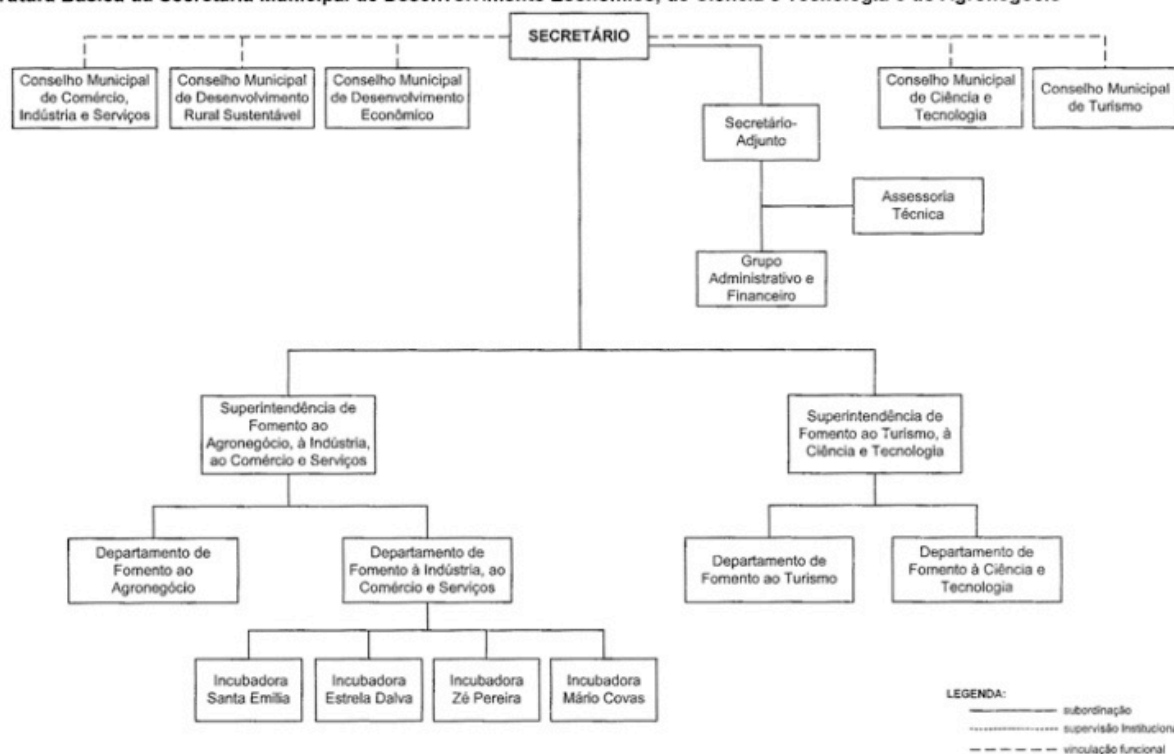
- ✓ A promoção e a coordenação de projetos, em parceria com instituições públicas ou privadas, visando agregar novas tecnologias aos processos de produção e o gerenciamento do Programa de Incentivos para o Desenvolvimento Econômico e Social de Campo Grande - PRODES;
- ✓ O fomento à comercialização e à exportação de produtos industriais e agropecuários produzidos por empresas instaladas no Município;
- ✓ O incentivo à pesquisa científica e tecnológica e à implantação de programas de tecnologia industrial, informação tecnológica e gestão de negócios;
- ✓ O fomento aos investimentos em negócios que busquem valorizar e explorar o potencial turístico do Município, bem como a proposição de estratégias para a implantação e a manutenção de sistema de divulgação turística do Município;
- ✓ A formulação, a promoção e o desenvolvimento de políticas públicas para o turismo e a identificação, captação, seleção e divulgação de oportunidades de investimentos turísticos;
- ✓ O estabelecimento de estratégias de comunicação, a assistência técnica aos empreendimentos turísticos e a promoção e execução de eventos, projetos e demais atividades empresariais ligadas ao turismo;
- ✓ A organização de calendários de eventos de interesse turístico e cultural a serem realizados no Município e a elaboração de material informativo turístico e a manutenção de contato com o público em geral, empresas e entidades para prestação ou troca de informações turísticas;
- ✓ A manutenção de postos para prestação das informações para o público em geral e empresas, devidamente aparelhados com material para divulgação dos atrativos, bens e serviços do Município;
- ✓ A articulação com órgãos e entidades do Estado e do Governo Federal, para fortalecimento das diretrizes e ações de fomento aos assentamentos rurais e elaboração de projetos de colonização e de organização de comunidades rurais;
- ✓ O incentivo e o apoio às atividades da agricultura familiar, visando agregar valor à pequena produção e preservar as características culturais e ambientais para proporcionar a manutenção do trabalho e o incremento da renda familiar dos pequenos produtores;
- ✓ O apoio a produtores de pequenas propriedades, fomentando o cooperativismo, a produtividade e a geração de emprego e renda, bem como o incentivo e a orientação ao associativismo e cooperativismo, fomentando o cooperativismo, produtividade e a geração de emprego e renda e apoiando a promoção de cursos, palestras e eventos afins;
- ✓ A definição das políticas públicas e a coordenação da implementação dos serviços de assistência técnica ligados ao desenvolvimento e ao aprimoramento das atividades da agricultura familiar;
- ✓ A articulação com organismos, tanto de âmbito governamental como da iniciativa privada, visando a obtenção e o aproveitamento de incentivos e recursos para programas e projetos de desenvolvimento econômico e social do Município;
- ✓ A coordenação e execução de fóruns de debates sobre o cenário macroeconômico que reflete na economia do Município e a realização e coordenação do Fórum Permanente de Competitividade de Campo Grande;

- ✓ A gestão do fundo para o desenvolvimento das atividades turísticas de Campo Grande e outros fundos de apoio e incentivo ao desenvolvimento econômico do Município;
- ✓ A coordenação e a execução da política de desenvolvimento.

A SEDESC é uma das vinte e nove instituições do Poder Executivo do Município de Campo Grande, tanto inicialmente no mandato do Prefeito Alcides Bernal como mandato do atual prefeito Gilmar Olarte. Seu atual secretário, Natal Baglioni Meira Barros, foi nomeado em 4 de abril de 2012 pelo prefeito da época Nelson Trad Filho. Na Superintendência de Fomento ao Turismo, Ciência e Tecnologia desde 2009 está sob comando de Maria do Carmo Portocarreiro Petelinkar e como Diretora do Departamento de Turismo desde 2014 está Luciana Gonçalves de Souza. A seguir, apresenta-se o organograma da Secretaria:

ANEXO AO DECRETO n. 10.717, DE 16 DE JANEIRO DE 2009.

