



Vol. 9, Nº 21 (diciembre / dezembro 2016)

## ANÁLISE DO DISCURSO SOBRE O MERCADO DE TRABALHO EM TURISMO E EMPREGABILIDADE SEGUNDO A VISÃO DO DEPARTAMENTO DE TURISMO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO BRASIL

Thiago Duarte Pimentel<sup>1</sup>

[thiago.pimentel@ich.uff.br](mailto:thiago.pimentel@ich.uff.br)

Universidade Federal de Juiz de Fora

Fabiola Cristina Costa de Carvalho<sup>2</sup>

[fabiolacarvalho.tur@hotmail.com](mailto:fabiolacarvalho.tur@hotmail.com)

Universidad Autónoma de Sinaloa

Sara Conceição de Paula<sup>3</sup>

[sara.angrense@gmail.com](mailto:sara.angrense@gmail.com)

Universidade Federal de Juiz de Fora

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Thiago Duarte Pimentel, Fabiola Cristina Costa de Carvalho y Sara Conceição de Paula (2016): "Análise do discurso sobre o mercado de trabalho em turismo e empregabilidade segundo a visão do departamento de turismo de uma instituição de ensino superior do Brasil", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/discurso.html>

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é analisar o discurso sobre o Mercado de Trabalho em Turismo e Empregabilidade segundo a visão do Departamento de Turismo de uma Instituição de Ensino Superior do Brasil. A suposição aqui é a de que por meio deste dispositivo seria possível observar as lacunas existentes na formação superior em turismo, que são refletidas na caracterização deste profissional. Para tanto, recorreu-se, de forma seletiva e não exaustiva, à revisão da literatura sobre formação profissional e mercado de trabalho em turismo, com ênfase nesta discussão no cenário brasileiro. Metodologicamente, buscou-se o auxílio fornecido pela Análise do Discurso (AD), como método de pesquisa (principal concepção norteadora) e como técnica (conjunto de procedimentos específicos), para a delimitação de um *corpus* teórico sobre o tema elencado a partir de um recorte realizado no material linguístico coletado por meio de entrevistas com todo o corpo docente do depto de turismo de uma IES estabelecida no estado de Minas Gerais. Especificamente, foram utilizadas as 4 categorias discursivas elaborada por Faria e Linhares (1993) – seleção lexical, mobilização de personagens discursivas, relação entre conteúdos implícitos e explícitos e silenciamento – para se observar qual a visão predominante no discurso desta coletividade sobre a formação

<sup>1</sup> Doutor em Ciências Sociais (Sociologia) pela Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. Mestre em Administração (Teoria das Organizações) e Bacharel em Turismo (Planejamento Integrado), ambos pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Professor e pesquisador do Instituto de Ciências Humanas e do Depto de Turismo - UFJF. Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e do Programa de Administração, ambos da UFJF. Professor visitante nos EUA, México, Cuba, Equador. Membro da Associação Internacional de Expertos Científicos em Turismo - AIEST.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências Sociais, Universidad Autónoma de Sinaloa/México (bolsa de dedicação exclusiva CONACYT). Mestre em Administração Pública. Bacharel em Turismo. Integrante do grupo de pesquisa Conhecimento, Organização e Turismo/COGITO (CNPq/ UFJF) e do Observatório Econômico e Social do Turismo/OEST.

<sup>3</sup> Mestre em Ciências Econômicas e Sociais pela UAS/Sinaloa, México. Graduada em Administração pela UFJF/Juiz de Fora, Brasil. Integrante do grupo de investigação Conhecimento, Organização e Turismo/COGITO (CNPq/ UFJF) e do Observatório Econômico e Social do Turismo/OEST. Bolsista da CLACSO por meio da cooperação Conacyt/CLACSO 2014-2016.

profissional e o mercado de trabalho em turismo. Como resultados, verifica-se uma indefinição e fragmentação em relação à própria concepção do que vem a ser o turismo, o que se reflete nas posturas de como esses profissionais tendem a encarar o fenômeno e sua relação com a práxis. Adicionalmente, pode-se observar a ênfase na mobilização da personagem discursiva “alunos” para quem é transferida a responsabilização pelo êxito ou não em termos de sua empregabilidade. Conclui-se, portanto, que a análise empreendida nos permitiu evidenciar a visão de mundo que sustenta à concepção daqueles que cumprem um papel essencial na (re)produção deste campo. Tal concepção, ainda fragmentária e multifacetada, tem rebatimentos diretos na formação e concepção assimilada pelos alunos, ainda que seja implicitamente posicionada como neutra ou subordinada à ação do sujeito.

**Palavras-chave:** Análise do discurso, Educação superior em turismo, Formação profissional, Concepção de turismo, Empregabilidade.

## **DISCOURSE ANALYSIS OF TOURISM LABOR MARKET AND EMPLOYABILITY ACCORDING TO THE VISION OF A TOURISM DEPARTMENT IN A HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN BRASIL**

**Abstract:** The objective of this study is to analyze the discourse on the Labour Market in Tourism and Employability according to the Department of Tourism vision of a higher education institution in Brazil. The assumption here is that by means of this device would be possible to observe the gaps in the tourism high education, which are reflected in the characterization of this professional. Therefore, the review of the literature was resorted to vocational training and work in tourism market, in a selectively and non-exhaustive basis, focusing this discussion on the Brazilian scenario. Methodologically, it sought the assistance provided by Discourse Analysis (DA) as a method of research (main guiding design) and as technique (specific set of procedures) for the delimitation of a theoretical corpus on the subject, listed from a cut made in the linguistic material collected by interviews with all the faculty of tourism of the high education institution (IHE) in the state of Minas Gerais. Specifically, it was used the four discursive categories developed by Faria and Linhares (1993) - lexical selection, mobilization of discursive characters, relationship between implicit and explicit content and silencing - to observe the prevailing view in the discourse of this community about the professional training and the labor market in tourism. As a result, it is found that a lack of definition and a fragmentation in relation to their own conception of what is tourism, which is reflected in the attitudes of these professionals tend to face the phenomenon and its relation to praxis. In addition, one can observe the emphasis in mobilizing the discursive character "students" to whom the responsibility for success is transferred or not in terms of their employability. It is concluded, therefore, that the analysis undertaken has allowed us to show the world view that underpins the design of those who play a key role in the (re)production of this field. This conception, still fragmented and multifaceted, has direct repercussions on training and conceptions assimilated by students, although it is implicitly positioned as neutral or subject to the action of the subject.

**Keywords:** Discourse analysis. Higher education in tourism. Professional qualification. Definition about tourism. Employability.

### **1. Introdução**

Mesmo em tempos de crise, o desenvolvimento da atividade turística em nível mundial tem sido um destaque, mantendo e mesmo incrementando os investimentos no setor. De acordo com dados estatísticos apresentados pelo World Tourism Organization – UNWTO (2014) o crescimento do setor teve uma aceleração significativa nas Américas (+6% em 2014), liderando esse movimento em âmbito mundial. Para o secretário-geral do UNWTO, Taleb Rifai, os resultados alcançados pelo turismo revelam a consolidação dessa atividade

nos últimos anos, “proporcionando o desenvolvimento e as oportunidades econômicas em todo o mundo”, e acrescenta que “apesar dos desafios geopolíticos e econômicos, o número de chegadas de turistas internacionais cresceu 5% ao ano, em média, desde 2010, uma tendência que se traduziu em mais crescimento econômico, mais exportações e mais empregos” (UNWTO, 2014).

Embora tão exaustivamente debatida, a relevância econômica atribuída ao setor turístico, para além de seu aspecto econômico intrínseco, também é importante pois produz rebatimentos significativos em outros campos, como por exemplo, o social. A força de trabalho envolvida no setor turístico no mundo chega a ser considerada em torno de 10% (Hong, 2008; UNWTO, 2014; 2016). No Brasil, conforme Coelho e Sakowski (2014), o total de pessoas ocupadas nas Atividades Características do Turismo (ACTs) era de aproximadamente 2 milhões (2.077) ocupações, entre as quais cerca de 947 mil (47%) de empregos formais e 1.131 (53%) informais. Esse volume de pessoas ocupadas no setor representava cerca de 2,2% da ocupação da população economicamente ativa do país (cerca de 100 milhões de pessoas). Apesar de ainda subexplorado, o setor vem apresentado contínuo crescimento, sobretudo, estimulado por demandas externas relativas a grandes eventos no Brasil.

No período de 2010 a 2012, o mundo obteve um fluxo total de 2.956.600.000 turistas, com 32% no primeiro ano, 33% no segundo ano e 35% no último ano, segundo o Ministério do Turismo – MTUR (2013). Nos mesmos anos, a América do Sul teve um fluxo total de 76.600.000 turistas, distribuindo-se nos anos de 2010, 2011 e 2012 cerca de 31%, 34% e 35%, respectivamente (MTUR, 2013), conferindo uma média de cerca de 25 milhões de turistas/ano.

