



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ  
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS**

**FABÍOLA NUNES TAVARES LIMA**

**DEFINIÇÕES DE TURISMO E SUAS RELAÇÕES: VISÃO DE TURISMÓLOGOS  
CONCLUINTE NA CIDADE DE FORTALEZA**

**FORTALEZA-CEARÁ**

**2017**

FABÍOLA NUNES TAVARES LIMA

DEFINIÇÕES DE TURISMO E SUAS RELAÇÕES: VISÃO DE TURISMÓLOGOS  
CONCLUINTE NA CIDADE DE FORTALEZA

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de estudos sociais aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientadora: Profa. Dra. Sandra Maia Farias Vasconcelos

FORTALEZA – CEARÁ

2017

FABÍOLA NUNES TAVARES LIMA

DEFINIÇÕES DE TURISMO E SUAS RELAÇÕES: VISÃO DE TURISMÓLOGOS  
CONCLUINTES NA CIDADE DE FORTALEZA

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de estudos sociais aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

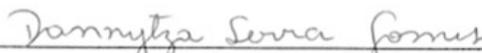
Aprovada em: 03 de outubro de 2017.

BANCA EXAMINADORA



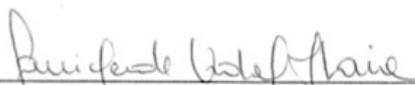
---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Sandra Maia Farias Vasconcelos (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará - UFC



---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Dannytza Serra Gomes  
Universidade Federal do Ceará - UFC



---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Janicleide Vidal Maia  
Secretaria de Educação do Estado do Ceará - SEDUC

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Lima, Fabíola Nunes Tavares.

Definições de Turismo e suas relações: visão de turismólogos concluintes na cidade de Fortaleza [recurso eletrônico] / Fabíola Nunes Tavares Lima. - 2017.

1 CD-ROM: il.; 4 ¾ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 158 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Fortaleza, 2017.

Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientação: Prof.ª Dra. Sandra Maia Farias Vasconcelos.

1. Paratopia. 2. Definições de Turismo. 3. Currículo. 4. Formação profissional. I. Título.

À minha mãe, exemplo de força e dedicação e ao meu esposo pelas incansáveis demonstrações de apoio.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus por ter me concedido a oportunidade de fazer um mestrado e as intermináveis bênçãos pelas quais sei que não sou merecedora.

À professora Dra. Sandra Maia que me atendeu inúmeras vezes na UFC (Universidade Federal do Ceará) para sanar minhas dúvidas e acender a luz quando já não enxergava mais nada, principalmente, na concepção deste trabalho.

À professora Dra. Luzia Neide Coriolano por nos lembrar constantemente que o tempo voa.

À Coordenação do MPGNT, na pessoa do Professor Dr. Fábio Perdigão Vasconcelos, pela oportunidade de um mestrado profissional.

Aos meus colegas do mestrado que tanto dividiram angústias, fé e motivação.

Aos professores do Mestrado que contribuíram ricamente para que pudesse abrir minha mente e refletir criticamente sobre o Turismo.

À secretaria Adriana Fonteles que sempre nos recebeu com um sorriso, um cafezinho e com sua solicitude.

Às professoras Dra. Dannytza Serra Gomes e Dra. Janicleide Vidal Maia pelas contribuições em minha banca de qualificação e também na banca de defesa.

Aos coordenadores das instituições de ensino superior de Fortaleza que atenderam às minhas insistentes ligações e e-mails na busca pelo preenchimento dos questionários, nas pessoas de Ana Beatriz Meneses (Faculdade Nordeste), Marcia Tonieto (Faculdade de Tecnologia Lourenço Filho), Suzana Dantas (Instituto Federal de Educação Tecnológica), Letícia Neves (Universidade Estácio de Sá), professor Mansueto (Faculdades Cearenses) e Rodrigo Silva (Instituto de Ensino Superior de Fortaleza).

Aos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza que dedicaram parte de seu tempo para preencherem meu formulário de pesquisa.

À Universidade Estadual do Ceará e à Universidade do Parlamento Cearense.

## RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo identificar as definições de Turismo na visão dos turismólogos na cidade de Fortaleza, descrevendo a relação destas com os currículos de suas instituições na busca de compreender se o olhar dos formandos corresponde aos programas curriculares das IES (Instituições de ensino superior). Para tanto, utilizamos como arcabouço teórico os autores SANTOS (1986) que descreve e analisa os conceitos de lugar, AUGÉ (1994) que acrescenta a ideia de lugar as discussões sobre não-lugar e também a perspectiva de MAINGUENAU (2004) que traz as noções de pertencimento a estes lugares e não-lugares, além das diretrizes do MEC e, também, os autores BARRETO, TAMNINI e SILVA (2004) e CANUTO e LEITINHO (2011) que discutem acerca do currículo e da formação. Para o desenvolvimento da pesquisa, fizemos uma pesquisa documental através do site e-MEC buscando as instituições de ensino superior de Turismo em Fortaleza. Para a delimitação do universo da pesquisa foram selecionados apenas os cursos de graduação presenciais em Turismo (bacharelado e tecnológico) que tivessem alunos em fase de conclusão do curso, o que totalizou 6 IES. Para a coleta de dados, nos utilizamos de questionário disponibilizado na plataforma do Google Formulários que foi enviado aos coordenadores dos cursos e estes encaminharam aos alunos. Assim, obtivemos 26 questionários analisados através da categorização e da análise de conteúdo propostas por BARDIN (2009). Também foram analisados os PPCs (Projetos Pedagógicos do Cursos) e as matrizes curriculares das IES selecionadas, documentos estes, que obtivemos nos sites das IES e através de contato com os coordenadores dos cursos. Como resultados da pesquisa constatamos que os alunos concluintes dos cursos de graduação de Turismo de Fortaleza, em sua maioria jovens e advindos de bairros periféricos de Fortaleza, possuem uma definição parcial acerca de Turismo e atribuem aos professores, aos materiais utilizados e as experiências teórico-práticas as medidas para suas definições. Quanto aos currículos, estes são generalistas e divergentes, não atendendo às demandas do mercado, como o domínio da língua estrangeira e habilidades interpessoais.

**Palavras-chave:** Paratopia. Definições de Turismo. Currículo. Formação profissional.

## ABSTRACT

This dissertation aims to identify the definitions of Tourism in the view of the tourismologists in the city of Fortaleza, describing the relationship of these with the curriculum of their institutions in the search to understand if the look of the trainees corresponds to the curricular programs of HEI (Higher Education Institutions). For this, we use SANTOS (1986) as a theoretical framework that describes and analyzes the concepts of place, AUGÉ (1994) which adds the idea of place to the discussions about non-place and also the perspective of MAINGUENAU (2004) that brings the notions of belonging to these places and non-places, besides the guidelines of the MEC and also the authors BARRETO, TAMNINI and SILVA (2004) and CANUTO and LEITINHO (2011) that discuss about the curriculum and the formation. For the development of the research, we did a documentary research through the e-MEC site seeking the higher education institutions of Tourism in Fortaleza. For the delimitation of the research universe, only undergraduate courses in Tourism (undergraduate and technological) were selected that had students finishing the course, which totaled 6 IES. For the data collection, we used a questionnaire made available on the Google Forms platform that was sent to the coordinators of the courses and the courses forwarded to the students. Thus, we obtained 26 questionnaires analyzed through categorization and content analysis proposed by BARDIN (2009). We also analyzed the PPCs (Pedagogical Projects of the Courses) and the curricular matrices of the selected HEI, these documents, which we obtained on the websites of the HEI and through contact with the coordinators of the courses. As a result of the research, we find that the graduating students of Fortaleza's undergraduate courses, mostly young and coming from peripheral neighborhoods of Fortaleza, have a partial definition of Tourism and attribute to teachers, materials used and theoretical- practices for their definitions. As for the curriculum, these are generalist and divergent, not meeting the demands of the market, such as foreign language mastery and interpersonal skills.