Estrutura Básica da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, de Ciência e Tecnologia e do Agronegócio



Fonte: site www.pmcg.ms.gov.br/sedesc (2015)

O Departamento de turismo trabalha com o objetivo de fomentar esse importante seguimento do município, desenvolvendo e apoiando projetos e eventos que gerem trabalho e renda para a economia local, estabelecendo parcerias com empresas privadas e órgãos governamentais e promovendo intercâmbio de ações com outros municípios que compõem a região turística Caminho dos Ipês, haja vista que Campo Grande é um dos 65 Destinos Indutores do programa de Desenvolvimento Turístico Regional/Mtur. (SITE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, SEDESC, 2015).

Durante a elaboração deste trabalho, foram coletadas informações complementares relatadas por Rodrigo de Barros Costa que, nos últimos oito anos, trabalha como técnico do departamento. Inicialmente, a inserção de Turismólogos na gestão do Departamento foi a partir da nomeação de Diego Garcia dos Santos, formado pela Universidade Católica Dom Bosco, como diretor do departamento e Wantuyr Tartari, formado pelo Instituto de Nível Superior da Funlec. Rodrigo, primeiramente, foi contratado como estagiário do Memorial da Cultura e, após sua formação acadêmica em Turismo pela Faculdade Estacio de Sá de Campo Grande, teve seu contrato prorrogado por um convênio entre a prefeitura e a Organização Mundial para Educação Pré-escolar - OMEP. A atual Diretora do Departamento, Luciana Gonçalves de Souza, formada em Turismo pela Faculdade Estácio de Sá, tem contratados pelo departamento outros três técnicos formados na área.

Rodrigo analisa, que houve um crescimento também no número de vagas para estágio. Hoje, são aproximadamente trinta estagiários distribuídos nos sete Centros de Atendimento ao Turista - CAT. Os estagiários do Curso de Turismo são setenta por cento dos contratados. Ele aponta que esse número não é de cem por cento devido a algumas vagas serem para o atendimento no período matutino. Esses horários não podem ser preenchidos pelos acadêmicos devido ao período estar dentro do horário da grade curricular dos acadêmicos da UEMS e da UFMS.

Perspectivas para a gestão pública em Campo Grande

Na busca de informações para dimensionar o grau de envolvimento da gestão pública no fomento da qualificação que envolve a inserção do Turismólogo, seja de modo efetivo por meio de concurso ou como contratado por meio de uma nomeação, foi possível perceber que, tanto pela tônica sobre concursos públicos quanto pelo volume de ocupação de postos de trabalho receptivos aos graduados, ao longo dos últimos anos, houve baixo crescimento na contratação dos profissionais dessa área por parte do setor público.

No levantamento de informações, o último Edital lançado pela Prefeitura Municipal de Campo Grande, publicado segundo Decreto n. 11.635, de 4 de outubro de 2011, dispõe sobre as atividades básicas e as exigibilidades para o provimento de cargos efetivos da Prefeitura Municipal. Nesse Edital, estavam dispostas duas vagas para o cargo de Turismólogo (Curso de Graduação em Turismo), cujas funções definidas eram:

- Elaborar, executar, acompanhar e avaliar programas, projetos e atividades na área de turismo;
- organizar, coordenar e executar eventos turísticos;
- promover eventos de caráter social, econômico, cultural, científico e artístico;
- organizar calendário turístico;
- realizar atividades e serviços de atendimento e informações turísticas;
- elaborar documentos e relatórios;
- realizar atividades técnicas e de informática na área;
- participar de cursos de qualificação e requalificação profissional, oferecidos pela Escola de Governo do Município - EGOV-CG (Disponível em

Segundo o Edital Publicado em 2011, é possível perceber as competências e habilidades do profissional sobre as ações corriqueiras desenvolvidas na esfera pública, o que corrobora, sobretudo, com a importância de inclusão do Turismólogo no planejamento e execução das políticas públicas para e pelo turismo. Ainda no referido Edital, foi possível verificar a remuneração base para o cargo de Turismólogo, cuja carga horária semanal era de 40 horas semanais e salário de R\$1.695,53 (Hum mil, seiscentos e noventa e cinco reais e cinquenta e três centavos) + abono de R\$ 559,89 (quinhentos e cinquenta e nove reais, oitenta e nove centavos). Apurou-se que semelhante remuneração estava em conformidade com as outras graduações requeridas no próprio Edital, entre elas as de Administrador, Contador, Biólogo, entre outras. Não foi possível investigar fontes seguras que mencionassem qual momento publicado o edital da última oferta de concurso público promovido pelo Governo do Estado, porém, sabe-se que esse intervalo de tempo passa de cinco anos.

O que foi possível coletar de informações no período compreendido pela pesquisa é que os servidores públicos concursados com formação na área de Turismo e que exerçam suas atividades profissionais na área em Campo Grande não são muitos, apesar de não existirem fontes documentais para consulta, mas por meio das informações coletadas durante as visitas aos organismos públicos (o número não passa de 20 profissionais). Os mesmos estão vinculados às universidades públicas, à FUNDTUR, à SEDESC e ao Instituto de Meio Ambiente do Mato Grosso do Sul (IMASUL).

J) CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS E/OU CONCLUSÕES

O estudo até o momento reuniu elementos que estabelecem em parte uma interface entre as entidades públicas nas esferas municipal e estadual em Mato Grosso do Sul, com o objetivo de identificar o perfil profissional para a inserção do turismo na gestão pública, complementando funções dos órgãos mencionados e disseminando as informações obtidas para criar um processo de melhorias contínuas dentro do curso de formação do turismólogo e remodelando vertentes ou tendências originadas a partir de questões omitidas pelo mercado de trabalho.

Durante o andamento da investigação, tanto bibliográfica quanto documental, foi priorizada a compreensão dos dados coletados. Foi apresentada a compreensão cada raciocínio referente às questões apresentadas e, de certa forma, buscou-se não tornar este demasiado e sem relevância ao conteúdo apresentado.

Um dos objetivos propostos por esta pesquisa foi o de definir um caminho para a inserção do turismólogo no mercado de trabalho de Campo Grande. Nesse sentido, as respostas apresentadas estavam alinhadas com a realidade do mercado atual. Conforme as análises a partir das entrevistas, não foram

mensuradas as oportunidades concretas oferecidas pelos órgãos gestores para a modernização e profissionalização do setor turístico de forma irrefutável, já que não foi falado sobre a possibilidade de abertura de novos editais públicos de concursos ou de nomeações para novas contratações de turismólogos. Parte das causas dessa situação pode estar associadas à nova gestão do poder público estadual que assumiu o governo em janeiro de 2015, sendo que, no governo sinalizaram-se anterior (que esteve no poder por oito anos consecutivos), tampouco possíveis perspectivas de inclusão profissional. Na esfera municipal ocorre da mesma forma, com uma crise instalada no poder, com a cassação do prefeito e conseqüentemente da exoneração dos secretariados, a inconstância das ações não permitem regularidade para se pensar no assunto proposto.