Desse montante, no mesmo período, o Brasil recebeu um fluxo total de 16.271.526 turistas de diversos continentes do mundo, sendo 32% (5.161.379) de turistas desse total em 2010, seguido de 33% em 2011 e 35% em 2012, o que corresponde a uma média simples de 5.4 milhões de turistas/ano (MTUR, 2013). No Brasil, o turismo ainda é um campo de necessário desenvolvimento. Guardadas as devidas proporções, apenas para efeitos de ilustração, o México, que apresenta similaridades com o Brasil em termos de tamanho, grau de desenvolvimento e, sobretudo, nos desafios enfrentados, somente no ano de 2013 recebeu 23.7 milhões de turistas, quase o mesmo montante de toda a América do Sul e cinco vezes mais do que o Brasil.

Mesmo com esse desempenho, segundo dados da Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR (2014), o turismo injetou, entre janeiro e novembro de 2013, US\$ 6,1 bilhões oriundos dos gastos de turistas internacionais no Brasil, consolidando-se como o setor da economia brasileira que mais capta divisas para o país. Principalmente na conta de serviços, que registra receitas e despesas com o exterior, em transporte, viagens, seguros, royalties e aluguel de equipamentos.

No caso de Minas Gerais, considerando a série histórica de 2010 a 2012, o fluxo total de turistas do período foi de 162.844 pessoas, 10% do fluxo brasileiro e, em média, cerca de 54mil/ano. Ainda referente ao montante do triênio, 35% ocorreu no ano de 2010, 32% no ano de 2011 e 33% no ano de 2012. Estando, nesse último ano (2012), na 10ª colocação no ranking dos 27 estados do Brasil que mais receberam turistas (Minas Gerais - SETUR, 2014).

Aliado ao cenário de evolução e consolidação da atividade produtiva do turismo no país, e de suas implicações em termos de ampliação da força de trabalho empregada no setor, gera-se uma demanda pela qualificação e formação em turismo, em seus vários níveis, mas, sobretudo, no nível superior, já que este é o que corresponde a maior oferta de cursos (254) e volume de vagas (11.430) no país (Pimentel, 2016).

A despeito da necessidade de formação de quadros para qualificação do setor, ainda existe uma ambiguidade na definição do perfil profissional (Pimentel e Paula, 2014) que se reflete na dificuldade em estabelecer quais são as disciplinas elementares da estrutura formativa dos cursos de turismo (Airey e Johnson, 1998), assim como em se distinguir quais são as competências características do profissional (Tribe, 2002) formado pelos cursos técnicos e pelos cursos superiores. Essa discussão pode, ainda, ser desdobrada ao âmbito da pós-graduação, mesmo que os cursos de mestrados e doutorados não possuam números expressivos no Brasil (Pimentel, 2016). Nesse contexto, torna-se importante analisar como se caracteriza a estrutura formativa ofertada aos estudantes que buscam os cursos de graduação em turismo no Brasil, bem como apontar quais são os desafios e os gargalos relacionados a este campo profissional.

Para contribuir a essa discussão, particularmente com respeito à caracterização sobre a visão dos cursos de graduação em turismo, dentro do contexto assinalado, o objetivo deste trabalho é analisar o discurso sobre o Mercado de Trabalho em Turismo e Empregabilidade segundo a visão do Departamento de Turismo de uma Instituição de Ensino Superior em Minas Gerais (Brasil). Especificamente, foram utilizadas as 4 categorias discursivas elaborada por Faria e Linhares (1993) – seleção lexical, mobilização de personagens discursivas, relação entre conteúdos implícitos e explícitos e silenciamento – para se observar qual a visão predominante no discurso desta coletividade sobre a formação profissional e o mercado de trabalho em turismo. Nossa intenção, ao final, é a de prover um quadro analítico ilustrativo da visão de mundo sustentada pela academia como (re)produtora de subjetividades e formas de apreensão da realidade, bem como de se comportar no mundo. Mais do que isso, supõe-se aqui que os discursos assimilados, e as ideologias por eles sustentadas, traduzem as formas pelas quais os indivíduos tendem a promover sua inserção no mercado de trabalho, bem como seu maior ou menor êxito. Adicionalmente supomos também que por meio do dispositivo da AD seria possível observar as lacunas existentes na formação superior em turismo, que são refletidas na caracterização deste profissional.

Para a realização empírica desta pesquisa conduziu-se um estudo em uma Instituição Pública de Ensino Superior (IES), em Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. A justificativa deste estudo reside na consideração de que esse exame ajuda a compreender os motivos, por exemplo, da falta de reconhecimento de capacidades e especificidades no exercício da função do turismólogo como uma diferenciação ou característica relevante no mercado de trabalho. Ao identificar-se este cenário contribui-se para evidenciar que a reprodução da falta de competência de egressos reside no seu processo de formação, gerando uma (des)qualificação generalizada e culminando na sua não-inserção profissional. Por outro lado, contribui-se para a própria indefinição das características e atribuições do turismólogo pelo mercado em geral, e assim

cria-se um círculo vicioso em que a falta de conhecimento sobre a profissão resvala na falta de oportunidades de emprego, ao mesmo tempo em que as estruturas educacionais que formam esse profissional em grande medida reproduzem as indefinições já estabelecidas em um contexto mais amplo.

Considera-se que esses aspectos representam um reflexo do nível de organização e desenvolvimento do turismo na esfera nacional, bem como pode informar sobre as questões desafiadoras que remontam ao tema. Nesse sentido, a justificativa de tal investigação aporta a discussão da questão da consolidação do próprio setor turístico, considerando o debate sobre a formação superior dos profissionais que pretendem atuar na atividade.

Buscamos no auxílio fornecido pela Análise do Discurso (AD), como método de pesquisa (principal concepção norteadora) e como técnica (conjunto de procedimentos específicos), para a delimitação de um *corpus* teórico sobre o tema elencado a partir de um recorte realizado no material linguístico coletado por meio de entrevistas com todo o corpo docente do departamento de turismo de uma IES em Minas Gerais (Brasil). Especificamente, observou-se as estratégias discursivas manifestadas pelos enunciadores, qual a sua articulação com os níveis inter e intradiscursivo, senão também como tais discursos ressoam na estrutura do curso de turismo e na formação proporcionada aos seus alunos. Para tanto, recorreu-se, de forma seletiva e não exaustiva, à revisão da literatura sobre formação profissional e mercado de trabalho em turismo, com ênfase nesta discussão no cenário brasileiro.

A discussão é estruturada em três partes além dessa introdução. Na segunda parte se apresenta como marco teórico os temas da competência profissional e da técnica da Análise do Discurso. Em seguida são discutidas as informações metodológicas a respeito da coleta de dados qualitativos, que são analisados neste trabalho. Por fim, ressaltam-se as principais considerações a que essa investigação permitiu chegar.

## **2. Meritocracia, Competência e Qualificação em Turismo**

A discussão sobre competência profissional tem em Max Weber (1978 [1922]) um dos principais expoentes, a partir de seu estudo sobre as organizações burocráticas, representadas pela (re)afirmação e expansão do sistema econômico.

Conforme Merton (1971) a burocracia remete ao estabelecimento de atividades integradas, que são compreendidas como obrigações intrínsecas ao cargo. Assim o cumprimento de determinada tarefa de forma precisa, rápida, controlada, contínua, obtendo os melhores rendimentos, que é moldado por um sistema de controles e sanções, implica na eliminação das relações de personalidade, assim como os comportamentos considerados irracionais – desencadeados por aspectos emocionais.

Nesse contexto, “a racionalidade com relação a fins, tal como coloca Max Weber, passa por sinônimo de justiça e de conformidade à natureza” (Motta, 1990: 42). Ou seja, o produtivismo compõe um universo simbólico, no qual no plano administrativo manifesta teorias que naturalizam as funções de planejar, organizar, coordenar, comandar e controlar, formando o “monopólio da dominação burocrática” (Weber, 1978 [1922]). Assim, considera-se que o

processo de dominação do aparelho burocrático começa nas instituições educacionais, onde são marcantes a impessoalidade e a convivência funcional, pois neste cenário os saberes técnicos em conformidade com o sistema produtivo e o papel moralizador são claramente verificados, de forma que a disciplina é um fator primordial no processo educativo (Motta, 1990). Tais instituições, ao contrário de sistemas educacionais neutros visando a atualização humana, seriam, elas mesmas, veículos de transmissão de certas ideologias (Althusser, 2004[1970]).