Foram realizados levantamentos de dados históricos sobre assuntos tratados neste trabalho, inclusive sobre a representação da categoria profissional pela ABBTUR-MS, mas não houve indícios da sua representatividade, afirmação confirmada também na consulta a alguns turismólogos.

Na investigação, foram reveladas sugestões por parte do poder público que proporcionam atitudes estratégicas no meio acadêmico, oferecendo diferentes aspectos relevantes na qualidade da prestação de serviços bem como das ações pedagógicas de acompanhamento dos alunos junto aos campos de estágio para que estes sejam instrumentalizados e projetados para o mercado de modo eficiente e produtivo.

Finalizando, acredita-se que este trabalho poderá contribuir para novas pesquisas favorecendo a disponibilidade do turismólogo dentro do mercado turístico de Campo Grande, sobretudo a fim de diagnosticar os reais motivos da baixa oferta de emprego para esse profissional que investe anos de estudos para contribuir para o desenvolvimento do país com mais responsabilidade, equidade e sustentabilidade.

COLETA DE DADOS, ANÁLISE E E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O estudo foi realizado na cidade de Campo Grande, capital do Estado de Mato Grosso do Sul por meio da investigação com representantes da sociedade civil organizada. Entre as entidades que foram levantadas as informações sobre a situação da colocação profissional dos Turismólogos se destacam: Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV) seccional MS; Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH) seccional MS; Associação Brasileira de Profissionais e Bacharéis em Turismo (ABBTUR); Secretária Estadual SEPROTUR e FUNDTUR-MS; Secretaria Municipal SEDESC; Observatório de Cultura e Turismo-SECTUR.

O desenvolvimento da pesquisa caracterizou-se como uma investigação que não exigiu regras precisas e com aplicabilidade em grande número de casos. A pesquisa por amostragem neste formato é indicada quando a análise de alguns casos é suficiente para permitir estimativas referentes ao universo. Já a coleta de dados é que determinou as questões que foram levantadas (variáveis), e em seguida

construídos os instrumentos de coleta de acordo com o tipo de dado que se pretendia obter (DENCKER, 2003).

Foram realizadas análises estatísticas e de conteúdos sobre os questionários e entrevistas aplicados, revisão bibliográfica nos documentos, jornais, livros, materiais impressos coletados. Os aspectos quantitativos foram interpretados por meio de tabelas, gráficos, porcentagens e média aritmética. Nos aspectos qualitativos, foram formuladas tendências sobre o turismo em Campo Grande e a real situação da colocação profissional dos Turismólogos a fim de alcançar a conclusão da pesquisa. Os resultados da pesquisa foram coletados por meio da Iniciação Científica, onde a pesquisa contou com uma bolsista do Curso de Turismo da Unidade Universitária de Campo Grande, o que foi fundamental para a coleta e análise dos resultados propostos.

As empresas foram selecionadas com base no Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo – CADASTUR (2016) dos segmentos de: Organizadora de Eventos, Meio de Hospedagem e Agências de Turismo. Anexo aos conhecimentos adquiridos é importante citar as falhas na listagem do CADASTUR que atrasou demasiadamente o processo de coleta de informações devido à perda de tempo ao tentar entrar em contato com empresas que não existem ou não exercem a função do segmento a qual está cadastrada.

O fato de não ser possível mensurar quais e quantos empreendimentos foram cadastrados de forma errônea resultou na incorporação dos mesmos no cálculo da pesquisa. Antes de limitar a quantidade de amostras necessárias foram excluídas da relação algumas empresas. Segue a totalidade de empresas que encontravam-se na tabela, quantas foram excluídas e o motivo da exclusão: 54 empresas organizadoras de eventos: 14 excluídas por estarem em mais de um segmento da pesquisa, 10 por não trabalharem diretamente com o segmento, uma por indisponibilidade de resposta e uma por estar fechada. Mantiveram-se 28 empresas no cálculo; 36 empresas de meio de hospedagem: quatro excluídas por estarem em mais de um segmento da pesquisa. Ficaram 32 empresas no cálculo; 162 empresas agência de turismo: 12 excluídas por estarem em mais de um segmento da pesquisa, cinco por não trabalharem diretamente com o segmento e uma por ser home office e conseqüentemente não necessitar funcionários. Restaram 144 empresas no cálculo.

O cálculo do número de amostras necessárias foi estabelecido com erro amostral de 10% e nível de confiança de 90. Assim, o número indicado de organizações participantes na amostra deveria compor-se de 47 empresas de agências de turismo, 22 de meio de hospedagem e 21 organizadoras de eventos. Embora o montante definido na amostragem fosse profícuo houve uma quantidade limitada de empresas dispostas em auxiliar na pesquisa. Muitas delas alegaram não ter tempo de responder um e-mail ou disponibilidade para receber uma visita se a mesma não fosse para fechar um pacote de viagens, um evento ou uma estadia no hotel. Mesmo assim foram obtidas respostas de 37 empresas, sendo: 4 empresas Organizadoras de Eventos; 6 empresas de Meio de Hospedagem; 27 empresas Agências de

Turismo. A preponderância no ramo das agências foi decorrente de partes dos períodos em que houve a aplicação do questionário, período esse onde a procura pelos serviços por elas oferecidos é ínfimo. Enquanto a explanação do motivo do número reduzido de meio de hospedagem não pode ser definida por não existirem justificativas plausíveis para explicação dos mesmos. Já o quantitativo de organizadoras de eventos se dá principalmente pelo fato de ser um dos segmentos que menos utiliza de meios eletrônicos, comparado aos outros aqui incluídos, que conseqüentemente não respondiam os e-mails. Dos questionários respondidos cinco deles foram aplicados in loco, possibilitando uma análise mais precisa da argumentação sobre as repostas escolhidas pelos entrevistados. Todas as respostas da pesquisa são apresentadas em forma de gráficos para melhor análise dos dados, com exceção da pergunta aberta utiliza do instrumento de análise do discurso.