Disseminada amplamente no contexto capitalista, a teoria meritocrática considera que as posições sociais são condicionadas pelo mérito individual e a qualificação adquiridos por uma educação formal consistente, de modo que o conhecimento promovido pelo sistema de ensino, aliado ao esforço pessoal são um investimento que leva à possibilidade de melhorar a renda do indivíduo. Conforme Collins (1971) o diploma torna-se a credencial para a entrada e ascensão no mercado de trabalho. Por sua vez os requisitos e as credenciais educacionais levam a conflitos entre grupos dominantes que buscam sobressair em posições privilegiadas, enquanto os outros grupos sociais, subalternos, também buscam o acesso a esses cargos.

Portanto, a burocratização das instituições públicas e privadas apresenta como característica principal a centralidade dos processos decisórios, somado a disseminação dos moldes institucionais, que rompem os limites da organização, abrangendo aspectos políticos, sociais, econômicos, culturais e psicológicos da vida dos indivíduos e por extensão de suas famílias. Assim, os valores dominantes disseminados aprisionam o indivíduo no sistema vigente. Desde o plano da inserção do indivíduo no plano social, o rompimento com este contexto mostra-se como uma possibilidade inalcançável.

Cabe considerar que o consenso e a coesão de grupos dominantes tornam-se fundamentais à permanência em posições proeminentes. Uma vez que surge a possibilidade de disseminação de novas ideias geram-se desacordos entre os membros do grupo, por outro lado, possibilitam-se mudanças nas ideias e nas regras dos sistemas dominantes (Farrell e Quiggin, 2012). Nesse sentido podem surgir alterações tanto nos mecanismos organizacionais, quanto dos indivíduos neles inseridos.

Ao transpor essa discussão para o atual contexto da formação superior no campo do turismo Albuquerque e Neto (2014) apontam para a definição das áreas científicas e a não consolidação do perfil profissional como desafios referentes à estrutura curricular.

O primeiro, parte da flexibilização curricular resultando nos aspectos da consolidação do perfil profissional. Mesmo que uma variedade de formação seja importante para o egresso, a grande diversificação faz com que cada instituição ofereça um profissional diferente. Isto, além de dificultar a identidade profissional, acarreta problemas para os alunos que não conseguem migrar de um curso para outro sem perda significativa do aproveitamento das disciplinas já cursadas, geralmente tendo que praticamente reiniciar o curso (Albuquerque e Neto, 2014; Pimentel e Paula, 2014: 2).

Talvez esta questão esteja relacionada à existência de diferentes expectativas por parte dos atores envolvidos no processo, sejam eles os alunos, que

demandam um curso de qualificação, em um determinado nível; às instituições de ensino, que são responsáveis pela oferta de cursos e formação dos currículos; e, numa terceira ponta, o mercado de trabalho, que demanda profissionais qualificados para solucionar problemas técnicos em situações reais.

Segundo Pimentel (2013), vários indicadores apontam para esta constatação: (1) os elevados índices de não absorção dos profissionais formados pelos cursos de turismo pelo mercado de trabalho; (2) os elevados índices de desistência, trancamento, reopção, obtenção de novo título, etc. que marcam a rotina administrativa destes cursos; e (3) a falta de uma visão clara por parte dos egressos/entrantes sobre a profissão e o perfil profissional que a mesma requer.

Diante deste cenário de ausência de uma “face” própria do turismólogo, isto é, de uma identidade profissional razoavelmente consensual em termos do conjunto de saberes que se deve ter, para quê e onde atuar, emergem disputas internas - promovendo a cisão do campo em turismo e hospitalidade - e externas - como as divisões, em suas diversas subáreas, em torno da pragmaticidade que o caráter da profissão suscita – que tornam ainda mais difícil a consolidação de uma formação e qualificação adequadas neste campo profissional. Porém, esta ausência de identidade profissional consolidada jaz desde o início da constituição da área.

Segundo Hall e Page (2002), citado em Tribe e Airey (2008), o surgimento do turismo como objeto de estudo na academia se deu de forma pontual, dentro de disciplinas já estabelecidas, como parte de uma nova problemática emergente da sociedade moderna que passou a ser visível e requerer explicação. Assim, o turismo como matéria a ser estudada dentro de outros cursos, como, sobretudo, geografia e economia, se deu por volta de 1920.

Com a emergência da atividade turística, sobretudo, no contexto pós II Guerra Mundial, na década de 1960 no Reino Unido já se possuía o ensino do turismo nos programas de graduação e pós-graduação de gestão em hotelaria e *catering*<sup>4</sup>. No entanto Airey (2008) argumenta que este se tornou objeto de estudo de tese somente em 1981, quando se tem o primeiro registro no Reino Unido.

Airey (2008), fazendo referência ao contexto internacional, e em particular ao contexto inglês, pontua que no começo os cursos de turismo apresentavam forte orientação profissionalizante. Segundo Tribe (2008) o desenvolvimento dos cursos de turismo nos primeiros anos se baseou no conhecimento *extradisciplinar*, ou seja, este se desenvolveu a partir da indústria do governo, grupos de estudos e instituições de pesquisa, dentre outros que se interessavam pelo tema.

Mas ao longo do seu desenvolvimento foram surgindo cursos não profissionalizantes desde o início, como observado no Reino Unido que implantou o programa de mestrado em antropologia do turismo. De acordo com Airey (2008) o que impulsionou o desenvolvimento do turismo como campo de estudo foi a criação de dois cursos de mestrado em 1972 nas Universidades de

---

<sup>4</sup> Fornecimento de alimentação preparada e serviços correlatos (taças, louças, toalhas, etc) para festa, restaurante, companhias de aviação, dentre outros.

Strathclyde e Surrey, na Inglaterra. Tribe (2008) argumenta que este agora se encontra caminhando para *interdisciplinaridade*, que é a utilização de várias áreas do conhecimento para se explicar um problema específico.

Tribe (1997) argumentou que o conhecimento do turismo está organizado entre disciplinas extradisciplinares, interdisciplinares e disciplinas estabelecidas. De acordo com ele, as disciplinas extradisciplinares seriam aquelas que fariam referência, por exemplo, prestação de serviços ao cliente; o aspecto da interdisciplinaridade corresponderia aos estudos ambientais, marketing; enquanto que as disciplinas estabelecidas seriam aquelas tradicionais e de base como economia, antropologia, entre outras.

Sobre a oferta dos cursos de turismo Airey (2008) pondera que:

A oferta dos cursos de turismo continua sendo fortemente profissionalizante e orientada de modo empresarial [...] Contudo, se é para se tornar uma área de estudo realmente distinta, sua base de conhecimento precisa ir além do *extradisciplinar*. Os riscos para a educação em turismo vão em duas direções: a primeira é que ela fique muito ligada à prática profissionalizante e, nesse sentido, não forneça muito mais que uma reflexão sobre o mundo de trabalho. A segunda é que dê as costas às suas conexões com o setor, pondo em risco uma de suas principais *raisons d'être* (Airey, 2008: 44).

Ao se observar os cursos de turismo no exterior percebe-se que o maior desenvolvimento de pesquisa ocorre em países desenvolvidos como América do Norte, pois de acordo com Hudson (2008) estes recebem grande apoio na educação em turismo, impulsionando o desenvolvimento em pesquisa neste tema.

Entretanto, ao se comparar os estudos do turismo na América do Norte com a América Latina, Leal e Padilha (2008) mostram que esta ainda se encontra em seus estágios iniciais de estudos sobre o turismo. Mas, esse estágio inicial não se restringe à escassez de pesquisa sobre o tema; ele também se aplica a qualificação da força de trabalho, estes agora que vêm obtendo espaço na área, através das revistas *Estudios y Perspectivas en Turismo*, na Argentina; *Turismo: Visão e Ação*, no Brasil, entre outros.

No Brasil, segundo Dencker (2006), a oferta de ensino superior em turismo se iniciou na década de 1970, através da Universidade Anhembi Morumbi, de forma que em sua origem tais cursos estavam ligados a uma perspectiva do governo militar que considerava que o turismo poderia trazer desenvolvimento para o país. Nesta perspectiva, o governo criou a EMBRATUR em 1967, sendo uma forma de divulgar o país no exterior (Barretto, Tamanini e Silva, 2004).

Contudo, Ansarah (2002) aborda sobre a estagnação dos cursos de turismo nos países latino-americanos na década de 1980, como reflexo dos impactos das crises econômicas nestes países. No entanto, o “boom” dos cursos de turismo ocorreu na década de 1990. Dencker (2006) argumenta que o país estava passando por momentos de incentivo ao desenvolvimento do turismo e que foi favorável a uma grande oferta de vagas de cursos superiores. Mota (2007), por sua vez, considera que esses cursos passaram por processos divergentes nos âmbitos público e privado, quanto ao primeiro foram valorizados academicamente, já no que tange ao segundo, seriam “explorados

comercialmente”.

Segundo Mota (2007) a partir da metade da primeira década de 2000, vivenciou-se uma diminuição da oferta de bacharelado em Turismo. De acordo com Beni (2006), essa diminuição foi de 40% a 60%. Algumas explicações de Mota (2007) para esta queda são a superficialidade e a generalização dos cursos de turismo, a falta de identidade do bacharel em turismo e a pouca absorção do bacharel no mercado de trabalho. Isso está repercutindo sobre a oferta de cursos de turismo em nível de graduação por parte da iniciativa privada. Em compensação, este setor está se readaptando para a oferta de cursos de pós-graduação em turismo no Brasil.

Observa-se um círculo restrito em que se configura e retroalimenta tais desafios. Isso porque o vínculo aos desafios e complexidades da educação superior em turismo impactam a qualidade da formação nesse campo (Albuquerque e Neto, 2014).

### 3. Metodologia

A Análise do Discurso (AD) é um aparato teórico-metodológico que se constitui num campo disciplinar próprio<sup>5</sup>. Apesar disso, seu uso tem sido frequente nas ciências sociais, em geral alinhado a perspectivas qualitativas de pesquisa, como um método de pesquisa, operacionalizado por um conjunto de procedimentos específicos (Carrieri, Leite-da-Silva, Souza e Pimentel, 2008). É neste sentido que a empregaremos neste estudo.

A AD explora o sentido e a forma como se transmite uma mensagem, considerando o emissor, o destinatário e o contexto, em que sucede essa dinâmica (Vergara, 2005), articulando um enunciador e um discurso a um determinado lugar social (Maingueneau, 2000), isso porque se entende a linguagem como um fenômeno complexo pertencente ao domínio individual e social, de maneira que ao mesmo tempo em que a linguagem sofre determinações sociais, também possui autonomia em relação às formações sociais<sup>6</sup> (Fiorin, 1998).

A AD não se restringe à análise linguística do texto em si, ou a análise sociológica do contexto do discurso, e menos ainda à análise matemática de frequências e regularidades observadas nas comunicações, como se pratica na Análise de Conteúdo (Bardin, 1977). Esta técnica permite apreender como se produz um discurso, a partir das formações discursivas e as estruturas materiais e sociais que o modelam (Pimentel, Carrieri, Pimentel e Brito, 2011). Portanto, é potencialmente útil para analisar fenômenos sociais (Carrieri et al., 2006; Pimentel et al., 2011).

A formação discursiva é intermediada pelo conceito de formação ideológica, ou seja, pela perspectiva de mundo de uma classe social dominante, que “[...]

---

<sup>5</sup> Cumpre mencionar que existem diferentes tipos (correntes) e subtipos de AD (Vergara, 2005): a francesa, com ênfase na linguística e na psicanálise; a anglo-saxã, com foco no pragmatismo e na análise crítica; e ainda, a espanhola, com foco na interação social e socio-linguística. Neste trabalho nos filiamos à análise do discurso de tradição francesa, com foco na sua análise linguística.

<sup>6</sup> Todavia, cabe ainda à distinção entre “discurso” e “fala” (Fiorin, 1998: 11 - grifo do autor), onde “o discurso são as combinações de elementos linguísticos (frases ou conjuntos constituídos de frases), usados pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo. A fala é a exteriorização psico-físico-fisiológica do discurso. Ela é rigorosamente individual, pois é sempre um *eu* quem toma a palavra e realiza o ato de exteriorizar o discurso”.

estabelece o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada, em uma conjuntura dada”, no sentido em que o processo discursivo é concebido, a noção de sujeito da enunciação representa o exercício de papéis divididos e heterogêneos, em diferentes espaços discursivos (Paulon et al., 2014: 29). Portanto, o discurso é social, ou seja, “a materialização das formações ideológicas” (Fiorin, 1998: 41). E, com a intenção de destacar a posição do discurso na sociedade, propõe-se a identificação dos aspectos ideológicos combatidos e dos aspectos ideológicos defendidos pelos enunciadores analisados.

Conforme Carrieri et al. (2006), a ligação entre o discurso, seu enunciador e o local de enunciação revela a natureza contextual da produção de sua determinação. A formação discursiva e a comunidade discursiva, isto é, o contexto histórico, socioeconômico e cultural dos enunciadores, merecem atenção, enquanto admite-se a prática discursiva como base da comunidade produtora de um dado discurso e a gênese discursiva relacionada a tal comunidade. Ademais as estratégias de persuasão manifestadas esclarecem sobre as ideologias dominantes, pois são reificadas, transformadas ou abandonadas na argumentação (Carrieri et al., 2006).

De acordo com Fiorin (1998) outro aspecto que cabe ser mencionado se deve ao fato de um discurso ter uma estrutura, que é composta por uma sintaxe e uma semântica. Nesse sentido, aponta-se para a existência de um campo de determinação consciente e outro de determinação inconsciente. No primeiro, caracterizado pela sintaxe, o enunciador procura criar efeitos de sentido de verdade em sua argumentação, com o intuito de convencer a seu interlocutor sobre determinada realidade. O segundo campo pertence à semântica discursiva, cuja formação abarca elementos que dão significado ao discurso e são característicos de épocas específicas, os quais influenciam precisamente a forma de se pensar o mundo difundidas pelos grupos sociais. Ou seja, compreendem o campo da determinação ideológica de uma sociedade.

O *corpus* analítico do estudo foi proporcionado por um conjunto de entrevistas realizadas junto ao corpo docente de turismo de uma IES do Estado de Minas Gerais, Brasil. O roteiro de entrevistas, composto por 10 questões abertas<sup>7</sup>, as quais visavam emular o discurso do respondente sobre a formação em turismo e sua relação com a universidade e o mercado de trabalho.

Foram entrevistados 12 sujeitos, componentes, à época, do corpo docente do Departamento de Turismo de uma Instituição Pública de Ensino Superior, sendo apenas um excluído<sup>8</sup> da amostra. É importante ressaltar que a participação dos respondentes teve caráter voluntário e confidencial. Assim, após a coleta das informações, as entrevistas foram codificadas, sendo renomeadas pelos títulos

---

<sup>7</sup> 1- Quais são as disciplinas que você leciona?; 2- Descreva a situação atual do setor turístico da cidade; 3- Como você avalia o conhecimento que o aluno possui sobre as atividades que ele pode desenvolver a partir da sua formação?; 4- Qual é a sua percepção sobre o formando oriundo do curso de turismo da IES e sua aceitação no mercado de trabalho?; 5- “Excesso de bagagem teórica e teoria não aplicável à prática”. Como você encara essas duas críticas ao curso de turismo?; 6 - Para você quais seriam as características das vagas de trabalho oferecidas pelo mercado aos alunos oriundos do turismo?; 7 - Quais as competências que você acha que o curso de turismo da IES agrega no futuro profissional turismólogo?; 8 - E, na sua opinião, qual é a percepção do empregador sobre a formação profissional em turismo?; 9- Diante dos ramos emergentes, quais as ações cabíveis a docência à qualificação no curto, médio e longo prazo?; 10 - O que você acha que um graduado em turismo deve saber ao sair da faculdade? Em que medida isso o diferencia dos demais profissionais de áreas afins (administração, contabilidade, economia)?

<sup>8</sup> A exceção foi o coordenador da pesquisa que também era membro deste departamento.

E01, E02, E03, [...] E012, os quais serão aqui utilizados para fazer menção aos trechos das respectivas entrevistas.

De forma operativa, utilizou-se estratégias de persuasão discursiva elaboradas por Faria e Linhares (1993), a saber:

- a) A seleção lexical, que compreende a escolha do vocabulário usado nos discursos;
- b) A construção das personagens, que pode levar a uma dramatização do que está sendo exposto, bem como à transferência de responsabilidade do enunciador para aquele a quem ele atribui seu discurso;
- c) As relações entre os conteúdos explícitos e os implícitos, que possibilitam criar um efeito ideológico de sentido, dizendo algo sem fazê-lo explicitamente; e
- d) Silenciamento, que se refere à omissão de determinados temas e objetiva excluir temas indesejáveis a quem tem o poder da palavra.

Aliado a essas categorias, recorreu-se de forma seletiva à sistematização de categorias de AD realizada por Pimentel (2008), em seu roteiro para análise do discurso: esse estudo prioriza como categorias de análise: seleção lexical; temas, figuras e personagens; percursos semânticos; aspectos da sintaxe discursiva; aspectos ideológicos combatidos nos discursos; aspectos ideológicos defendidos nos discursos e posição do discurso na sociedade.