Na primeira questão da pesquisa o que se pretende identificar é se a qualidade do mercado turístico da cidade de Campo Grande, no que tange os serviços oferecidos, tem alcançado os padrões desejados na visão dos profissionais das três áreas escolhidas. O que vale observar é que “no mercado altamente competitivo do turismo, o fator qualidade é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito dos produtos e serviços” (SOUZA et al, 2012). Os dados demonstram, como mostra o GRAF.1, que dos 100% das empresas entrevistadas:

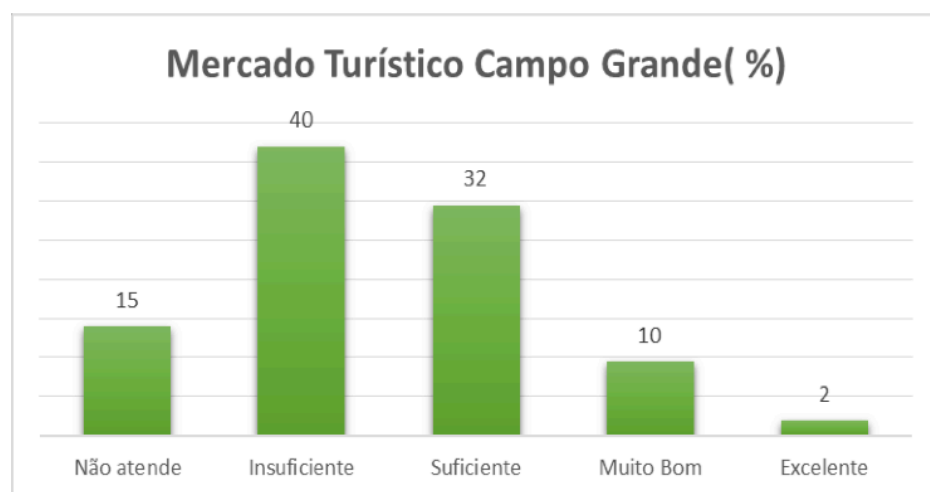


GRÁFICO 1 – Mercado Turístico Campo Grande (%)

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

O fator “qualidade” tem sido mais simples de ser comparado entre uma cidade e outra, principalmente, devido a maior disponibilidade de informações sobre os serviços turísticos de várias localidades do país por meio de artigos científicos de jornais eletrônicos, sites ou comentários de usuários dos serviços. Essa comparação não se dá apenas para os turistas mas também aos gestores das empresas. A partir desse pressuposto tem se a análise dos empresários quanto ao mercado turístico e os serviços oferecidos pela cidade de Campo Grande que consideram, na maioria dos casos, os serviços prestados insuficientes possivelmente levando em consideração as outras capitais que tem obtido sucesso em seus

investimentos turísticos. Um serviço de qualidade é parte essencial no turismo. Segundo Almeida, Miranda e Almeida (2012).

Todos os dias temos novos turistas com mais formação e informação, que fomentam a inteligência, a sensibilidade para com os valores e a experiência dos momentos. A imagem de um destino turístico tem de ser estrategicamente construída, sustentada e comunicada, com serviços de qualidade geradores de satisfação e capazes de responder às necessidades e desejos dos turistas, fazendo crescer social e economicamente uma região destino.

Diversos desses serviços dos quais exige-se qualidade são oferecidos pelas empresas privadas. Sendo assim, uma análise interna da organização pode avaliar o nível de satisfação em que ela se encontra e consequentemente eleger aquilo que é passível de modificação. Partindo desse pressuposto, na segunda questão era necessário fazer uma análise interna da organização levando em consideração uma constatação superficial, no entanto suficiente, sobre sua participação com entidades do turismo, do incentivo para a qualificação profissional, além da contratação de profissionais especializados para os cargos. Ao todo foram cinco fatores que devem ser considerados de suma importância para qualquer empresa. A análise dessas respostas pode ser vista a seguir no GRAF. 2:

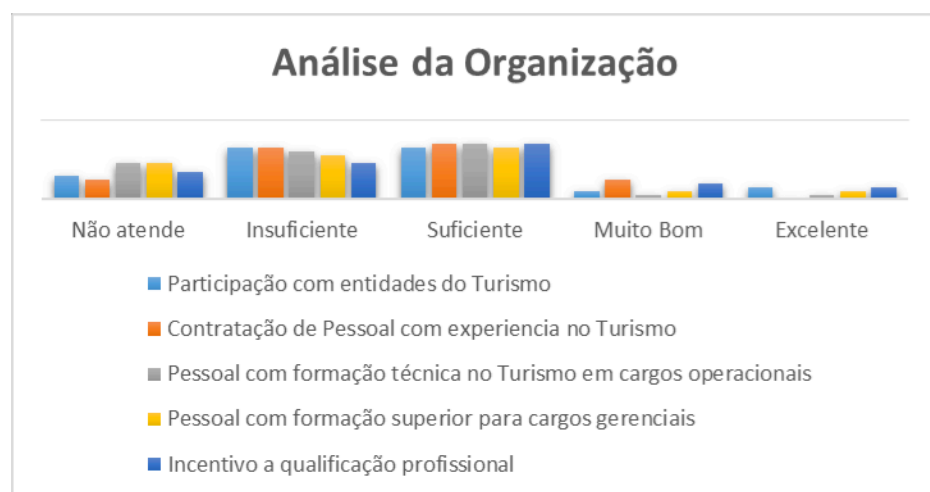


GRÁFICO 2 – Análise da Organização

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

Relativo a participação das empresas com as entidades do turismo, esta é de suma importância dado que várias das responsabilidades e ações desses órgãos são do interesse desses empreendimentos, tendo em vista que os afetam direta e indiretamente. Dentre essas responsabilidades estão: a garantia de um cenário de sustentabilidade, estabelecer bases legais para o desenvolvimento da atividade turística, estreitar vínculos entre todos os atores, criação e controle da infraestrutura, provisão de serviços públicos, interpretação das necessidades da população, fomento da atividade turística mediante planos, políticas e programas, coordenar e priorizar investimentos, fomentar a inclusão nos programas de estudo em todos

os níveis da educação pública e privada conteúdos transversais de formação turística, promover a consciência turística em toda a população, estimular a produção e o consumo de produtos “locais” de forma que a atividade turística seja propulsora da economia “local”, participar de eventos promocionais de caráter local, regional, nacional e internacional, criar produtos, circuitos, roteiros, zonas e corredores turísticos, analisar e determinar as capacidades de carga dos recursos e destinos turísticos, avaliar custos e benefícios, controlar a qualidade, legislar de forma transparente e clara, estabelecer outras políticas setoriais (transporte, educação, meio ambiente, cultura, etc.), gerar emprego, redistribuir renda, etc. (GÂNDARA et al, 2005)

No tocante a responsabilidade de “inclusão de conteúdos transversais de formação turística em todos os níveis da educação pública e privada”, os atuais cursos de qualificação profissional incluem-se como beneficiários dessa ação. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2016), quando as organizações tomam a atitude de investir na capacitação dos seus colaboradores elas geram um clima saudável de profissionalismo e reconhecimento. Tal qualificação favorece o funcionário que de modo consequente utiliza o conhecimento adquirido para auxiliar a empresa a lidar com os desafios do mercado.