Em relação as limitações, embora o estudo pudesse ser enquadrado, segundo a classificação da tradição do *main stream* como uma pesquisa qualitativa (Vergara, 2005), seguida de um estudo de caso único (Yin, 1998), a AD é um aparato teórico-metodológico próprio, cuja lógica operativa possui regras e condições distintas daquelas supracitadas. Neste sentido, uma vez que o discurso é social, não necessariamente se torna uma limitação da pesquisa realiza-lo com 10 ou 20 sujeitos, do mesmo modo que a localização geográfica ou a “amplitude” do discurso. O que está em jogo são as formações discursivas (i.e. grupos sociais que criam, alertam e mantem certos discursos) bem como os próprios discursos. Estes são analiticamente visualizados por meio de *corpus* discursivos, que é a constituição de um ou vários materiais linguajeiros que representam as visões de mundo de certos grupos sociais.

Por outro lado, pode sim, ser interessante verificar como o mesmo tema é tematizado por diferentes discursos, sustentado por diferentes grupos sociais, seja em realidades brasileiras ou mesmo em outras partes do mundo, o que pode ampliar nossa compreensão de como um mesmo tema é ressignificado segundo distintas estruturas sociais.

#### **4. Análise e discussão**

Buscou-se identificar os elementos presentes no discurso a partir das categorias personagens, figuras, temas, tempo, espaço (quadro 1). A partir destes aspectos, a discussão levada a cabo está estruturada por quatro temas que serão pormenorizados: situação atual do setor turístico; o conhecimento adquirido pelo aluno para a atuação profissional; a percepção sobre a formação proporcionada pelo curso de turismo e sua capacidade de inserção no mercado de trabalho; a composição da grade curricular e a divergência entre formação teórica e prática e seus impactos na atuação profissional.

**Quadro 1 - Categorias de análise e elementos do Discurso.**

<b>Categorias</b>	<b>Elementos identificados no discurso</b>
Personagens	Trade turístico (empresários); órgãos públicos; mercado; setores do turismo (hospedagem, agenciamento, eventos); empregador; universidade; comunidade, mercado, Convention e Visitors Bureau, Prefeitura, Circuito Turístico; aluno; professor.
Figuras	Atrativos turísticos; destinos turísticos; agência; rede hoteleira (hotéis).
Temas	Crescimento econômico; política estadual e federal; estrutura e gargalos; (curso) desestruturado; (turismo na cidade) em desenvolvimento; turismo engatinhando; mercado limitado; engessamento do setor; área ampla e mal definida; campo difuso e solto; emprego; novos espaços; frustração; perspectivas; oportunidades; cargos operacionais; mudança; ansiedade; descompasso; decepção; trabalho operacional; gestão; abertura profissional; visão crítica; aptidões; intercâmbio de experiências; ensino; pesquisa; extensão; complexo; docência; proativamente; competências; área plural; heterogêneo; olhar tecnicista; realidade do mercado; difícil; falta de diálogo; visão interdisciplinar; capacitado; análise, observação, capacidade de síntese; redes de trabalho; formação sociológica e antropológica; comunicativo; antiprofissional; caótico.
Tempo	Antes / depois da reformulação do curso de turismo analisado; antes/depois da criação do novo curso na instituição; curto, médio, longo (prazo).
Espaço	Instituição de Ensino Superior, Departamento de Turismo, Brasil, macro(ambiente).

Fonte: elaborado pelos autores.

### **a) Quanto à situação atual do setor turístico na cidade analisada**

A conjuntura do setor turístico na cidade estudada é explicitamente caracterizada pelos vocábulos e expressões que remetem ao tema da falta de planejamento e organização como as seleções lexicais: “desestruturado” (E02), “engessamento do setor” (E05), “caótico” (E012), “assunto tratado de forma amadora” (E09), “trabalha questões pontuais” (E12), “antiprofissional” (E09). O principal nicho turístico estabelecido na cidade é contrastado pela falta de comprovação (“não tenho dados” - E07), o que corrobora a imagem negativa veiculada pelo discurso. Ademais, não há indicação de um consenso, ou uma evidência, sobre o tipo de segmento que é, ou que deva ser explorado pelo setor turístico na cidade.

Pode-se observar a relação de conteúdos implícitos e explícitos, em função das escolhas lexicais, como, por exemplo, em relação à mudança subjacente à configuração do setor: “movimento tímido” (E10), “em desenvolvimento” (E03), “engatinhando” (E03). Ademais, o sentido de vagarosidade é uma associação explícita ao percurso temático que remete aos resultados da falta de ações planejadas e articuladas entre os atores componentes do setor: “teve progresso, mas está aquém de como deveria” (E11), “pouco se avançou nas últimas gestões desde 2000” (E12).

Em relação à mobilização de personagens, três são os grupos mencionados no discurso, como sujeitos (individuais ou coletivos) atuantes no turismo na cidade:

- 1) “Trade”, “empresariado”, “mercado”, “Convention & Visitors Bureau”. Aqui também se reproduz no espaço interdiscursivo o percurso temático de que o setor privado é o “maior interessado” no desenvolvimento do turismo. Assim reflete-se discussão do campo do turismo de que o setor privado é responsável pela oferta dos serviços turísticos, e como consequência dessa característica abarca a maior parte dos lucros gerados pelo desenvolvimento turístico. Menciona-se o setor hoteleiro, como o “mais articulado”, e o setor de agenciamento. Já os bares e restaurantes e o segmento de eventos são silenciados no discurso, apesar da alusão de destaque a este setor no senso comum do cotidiano.
- 2) “Setor Público”, “Prefeitura”, “Circuito Turístico” é outro grupo de personagens mobilizados no sentido de se atribuir a eles a

responsabilidade por planejar e gerir a atividade turística, e também o principal responsável pela falta de investimento no turismo local. Não se menciona explicitamente o papel do Conselho Municipal de Turismo, apesar de que é possível localiza-lo quando se remete ao “Setor Público” ou a “Prefeitura”.

- 3) Já a “Universidade”, diferente dos dois grupos anteriores, aparece em primeiro plano (1ª pessoa) no discurso. Nesse sentido destaca-se a adoção de um sentido subjetivo à menção a este personagem, enquanto os dois grupos anteriores são apresentados a partir de um caráter objetivo em 3ª pessoa (Fiorin,1998), cheios de funções e afazeres claros, os quais não são eficientemente cumpridos e, por isso, há desorganização do setor e falta de investimentos e expansão dos negócios. Assim, enquanto o papel do setor privado e do setor público como elementos atuantes para o desenvolvimento da atividade turística é claro, evidente e consensual, a indicação do papel da universidade nessa dinâmica é silenciado no discurso. Como relata Fiorin (1998), a estratégia de silenciamento é sempre empregado quando o enunciador quer afastar algum tema indesejável, o que sugere, no caso em tela, que o papel desta entidade talvez ainda não esteja claramente definido para si própria sobre sua relação com o turismo na cidade.

***b) Quanto à avaliação do conhecimento que o aluno possui sobre as atividades que ele pode desenvolver a partir da sua formação em turismo***

Os principais temas e figuras relacionados à formação superior em turismo remetem, inicialmente, ao espaço interdiscursivo que discute à própria epistemologia do turismo, e que o faz um profissional do turismo. Essa situação é sintetizada pelas seleções lexicais: “área ampla e mal definida” (E01), “campo difuso e solto” (E01), sugerindo assim que a falta de clareza e organização no campo prático do setor na cidade está associada à própria ambiguidade interpretativa sobre o que é a atividade.

Em relação ao seu papel específico de ensino, o corpo docente da IES relaciona os conteúdos referentes ao turismo a partir dos seus principais setores, o que é retomado como pelos termos “áreas clássicas” (E12), “visão tradicional” (E02). Essa tematização emerge de forma fragmentada e contraditória no intradiscorso, uma vez que um grupo de pessoas sugere a existência de certos conhecimentos e conteúdos já consolidados, enquanto outro grupo não identifica a existência de um consenso qualquer sobre os conteúdos. Nesse sentido, a fragmentação interpretativa surge de três formas, a partir da identificação epistemológica do turismo em relação a uma visão tradicional ou tecnicista, com foco nos aspectos operativos da atividade. Um grupo de respondentes considera que o ensino destas áreas sem a definição de um interesse específico na grade curricular é superficial, “tecnicista” (E12), pois o aluno “não consegue vislumbrar qual atividade pode desenvolver” (E07). Uma segunda visão sustentada destaca a formação seletiva com base em subáreas, ou ênfases, embora se reconheça neste posicionamento que ao se focar “em determinadas atividades” em detrimento de outras, resulta que o “aprendizado fica defasado” (E03). Por fim, um terceiro argumento considera que a fragmentação é suprida pela ressignificação que o aluno produz na assimilação do conhecimento e que “o conhecimento que o aluno adquire é

ótimo” (E05), a formação “só não é melhor devido às dúvidas e quanto a pouca prática” (E08). De fato, os discursos construídos nesta questão representam a indefinição do percurso temático que envolve a definição de turismo.