Hoje a cidade de Campo Grande, assim como todo o país, conta com eficiente infraestrutura de instituições que estimulam a qualificação da mão-de- obra do Turismólogo. As empresas que não dispõem de uma unidade física na localidade, e até mesmo algumas que possuem, contam com cursos online facilitando o acesso na busca de novas habilidades e competências profissionais.

Dentre as instituições existentes destacam-se: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE, que conta com cursos como “Turismo receptivo” que traz melhor compreensão sobre o mercado e acerca de planejar e desenvolver iniciativas que cativem os turistas; o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial-SENAC, que dispõe de cursos como o “curso técnico de agente de turismo”, “quem quer trabalhar com turismo?” e o “quem quer ser guia de turismo?”; o Instituto de Capacitação e Certificação da Associação Brasileira de Agências de Viagens-ICCA, que esporadicamente oferece cursos oportunizando a capacitação de agenciamento de viagens; o Centro de Educação Profissional Ezequiel Ferreira Lima-CEPEF com cursos de hospedagem, eventos e restaurante e bar; o Centro Brasileiro de Cursos- CEBRAC com cursos o CEBRAC English, essencial para atuantes da área do Turismo; e também as Instituições de Ensino Superior-IES que oferecem cursos de bacharelado ou tecnólogo em Turismo como exemplo a Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Faculdade Mato Grosso do Sul (FACSUL), Faculdade Unigran Capital e a Faculdade Estácio de Sá.

Embora parte dos serviços turísticos gerais (GRÁFICO 1), considerados insuficientes, sejam oferecidos pelas empresas a maioria dessas consideram seus serviços oferecidos como suficiente levando em consideração o mercado atual, como é mostrado no GRAF. 3:

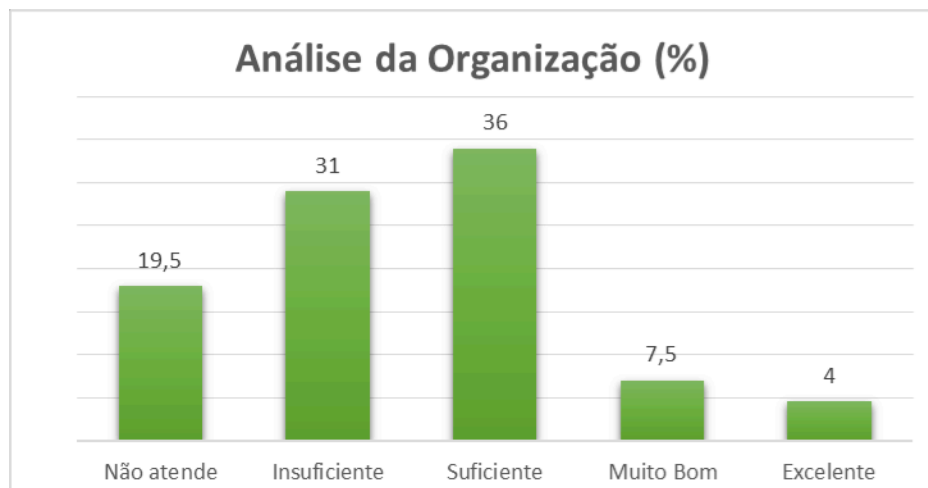


GRÁFICO 3 – Análise da Organização (%)

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

Considerando o fator “pessoal com formação superior para cargos gerenciais” requerido das empresas (GRÁFICO 2) encontra-se o diagnóstico sobre a inserção de colaboradores com graduação, sejam eles bacharéis em turismo ou não, a seguir no GRAF. 4.

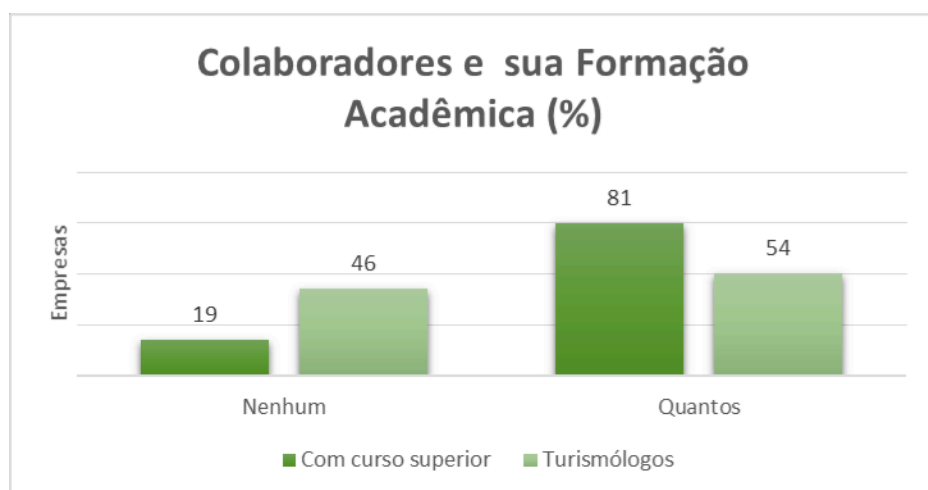


GRÁFICO 4 – Colaboradores e sua formação acadêmica (%)

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

Referindo-se a inserção de colaboradores com formação superior, segundo a OMT – Organização Mundial do Turismo (2016), a qualificação profissional é essencial para a melhora da qualidade de serviços. Mas a falta de profissionais qualificados tem sido uma das maiores dificuldades para o desenvolvimento do turismo.

Para avaliação desta questão se faz essencial saber que a competitividade e a mão-de-obra qualificada andam lado a lado, que seu quadro de funcionários deve possuir mais habilidades do que seus concorrentes. Além disso, as formações devem ser adequadas aos serviços da organização, ou seja, se

uma empresa é da esfera do turismo ela deve impreterivelmente possuir funcionários que estejam aptos a trabalhar na área (QUADRO E MENDES, 2010).

Com tal análise pode-se ter uma inferência de que as empresas entrevistadas compreendem a importância de ter profissionais com curso superior, isso é possível ver partindo da observação das respostas atribuídas a questão que se referia aos colaboradores e sua formação acadêmica. Respostas essas que demonstraram resultados positivos, já que 81% das organizações (GRÁFICO 4) possuem funcionários com curso superior.