Também se menciona a deficiência de uma abordagem teórica em profundidade. Destaca-se interdiscursivamente que os alunos que buscam o curso de turismo têm como objetivo a entrada imediata no mercado de trabalho, “adquirir renda e não conhecimento” (E09). Tal “ilusão de mercado” (E11) é um argumento explícito conexo à ideia de que a demanda por um aprendizado operacional, técnico, contradiz a proposta “interdisciplinar” e “crítica” associada implicitamente ao discurso ideologicamente acastelado, voltado à formação de profissionais capazes de tratar holisticamente de questões relacionadas ao planejamento e das questões socioeconômicas relacionadas à intervenção turística.

Por outro lado, conforme asseverava Weber (1978[1922]), observa-se a influência da ideologia individualista e meritocrática mediante a noção de “sucesso” e “fracasso” profissional que influencia alguns discursos. Aqui, a relação entre conteúdos explícitos e implícitos, denotada a partir da mobilização das personagens “alunos” e do tema “sucesso”, permite a extração do implícito subentendido de que a responsabilidade pelo fracasso é depositada no personagem “aluno”: “empenho vai de cada aluno” (E05), “alunos muito interessados se envolvem” (E05). Portanto, neste aspecto específico do discurso nota-se o efeito estilístico de sentido gerado pelo discurso, via mobilização da personagem, que é a transferência de responsabilidade (Faria e Linhares, 1993) do plano institucional, ou seja da IES e do mercado de trabalho (que ficam silenciados no texto), para o plano individual, com se o volume e a qualidade do capital cultural absorvidos na IES ou as restrições e condicionamentos estruturais do mercado não afetassem a empregabilidade dos egressos. Por outro lado, “o discurso simula ser individual para ocultar o que é social. Ao realizar essa simulação e essa dissimulação, a linguagem serve de apoio para as teses da individualidade de cada ser humano e da liberdade abstrata de pensamento e de expressão” (Fiorin, 1998, p. 42). Assim, a formação discursiva dominante manifestada no espaço interdiscurso se coloca como uma esfera condicionadora da significação presente no discurso.

Ainda se faz menção ao implícito, subentendido, contexto dinâmico da sociedade do século XXI: “não há falta de emprego, há novos espaços a serem explorados” (E02). É tacitamente encarregado ao personagem “universidade” a adequação do ensino a um novo contexto que se estabelece no âmbito do turismo. Essa noção se alinha ao pressuposto do senso comum de mudança contínua, a obrigação de inovar e o rompimento de fronteiras espaciais, que demandam a adaptação como características de uma sociedade global. Associado a essa noção manifesta-se o imperativo de especificar “quem é esse profissional que a gente vai trabalhar”, “aonde” ele atuará; expressões cujos implícitos pressupostos denotam: a) o desconhecimento do ingressante no curso e b) o desconhecimento do mercado de trabalho, bem como um implícito, subentendido, de preocupação em oferecer um “esclarecimento” (E07) sobre as possibilidades de atuação no campo do turismo. Apesar disso, falta um consenso entre os enunciadores dos discursos. Esse fato pode observar-se como um reflexo da dificuldade em estabelecer um posicionamento coerente

de proposta curricular para a formação do turismólogo em relação à definição do foco de atuação destes indivíduos presente em um contexto mais amplo.

A nova formação, mais humanística, e a reestruturação da grade curricular do Curso de Turismo são aspectos que aparecem como um divisor espaço-temporal (“o novo curso parece preparar melhor” – E04) e qualitativa. Primeiro pois considera-se que a nova estrutura tem maior potencialidade para a formação do turismólogo; segundo pois oferece uma visão “interdisciplinar” (E10), “complexa” (E10), em que se aprende a “pensar o turismo” (E10) alinhado aos problemas sociais, onde supostamente a interdisciplinaridade e a complexidade ajudariam a resolver o problema da fragmentação identitária do campo, seja teórica e prática. No entanto, neste ponto se retoma o problema da indefinição acerca do turismo e da diversidade de possibilidades a serem exploradas nesse universo. Ou seja, a discussão se cerra em um círculo vicioso, de forma que parece não se ajustar uma resposta sobre este tema.

Do ponto de vista da discussão acerca da entrada no mercado de trabalho destacam-se as seleções lexicais “frustração”, “salário”, “horas de trabalho” (E06) para descrever o campo de atuação do turismólogo. Assim apresenta-se a noção falta de motivação para a atuação deste profissional. O “mercado” é colocado com principal alocador de profissionais formados. Todavia, também se considera que “a sociedade limita o que é o profissional” (E11).

### **c) *Acerca da percepção sobre o formando oriundo do curso de turismo e sua aceitação no mercado de trabalho***

De um lado manifesta-se o tema de um discurso otimista. Considera-se que a Universidade estudada é “destaque nacional na formação de acadêmicos” (E01). Especificamente aponta-se um “olhar positivo” nas áreas de “educação” e “gerência de cargos de hospedagem” (E12). Em síntese, a formação superior proporcionada pela IES pode ser caracterizada pelas seleções lexicais: “boa” (E06), “a marca Universidade Federal acrescenta ao profissional” (E05).

Os desafios de empregabilidade são manifestados a partir de duas figuras discursivas características: a restrição do mercado turístico local e o empenho individual. Quanto à primeira, destaca-se que o “problema é a absorção no mercado” (E07), “a cidade é bem limitada” (E04), tem “salários baixos” (E11), e se restringe a oferta de “cargos operacionais” (E11). Associado a essa realidade o predomínio de “pequenas e médias empresas” (E08) se tornam um personagem decisivo e limitador das possibilidades de crescimento do setor turístico local e da inserção de egressos do curso no mercado de trabalho. Nesse cenário a situação do aluno é sintetizada pela seleção lexical “se frustra” (E11), significando as circunstâncias em que se colocam parte dos profissionais que se formam na universidade, que “não precisariam ter graduação para fazer o que fazem” (E11).

Adicionalmente, algumas particularidades do mercado de trabalho existente são construídas a partir das seleções lexicais: “míope” (E10), “os que atuam são quadrados” (E02). Metaforicamente os enunciadores expressam a restrição de possibilidades de atuação impostas pelas empresas do município, imputando a responsabilidade sobre a personagem implicitamente mobilizada empresários e gestores, públicos e privados, as quais são predominantemente (implícito subentendido) dos setores de agenciamento e hotelaria, e em geral demandam cargos operacionais e pouco abertos a proatividade profissional.

Essa noção também é expressa no debate interdiscurso em relação às competências e as áreas de atuação do profissional formado no curso de turismo. Considera-se que é preciso “sair da cidade” (E05) para atuar no campo do turismo, pois o emprego “é macro” (E09). Portanto, se transpõe os limites espaciais do município para significar, ou justificar, a existência e permanência do curso de turismo em um espaço que é incapaz de absorver os seus egressos.

Do ponto de vista da análise do discurso, este revela a visão de mundo dominante (Fioin, 1998). Assim, a ideia de que o desenvolvimento de habilidades e do sucesso profissional também “depende do empenho” (E05), “não há uma percepção única” (E02), “não existe profissão, existe o profissional” (E09), “acredito na formação e busca” (E09), remetem novamente à materialização do universo simbólico do discurso ideológico presente no interdiscurso capitalista, individualista, e funcional; o que não encontra respaldo na academia, simplesmente devido a ausência de uma percepção hegemônica sobre como esta deve se portar. Como consequência, *gaps* inevitáveis entre ela e o mercado surgem. Há uma evidência de divergência sobre a ideia da formação proporcionada pelo curso, ao apresentar-se a assertiva de que “o aluno sai sem saber o que fazer da vida” (E03), apesar de considerar-se alguma melhora nesse sentido. Também se aponta a “não valorização do egresso por parte do setor público”, e a “concorrência, sobretudo, de egresso da administração” (E08).

**d) Como encarar duas denúncias ao curso de turismo: “Excesso de bagagem teórica e teoria não aplicável à prática”**

O percurso semântico (sucessão de temas e figuras manifestados e diferentes maneiras no discurso) alusivo à “falta de definição do turismo e seu campo de atuação” é retomado aqui, o que se manifesta nas seleções lexicais: “não definição do que é o curso” (E01), “o que enfatizar” (E01), “corpo teórico em construção” (E04).