Segundo o Portal Brasil (2017) no ano de 2016 o Turismo cresceu 4,8% mais do que no ano de 2015, o que pode ter contribuído diretamente com a contratação de turismólogos no setor. As empresas que dispõem de funcionários com curso superior, sejam eles bacharéis em turismo ou em outra área, indicaram a quantidade dos mesmos. O que é possível observar no GRAF. 5 é a média desses funcionários com curso superior e a de turismólogos.



GRÁFICO 5 – Média de funcionários

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

As empresas que possuem colaboradores com curso superior têm em média três funcionários com graduação em alguma área. Fator determinante para isso é que a qualificação faz-se essencial em um mercado tão competitivo e exigente. Segundo Segnini (2000), [...] a educação e a formação profissional aparecem hoje como questões centrais pois a elas são conferidas funções essencialmente instrumentais, ou seja, capazes de possibilitar a competitividade e intensificar a concorrência, adaptar trabalhadores às mudanças técnicas e minimizar os efeitos do desemprego.

Partido desse pressuposto, o quantitativo de turismólogos inclusos nas empresas do setor demonstra que ele tem se tornado precípuo, levando em consideração sua maior preparação para atuar no mercado turístico tendo a capacidade de intensificar a competitividade e concorrência entre as organizações por possuir o conhecimento necessário para tais ações.

Embora saber a quantidade atual de turismólogos atuando no mercado seja significativo, saber

quantos deles fizeram parte do quadro de colaboradores é semelhantemente importante. Desta forma o próximo gráfico (GRAF. 6) determina quantos bacharéis em turismo fizeram ou ainda fazem parte da equipe. Além disso, o GRÁFICO 6 abaixo indica o número de estagiários que já foram inseridos ou que ainda estão atuantes nas empresas.

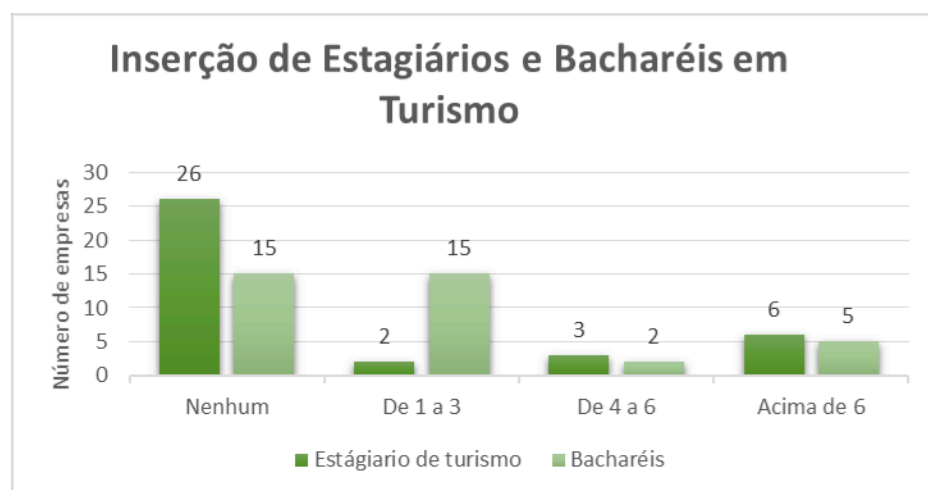


GRÁFICO 6 – Inserção de estagiários e bacharéis em Turismo

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

A experiência de um estágio é um dos melhores meios para ter um profissional apto para atuar em um mercado de trabalho tão exigente e competitivo antes mesmo de completar sua formação, além de possibilitar ao graduando uma visão mais precisa das exigências das empresas quanto ao exercício das atividades de seus funcionários.

Vale ressaltar que o estágio é entendido como uma prática realizada na Faculdade e em instituições da comunidade "através da execução de tarefas pertinentes à ocupação ou função que o indivíduo exerce ou irá exercer, sob supervisão e orientação específica" (BRASIL/Ministério do Trabalho, 1981).

Não obstante a importância do estágio a inserção dos mesmos se encontra abaixo do que seria satisfatório, embora a contratação de bacharéis em turismo seja positiva. Evidenciando isso pode-se mostrar, a partir do GRÁFICO 6, que das empresas entrevistadas 26 delas não tiveram ou não tem estagiários de turismo e apenas 11 possuem ou já possuíram estagiários da área, o que acontece inversamente para a contratação de egressos de turismo onde apenas 15 empresas não tiveram ou tem bacharéis e 22 já tiveram ou tem bacharéis em turismo no quadro de funcionários.

Embora o número de empresas que tiveram estagiários seja pequeno, das 11 que responderam positivamente a questão a maioria considerou a experiência muito boa, como é possível ver abaixo no GRAF. 7, o qual indica a satisfação das empresas com a contratação desses profissionais.

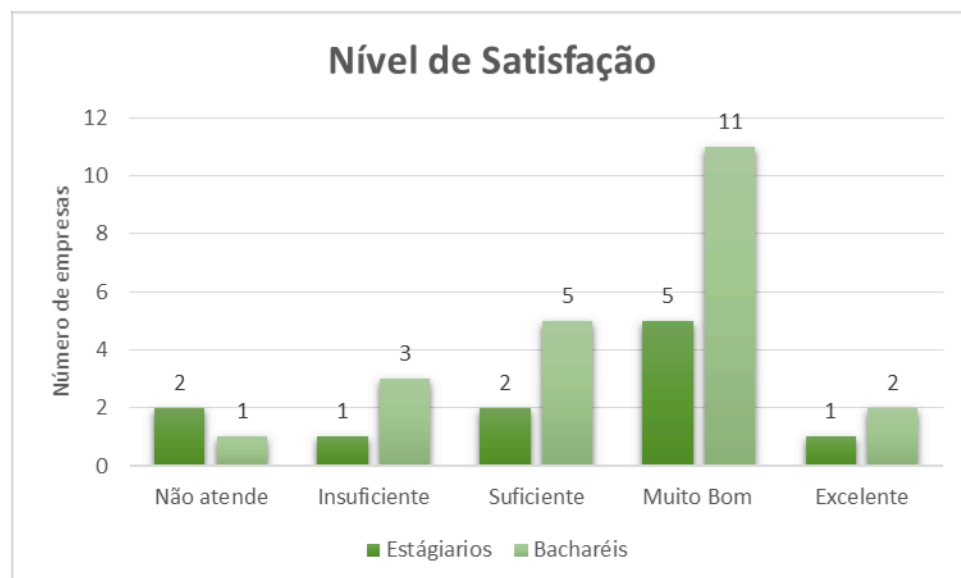


GRÁFICO 7 – Nível de Satisfação

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

Esse nível de satisfação não tão expressivo quanto aos serviços oferecidos pelos estagiários pode ser fundamentado com bases nas visitas in loco onde de maneira preponderante as empresas alegaram que as informações repassadas na faculdade para esses alunos não refletem a realidade do mercado de trabalho. Já a satisfação referente as atividades prestadas pelos bacharéis se dá pelo fato desses estarem mais preparados após a finalização do curso, e por buscarem outros cursos profissionalizantes de modo a atingir as exigências do mercado.