Mais uma vez evidencia-se o dissenso entre os enunciadores no nível interdiscurso. Levanta-se o argumento de que a “teoria é sólida” (E10), o “curso atende bem”, proporciona “amadurecimento teórico e crítico” (E01). Por outro lado, há a noção de que a formação do “bacharelado não forma para a ciência”, só o “doutorado forma para a ciência” (E01), somando a “dificuldade de a universidade acertar na adequação entre mercado e faculdade” (E08). Simultaneamente, as “empresas não trabalham de forma profissional” (E09), ou seja, constroi-se uma situação na qual o objetivo das empresas, especificamente das de pequeno e médio porte na esfera local, não é a contratação de profissionais com formação superior em turismo.

Ou seja, é flutuante, ora explícito ora implícito, a demonstração de um percurso semântico que aponte para o conflito relacionado ao tema do curso de graduação formar, ou não, para a atuação no mercado. Nesse sentido, se destaca na formação dos discursos o uso de adjetivos que indicam ênfase ao posicionamento levantado “corretíssimo” (E02), “seríssimo” (E11), “exatamente” (E07), cuja colocação no âmbito da análise da sintaxe discursiva indica uma manipulação consciente do discurso enunciado. Também se demonstra um sentido de discordância (“descompasso”-E11) entre as ações da universidade e o contexto evidenciado no mercado, considerando que está evidente a

percepção de que a demanda do mercado está ligada à formação técnica. Assim, o discurso considera que deveria haver mais elucidação sobre as necessidades do mercado e a atuação da universidade.

Sob outro ponto de vista, defende-se que o ensino superior deve ofertar uma formação teórico-prática, de modo que “cabe ao professor trazer teoria à prática” (E02). Em contraposição com a realidade aponta-se que há “muita teoria sem prática” (E03). De fato, “aqui não é formação técnica” (E10), aqueles que têm o objetivo de atuar no mercado devem “procurar cursos específicos” (E10). Logo, apresenta-se um consenso parcial sobre este tema no nível interdiscurso.

Sobre este assunto a atuação e o papel do personagem “professor” assume uma significação preponderante e certa responsabilização pelo teor dos conteúdos do curso. O cargo de professor DE (dedicação exclusiva) é “corrompido” (E02), não tem “vivência de mercado” (E08). Alguns enunciadores consideram implicitamente que as atribuições deste profissional, relacionadas ao desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa, extensão e administrativas, o “impede de ter um pé no mercado” (E02). Uma solução apresentada seria o desenvolvimento de mais “projetos de extensão” (E02). Enquanto isso é repassado ao personagem “professor 20 h” a incumbência de solucionar tal impasse: “professor 20h é que dê disciplina mais técnica” (E02). Do mesmo modo, o “objetivo é formar pesquisa, ensino e extensão” (E09). Contudo, defende-se a necessidade de “mais profissionais DE para o ensino ligado a prática” (E10), indicando através da sintaxe discursiva um sentido de denúncia relacionado à construção e atuação do corpo docente e o próprio questionamento da legitimidade de atuação dos colegas, em função do cargo que ocupam.

Outro tema que se evidencia é a “reformulação do curso” (E03), assumindo um posicionamento relacionado ao “esforço de mudança” (E03), em um cenário de “preocupação e desafio” (E07), apresentado. Assim, é explicitada a detecção e a tentativa de encontrar alternativas para a solução dos conflitos relacionados à formação dos alunos do curso.

Porém, para alguns enunciadores a responsabilidade recai sobre a capacidade individual dos discentes, reforçando o interdiscurso ideológico evidenciado nas partes anteriores. Assim sendo, o percurso semântico associado à noção de empenho individual reproduz uma ideologia que é assentada socialmente. Essa noção é representada pela ideia de que o “responsável não é o currículo” (E08), o “egresso não consegue realizar a ponte” (E08). Neste ponto cabe mencionar que “na medida em que é determinado pelas formações ideológicas, o discurso cita outros discursos. Os mesmos percursos temáticos e figuras se repetem” (Fiorin, 1998: 41).

Por outro lado, há um argumento de que há uma “ansiedade dos discentes” (E04) para verem conteúdos práticos do curso, pois o “aluno imagina” que o curso terá um enfoque prático (E12). Nessa situação, o sentido do discurso aponta para uma incoerência relacionada ao personagem “discente” que ao entrar na universidade tem expectativas desalinhadas da realidade que irá vivenciar. Pode-se indicar a esse respeito também uma falha no processo de informação e atração dos novos alunos que entram no curso.

Ainda com relação a este tema argumenta-se que é preciso “saber pensar a técnica” (E12) a partir do conhecimento teórico. Essa visão de que “não há prática sem teoria” (E04), “prática e teoria se alimentam” (E09) contrasta, no entanto, com a formação discursiva de que existe “falta de maturidade e o desconhecimento”, além da responsabilidade de o “discente trazer a discussão” (E12). Formação essa que atribui, de forma implícita subentendida, a responsabilidade ao aluno em função de seu possível desinteresse e/ou da incapacidade dos discentes de contribuição aos debates e acompanhamento do curso. Aqui fica, ainda, silenciado o motivo desse desinteresse ou dessa incapacidade, o que pode ser resgatado a partir de outro implícito, subentendido, relativo à formação anterior do aluno que entra na universidade, seja aquele que é inserido por meio de cotas escolares, seja dos que buscam o diploma superior com o objetivo de atuação em cargos técnicos.

O discurso hegemônico então pode ser visto pelo entrelaçamento dos interdiscursos da ambiguidade identitária da área, derivado de um discurso de cunho epistemológico, e do individualismo meritocrático, derivado de um discurso do campo econômico, que se funde num discurso hegemônico sobre o *management individual fragmentário*, em que a personagem indivíduo (aluno, egresso, profissional) é responsável pela elaboração semântica, de forma ordenada e coerente, a partir de um conjunto de retalhos de significados, extraídos de ditos, provérbios, casos, experiências práticas, pessoais e, eventualmente, de conteúdos teóricos derivados da academia. Conteúdos estes cuja aplicabilidade no mercado nem sempre é bem vinda e, às vezes, inclusive questionável. Por outro lado, a IES aparece como uma figura discursiva desprovida de responsabilização (transferida ao indivíduo) e tentando ainda encontrar seu lugar no mundo.

## 5. Conclusão

O objetivo deste trabalho foi analisar o discurso sobre o Mercado de Trabalho em Turismo e Empregabilidade segundo a visão do Departamento de Turismo de uma Instituição de Ensino Superior em Minas Gerais (Brasil). Especificamente, foram utilizadas as 4 categorias discursivas elaborada por Faria e Linhares (1993) – seleção lexical, mobilização de personagens discursivas, relação entre conteúdos implícitos e explícitos e silenciamento – para se observar qual a visão predominante no discurso desta coletividade sobre a formação profissional e o mercado de trabalho em turismo. Por meio delas buscou-se observar a articulação com os níveis inter e intradiscursivo, senão também como tais discursos ressoam na estrutura do curso de turismo e na formação proporcionada aos seus alunos.

Como resultados, verifica-se que uma indefinição e fragmentação em relação à própria concepção do que vem a ser o turismo, o que se reflete nas posturas de como esses profissionais tendem a encarar o fenômeno e sua relação com a práxis. Adicionalmente, pode-se observar a ênfase na mobilização de personagem discursiva “alunos” para quem é transferida a responsabilização pelo êxito ou não em termos de sua empregabilidade. Conclui-se, portanto, que a análise empreendida nos permitiu evidenciar a visão de mundo que sustenta à concepção daqueles que cumprem um papel essencial na (re)produção deste campo. Tal concepção, ainda fragmentária e multifacetada, tem rebatimentos

diretos na formação e concepção assimilada pelos alunos, ainda que seja implicitamente posicionada como neutra ou subordinada à ação do sujeito, em especial na sua empregabilidade.

A partir da análise foi possível perceber que há contrassensos em relação à formação do turismólogo. Primeiramente a grade curricular do curso não tem a definição de um interesse específico, ou seja, a definição do turismo não é clara, dando abertura para diversas atuações no mercado. Outro aspecto é em relação ao mercado de trabalho, o qual é muito restrito e não incorpora os recém-formados, pois acredita que esse profissional não possui os requisitos necessários. Foi possível perceber também que existe uma visão individualista no discurso, a responsabilidade pelo fracasso do profissional é depositada no aluno.

Ademais, existem contradições quanto à definição do curso em formar ou não para o mercado, e também em relação ao papel do docente associado a sua incorporação para a aplicação de teoria e prática. Dessa forma o aluno se forma confuso, sem ciência de onde atuar. Foi pressuposto que esses aspectos representam um reflexo do nível de organização e desenvolvimento do turismo na esfera nacional, assim como contribuem para informar sobre as questões desafiadoras que remetem ao tema.