De forma a evidenciar essas exigências, que muitas vezes não estão claramente determinadas, tem-se o GRAF. 8 que lista as habilidades e competências dispostas para escolha dos empresários e quantas vezes cada foi escolhida, levando em consideração que cada empresa teria de escolher 3 alternativas ou acrescentar uma que considerasse importante.

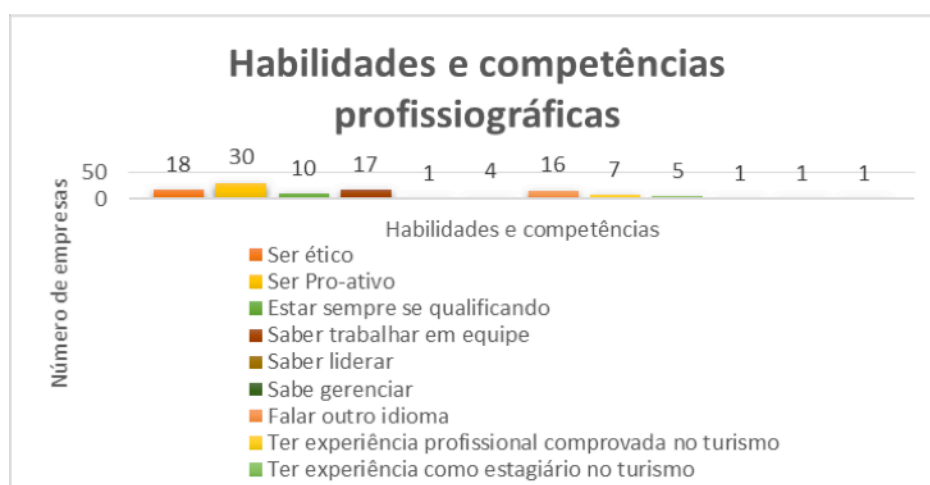


GRÁFICO 8 – habilidades e competências profissiográficas

Fonte: Pesquisa de PIBIC/UEMS (2016-2017)

Sendo o cerne da pesquisa, os resultados obtidos no GRAF. 8 fornecem uma visão do perfil básico de um Turismólogo. Trazendo uma conclusão desses dados o que se tem é que dentre as 12 competências postas para escolha no questionário as que se sobressaíram foram: Ser proativo, sendo escolha de 30 empresas; Ser ético, sendo escolha de 18 empresas; Saber trabalhar em equipe, sendo escolha de 17 empresas; Quanto a essas características profissiográficas não é tão certo dizer que o profissional do turismo tem que ser “isso” ou “aquilo”, tudo depende do setor em que se atua (Nicolau, 2015). Mas o que se pretendia era identificar quais as habilidades e competências mínimas que os empresários consideravam essenciais. O que vale observar é que em um mundo tão tecnológico onde tudo é encontrado com facilidade em apenas um clique, 30 empresas escolheram o item proatividade como essencial mesmo sendo uma competência que deveria ser indispensável na atuação de qualquer profissional. E como segunda característica mais escolhida teve-se o “ser ético”, que pautado na visão atual que se tem do país, é fator preponderante em uma contratação mesmo sendo, de forma semelhante a primeira, uma característica integrante de todo profissional. No geral as empresas almejam pelo profissional que agregará valor para sua empresa de modo a fazê-la crescer no mercado.

A atividade turística envolve diversos setores que se relacionam de forma direta e/ou indireta formando assim a cadeia produtiva do turismo. A proposta dessa pesquisa, que aqui se encerra, foi de analisar o mercado turístico em três áreas específicas (Agências de Turismo, Meio de Hospedagem e Organizadoras de Eventos), sobre tudo, na inclusão do profissional de Turismo no mercado de trabalho das respectivas áreas na cidade de Campo Grande-MS.

A utilização do CADASTUR para escolha das empresas que fariam parte da pesquisa foi feita para basear-se em uma fonte confiável além de ter sido desenvolvida pensando no setor de turismo. A análise por meio de aplicação de questionário foi parte principal desse trabalho possibilitando chegar a uma conclusão, em partes, do mercado para o turismólogo que hoje se insere nesta realidade muito mais do que no início das atividades turísticas no Brasil. O reconhecimento da profissão de Turismólogo tornou-se o ápice para que cursos de Bacharelado, Licenciatura e Tecnólogo fossem mais procurados incentivando as instituições de ensino a interiorizar

e/ou expandir seus cursos de Turismo nas modalidades vigentes. Um ponto de relevância no estudo é que a qualificação profissional tem se tornado uma saída para maior possibilidade de contratação no mercado de trabalho e também tem tido papel importante nas empresas, o que pode ser comprovado nos dados tabulados onde dos 100% das empresas entrevistadas 81% possui colaboradores com curso superior. No que se refere aos profissionais já inseridos no quadro de funcionários da empresa, a valorização da qualificação no mercado acontece tanto que a disponibilidade de cursos profissionalizantes tanto presenciais quanto online (para quem precisa de maior flexibilidade de horários) se estende a praticamente todas as áreas de atuação do mercado, principalmente para o turismo. Quanto ao Bacharel em Turismo, o quantitativo desses profissionais sendo contratados nas empresas aqui

pesquisadas tem sido expressivo. Relativo ao número de estagiários nessa área, os resultados são negativamente inversos a contratação de egressos, o que dificulta de forma substancial esses profissionais em formação estarem se preparando para o mercado com experiências conquistadas ainda dentro da faculdade. O estágio é parte integrante para a conclusão do curso de Turismo sendo a porta de entrada para o mercado de trabalho, além de possibilitar uma visão prática das habilidades e competências exigidas pelas empresas da área do Turismo.

A análise das características profissiográficas requeridas de um Turismólogo pode e vai muito além do estágio. E com essa finalidade aqui se observou, nos resultados expostos, que as qualidades desejadas pelos empresários são, em sua maioria, as básicas para todas as áreas do mercado de trabalho. Mas ser um profissional com diferenciais como conhecimento de mercado ou dos novos meios tecnológicos exclusivos do turismo ainda são desejo de grande parte desses gestores.

Os números crescentes do Turismo possibilitam um cenário futuro positivo nas atividades e serviços turísticos e principalmente na inserção do Turismólogo no mercado de trabalho da cidade de Campo Grande-MS, que possui excelente infraestrutura para desenvolver um turismo de qualidade e criar mais empregos para o profissional da área.

Embora o número de Bacharéis em Turismo inseridos no mercado venha sendo estimulante ainda se faz presente a falta de profissionais com conhecimentos aprofundados sobre a área. Para trabalhos futuros o que se faz necessário são pesquisas na área do turismo desenvolvidas pelo governo, organizações privadas e de alunos incentivados pelas instituições de ensino para comprovar a efetiva importância do profissional especializado nesse campo. Desde que haja iniciativa política por parte do Estado, maior abertura e flexibilidade entre as universidades e escolas de formação profissional e os empresários do setor do Turismo, um grande leque de projetos e iniciativas pode se abrir de modo a beneficiar a todos.

k) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS BACHARÉIS EM TURISMO (ABBTUR). **Turismólogo reconhecido e no Código Brasileiro de Ocupações – CBO**. Disponível em http://www.abbtur.com.br/abbtur/public_view.asp?tip=1&cod=49. Acesso em 05.07.2015.

ANTUNES, A. C.; RIBEIRO, K. C. C.; GOMES, M. F. I.; VALE, M. L. A. **Educação e formação profissional em turismo**. Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo - ISSN 1980-6930, 1 ed. 2005. Disponível em: http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_1/artigo_karlaeleonia.pdf. Acesso em: 05.05.2015.

AZAMBUJA, D. **Introdução à ciência política**. 2. ed. rev. Ampl. São Paulo: Globo, 2008.

BARRETTO, M.; BARBOSA, C. **Políticas públicas de cultura e turismo, e sua influência na profissionalização de grupos tradicionais. O caso dos Maracatus de Pernambuco, Brasil**. Fev. 2015. Disponível em: <https://www.pasosonline.org/%2Fes%2Farticulos%2Fdownload%2Ffile%3Ffid%3D57.773>. Acesso em: dia mês 2015.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO (Mtur). **Institucional**. Disponível em : <http://www.turismo.gov.br/institucional.html>. Acesso em 30.05.2015.

_____. **Caderno de Publicação do Turismo**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/03planos_nacionais.html. Acesso em 30.05.2015.

BENI, M. C. **Análise estrutural do Turismo**. 8. ed. rev. São Paulo: SENAC, 2003.

BOAVENTURA SANTOS. S. **Reinventar a democracia**. São Paulo: Gradiva, 1998.

CAPECE, GUSTAVO R. **Política Turística: metodologia para su concepción y diseño**. Buenos Aires: Ladevi, 2001.

CASTELLI, G. **Atividade marcante**. 4. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de Pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

_____. **Planejamento e gestão de hospitalidade**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2004.

_____. **Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007.

DIAS, R. **Planejamento do turismo:** política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. **Turismo:** princípios, práticas e filosofias. 8. ed. São Paulo: Bookman, 2002.

GOVERNO DO ESTADO DE MATO DO SUL. FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL (FUNDTUR). **Institucional.** Disponível em: http://www.turismo.ms.gov.br/?page_id=174. Acesso em: 05.02.2015.

GRUNEWALD, RODRIGO A. **Os Índios do Descobrimento:** tradição e turismo. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.

IANNI, O. **Dialética e capitalismo:** ensaio sobre o pensamento de Marx. Petrópolis: Vozes, 2004.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo:** para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Tradução contexto de traduções. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2001.

LANZARINE, R. **O Tombamento dos Casarios de Poto Geral de Anastácio/MS e sua Utilização para o Turismo.** Actas del X Congreso Argentino de Antropología Social. La antropología interpelada: nuevas configuraciones político-culturales en América latina, 2011. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. ISBN 978-987-1785-29-2, p. 1-18. Disponível em: http://www.academia.edu/1921178/O_tombamento_dos_casarios_do_Porto_Geral_de_Anast%C3%A1cio_MS_e_sua_utiliza%C3%A7%C3%A3o_para_o_turismo Acesso em: 05.05.2015.

MARCELLINO, N. C. **Lazer, cultura e patrimônio ambiental urbano:** políticas públicas. Curitiba: Opus, 2007.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento científico:** pesquisa qualitativa em saúde. 2. ed. São Paulo, Hucitec-Abrasco, 1994.

MINAYO, M. C. S. de; SANCHES, O. **Quantitativo-qualitativo:** oposição ou complementaridade? cad. saúde pública, Rio de Janeiro, 1993.

MOTA, K. C. N. **Qualidade da Educação Superior em Turismo e Hotelaria:** análise dos cursos de graduação reconhecidos no nordeste brasileiro. Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Tese de Doutorado, 2005.

OLIVEIRA, S. L. **Metodologia científica aplicada ao direito.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____. **Guia do desenvolvimento do turismo**.(trad.). Nets, S. São Paulo: Bookman, 2003.

PETROCCHIO, M. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

POPPER, K. R. **O mito do contexto: em defesa da ciência e da racionalidade**. Lisboa: Edições 70,1996.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE, SEDESC. **Sedesc aprova projetos nos ministérios do Turismo e da Agricultura**. Disponível em http://www.campogrande.ms.gov.br/sedesc/noticiaCompletaPortal?id_not=9899. Acesso em 05.07.2015.

_____. **SEDESC – Competências**. Disponível em: <http://www.capital.ms.gov.br/sic/sedesc-competencias>. Acesso em 05.07.2015.

_____. **Natal Baglioni assume Sedesc no lugar de Edil Albuquerque**. Disponível em: http://www.pmcg.ms.gov.br/cgnoticias/noticiaCompleta?id_not=16956. Acesso em 05.07.2015.

_____. **CG Notícias**. Disponível em: <http://www.pmcg.ms.gov.br/portal/secretaria>. Acesso em 05.07.2015.

QUIROGA, C. **Invasão positivista no marxismo: manifestações no ensino da metodologia no serviço social**. São Paulo: Cortez, 1991.

REJOWSKI, M. **Turismo no Percurso do Tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papyrus, 1997.

_____. WIDMER, G. Planejamento turístico. In: ANSARAH, M. **Turismo: como aprender como ensinar**. Vol 2. São Paulo: SENAC, 2000.

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J.; GÂNDARA, J. M. G. **Quatro Décadas de Ensino Superior de Turismo no Brasil: Dificuldades na Formação e Consolidação do Mercado de Trabalho e a Ascensão de uma Área de Estudo como Efeito Colateral**. Publicação da Revista Turismo Visão e Ação – ISSN 1983-7151, 14 vol. ed. 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/imprimir/7711>. Acesso em: 09.06.2015.

SOARES, M. **Metamemória-metamemórias: travessia de uma educadora**. São Paulo: Cortez, 1991.

TRIGO, L. G. **A importância da educação para o turismo**. In: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (Orgs). **Turismo teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000. Pp. 243-255.