Nesse sentido, pode-se inferir que existe uma série de fatores que recaem sobre a qualidade da formação profissional em turismo. Existe uma falta de ação planejada entre os diversos atores componentes do setor turístico, e uma falta de definição em relação à atuação do profissional de turismo, o que acarreta contradições em todo o processo de formação, desde sua entrada até sua inserção no mercado, demonstrando as deficiências estruturais da formação superior em turismo no Brasil. O profissional não tem uma imagem bem definida, dessa forma se torna inutilizado enquanto poderia contribuir, e muito, para a definição do que é turismo, e como exerce-lo, proporcionando melhorias para diversos destinos turísticos que muitas vezes não conseguem obter os benefícios que supostamente o turismo pode trazer.

## Referências

Airey, D. & Jonhson, S. (1998): "The profile of Tourism Studies Degree courses in rhe UK: 97/98". In *Guideline*, N. 7. London: The National Liaison Group for Higher Education, NGL.

Airey, D. & Tribe, J. (2008): "*Educação Internacional em Turismo*". Editora Senac: São Paulo.

Airey, D. (2008): "Crescimento e desenvolvimento". In: Airey, D. & Tribe, J. *Educação Internacional em Turismo* (org). São Paulo: SENAC.

Albuquerque, F., A., M. & Neto, A., Q. (2014): "Ensino Superior em Turismo: Perspectivas e desafios". In *Revista Turismo e Desenvolvimento*, V. 21/22, N. 1, p. 231-239.

Althusser, L. (2004[1970]): "Ideologia e Aparelhos ideológicos de estado". Lisboa: Presença.

Ansarah, M. G. R. (2002): "Formação e capacitação do profissional em turismo

e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil”. São Paulo: Aleph.

Bardin, L. (1979): “Análise de conteúdo”. Lisboa: Ed. 70.

Barretto, M.; Tamanini, E. & Silva, M. I. P. (2004): “Discutindo o ensino universitário de turismo”. Campinas, SP: Papirus. (Coleção Turismo).

Beni, M. C. (2006): “Política e planejamento estratégico no desenvolvimento sustentável do turismo”. In *Turismo em Análise*, V.17, p. 3-22.

Brasil - Ministério do Turismo – Mtur (2013): “Dados do fluxo turístico nacional e internacional”. Governo Federal, Brasília.

Carrieri, A. P.; Leite-da-Silva, A. R.; Souza, M. M. P.; & Pimentel, T. D. (jun. 2006): “Contribuições da análise do discurso para os estudos organizacionais”. In *E&G Economia e Gestão*, Belo Horizonte, V.6, N.12, p. 39-63.

Coelho, M. H. P. & Sakowski, P. A. M. (2014): “Perfil da mão de obra do turismo no Brasil nas atividades características do turismo e em ocupações”. In Texto para discussão nº 1938. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada/IPEA. Brasília: Rio de Janeiro: Ipea.

Collins, R. (1971): “Functional and Conflict Theories of Educational Stratification”. In *American Sociological Review*, V. 36, p. 1002-1019.

Faria, A. A. M. & Linhares, P. T. F. S. (1993): “O preço da passagem no discurso de uma empresa de ônibus”. In Machado, I. L. (Org.). Análises de discursos: sedução e persuasão, *Caderno de Pesquisa*, V.13, N. 10. Belo Horizonte: NAPq FALE/UFMG, p. 32-38.

Farrell, H. & Quiggin, J. (2012): “Consensus, Dissensus and Economic Ideas: the rise and fall of keynesianism during the economic crisis”.

Fiorin, J. L. (1998): “Linguagem e Ideologia”. (6ª ed.) São Paulo: Ática.

Hall, C.M. & Page, S.J. (2002): “The Geography of Tourism and Recreation”. (2nd ed.). London: Routledge.

Hong, W.C. (2008): “Competitiveness in the Tourism Sector”. Physica-Verlag: Heidelberg.

Hudson, S. (2008): “América do Norte”. In Airey, D. & Tribe, J. *Educação Internacional em Turismo* (org). São Paulo: SENAC.

Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR (18 de dezembro 2013): Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Turiso\\_injetou\\_US\\_61\\_bilhoes\\_n\\_economi\\_te\\_novembro.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Turiso_injetou_US_61_bilhoes_n_economi_te_novembro.html)>. Acesso em 29 de janeiro de 2014.

Leal, S. & Padilha, M. A. (2008): “Brasil e América Latina, em Educação Internacional em Turismo (org.)” São Paulo: SENAC.

Leal, S. & Padilha, M. A. (2008): “Brasil e América Latina”. In Airey, D. & Tribe, J. *Educação Internacional em Turismo* (org). São Paulo: SENAC.

Maingueneau, D. (2000): “Termos-chave da análise do discurso”. 1. reimp. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Merton, R. (1971): “Estrutura burocrática e personalidade”. In Etzioni, A. (org.) *Organizações complexas*. São Paulo: Atlas.

Minas Gerais – Secretaria Estadual de Turismo (2014). “Fluxo turístico estadual.” Governo estadual: Belo Horizonte, Minas Gerais.

Mota, K. M. (2007): “Formação Superior em Turismo na Unifor/Ce: Proposta, Realidade e Reflexo”. In *Anuário de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação-Mestrado em Turismo*, Ceará.

Motta, F. P. (1990): “Organização e poder: empresa, estado e escola”. São Paulo: Atlas.

Organização do Turismo – OMT (2016): “El turismo internacional supera las expectativas con 52 millones llegadas adicionales en 2013”. Disponível em: <<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-a>>. Acesso em 30 de janeiro de 2014. [tradução dos autores].

Paulon, A.; Nascimento, J. V. & Laruccia, M. M. (2014): “Análise do Discurso: Fundamentos Teórico-Methodológicos”. In *Diálogos Interdisciplinares*, V. 3, N. 1, p.25-45.

Pimentel, T. D. & De Paula, S. C. (2014): “Desenvolvimento de um protocolo de avaliação do desempenho de recursos humanos em instituições de ensino superior/IES: notas para a gestão acadêmica a partir do caso do Curso de Turismo/UFJF – Brasil”. In *Revista Gestao Universitaria na America Latina - GUAL*, 7, p.243-265.

Pimentel, T. D. (2013): “Formação Profissional e Mercado de Trabalho em Turismo. Relatório de Pesquisa”. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico/CNPq; Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Juiz de Fora/PROPESQ-UFJF, Minas Gerais (MG), Brasil.

Pimentel, T. D. (2016): “Mapeamento dos Centros de Pesquisa e da Oferta Educacional de Cursos de Turismo no Brasil e no Exterior: notas preliminares para delimitação do campo turístico mundial”. *Relatório de Pesquisa*. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico/CNPq; Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Juiz de Fora/PROPESQ-UFJF, Minas Gerais (MG), Brasil.

Pimentel, T. D.; Carrieri, A. P.; Pimentel, M. P. C.; & Brito, M. J. (jan./fev. 2011): “Da basílica à feira... do oásis ao Shopping: a trajetória das metáforas do Jubileu em Congonhas (MG)”. In *RAP*, Rio de Janeiro V. 45, N.1, p.45-66.

Tribe J. (2002): “The philosophic practitioner”. In *Annals of Tourism Research*. V. 29, N.2, p. 338-357.

Tribe J. (2008): “Tourism: A Critical Business”. In *Journal of Travel Research*, V.46, N.3, p. 245-255.

Tribe, J. (2008): “Panorama da pesquisa sobre educação”. In Airey, D. & Tribe, J. *Educação Internacional em Turismo* (org). São Paulo: SENAC.

Tribe, J. (1997): “The indiscipline of tourism”. In *Annals of Tourism Research*, V.29, N.2, p. 338-357.

Tribe, J. (2008): "Turismo conhecimento e currículo". In Airey, D. & Tribe, J. *Educação Internacional em Turismo* (org). São Paulo: SENAC.

Vergara, S. C. (2005): "Análise do Discurso". In Vergara, S. C. *Métodos de Pesquisa em Administração*, p. 25-36. São Paulo: Editora Atlas.

Weber, M. (1978 [1922]): "Economy and Society". Berkeley: University of California Press.

World Tourism Organization – UNWTO (set. 2014): "International tourism up by 5% in the first half of the year". Press Release. Madrid. Disponível em: <http://media.unwto.org/press-release/2014-09-15/international-tourism-5-first-half-year>. Acesso em: 15 mar. 2015.

Yin, R.K. (1998): "Case study research: design and methods". Beverly Hills: Sage.