**Keywords:** Paratopia. Definitions of Tourism. Curriculum. Professional qualification.

## RESUMEN

Esta disertación tiene por objetivo identificar las definiciones de Turismo en la visión de los turismólogos en la ciudad de Fortaleza, describiendo la relación de éstas con los currículos de sus instituciones en la búsqueda de comprender si la mirada de los alumnos corresponde a los programas curriculares de las IES (Instituciones de enseñanza superior) . Para ello, utilizamos como marco teórico a los autores SANTOS (1986) que describe y analiza los conceptos de lugar, AUGÉ (1994) que añade la idea de lugar a las discusiones sobre no lugar y también la perspectiva de MAINGUENAU (2004). Para el desarrollo de la investigación, hicimos una investigación documental a través del sitio e-MEC buscando las instituciones de enseñanza superior de Turismo en Fortaleza. Para la delimitación del universo de la investigación se seleccionaron sólo los cursos de graduación presenciales en Turismo (bachillerato y tecnológico) que tenían alumnos en fase de conclusión del curso, lo que totalizó 6 IES. Para la recolección de datos, utilizamos el cuestionario disponible en la plataforma de Google Formularios que fue enviado a los coordinadores de los cursos y éstos encaminaron a los alumnos. Así, obtuvimos 26 cuestionarios analizados a través de la categorización y del análisis de contenido propuestos por BARDIN (2009). También se analizaron los PPCs (Proyectos Pedagógicos del Cursos) y las matrices curriculares de las IES seleccionadas, documentos estos, que obtuvimos en los sitios de las IES ya través de contacto con los coordinadores de los cursos. Como resultados de la investigación constatamos que los alumnos concluyentes de los cursos de graduación de Turismo de Fortaleza, en su mayoría jóvenes y provenientes de barrios periféricos de Fortaleza, poseen una definición parcial acerca de Turismo y atribuyen a los profesores, a los materiales utilizados y las experiencias teórico- prácticas las medidas para sus definiciones. En cuanto a los currículos, éstos son generalistas y divergentes, no atendiendo a las demandas del mercado, como el dominio de la lengua extranjera y habilidades interpersonales.

**Palabras clave:** Paratopia. Definiciones de Turismo. Currículo. Formación profesional.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1 –</b>	<b>Tipos de localidades turísticas adequadas aos fatores determinantes de escolha .....</b>	<b>47</b>
<b>Quadro 2 –</b>	<b>Segmentos em Turismo segundo bases de segmentação.</b>	<b>55</b>
<b>Quadro 3 –</b>	<b>Cronologia de abertura de alguns cursos de Turismo no Brasil .....</b>	<b>62</b>
<b>Quadro 4 –</b>	<b>Definições de Turismo por alunos das IES.....</b>	<b>84</b>
<b>Quadro 5 –</b>	<b>Contribuição das IES para a formação das definições de Turismo .....</b>	<b>93</b>
<b>Quadro 6 –</b>	<b>Tempo médio de formação .....</b>	<b>104</b>
<b>Quadro 7 –</b>	<b>Perfil do egresso das IES dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>105</b>
<b>Quadro 8 –</b>	<b>Área de atuação conforme PPCs dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>107</b>
<b>Quadro 9 –</b>	<b>Estrutura curricular das IES dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>109</b>
<b>Quadro 10 –</b>	<b>Disciplinas semelhantes nas matrizes curriculares dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>110</b>
<b>Quadro 11 –</b>	<b>Disciplinas divergentes por IES .....</b>	<b>111</b>
<b>Quadro 12 –</b>	<b>Disciplinas exclusivas por IES .....</b>	<b>114</b>

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AC	Análise de conteúdo
AD	Análise do discurso
BIRD	Banco Interamericano de desenvolvimento
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
ECA/USP	Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
FD	Formação discursiva
IES	Instituições de ensino superior
LDB	Lei de diretrizes e bases da educação
MEC	Ministério da Educação
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais
PNE	Plano Nacional de Educação
PNQT	Plano Nacional de Qualificação para o Turismo
PPC	Projeto pedagógico do curso
QNP	Quadro norteador da pesquisa
SESC	Serviço Social do Comércio
SESu	Secretaria de Educação Superior
TCC	Trabalho de conclusão de curso
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 – Criação do conhecimento em Turismo na visão de John Tribe adaptado por Lohmann e Panosso (2012) .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 2 – Modelo de escolha do consumidor de turismo de Schmöl (1977) .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 3 – Modelo de Leiper (1990) para um sistema de turístico .....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 4 – Serviços turísticos cadastrados no Ministério do Turismo .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 5 – Mapa de localização das IES de Fortaleza .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 6 – Mapa de localização da moradia dos alunos .....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 7 – Mapa de localização dos bairros de residência dos alunos moradores de Fortaleza .....</b>	<b>102</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 –</b>	<b>Número de questionários recebidos por IES .....</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico 2 –</b>	<b>Modalidade de ensino das IES pesquisadas .....</b>	<b>83</b>
<b>Gráfico 3 –</b>	<b>Categorias temáticas – palavras/temas sobre as definições de Turismo .....</b>	<b>87</b>
<b>Gráfico 4 –</b>	<b>Aspectos da relação Turismo – Fortaleza .....</b>	<b>88</b>
<b>Gráfico 5 –</b>	<b>Alunos que trabalham no Turismo .....</b>	<b>96</b>
<b>Gráfico 6 –</b>	<b>Segmentos em que trabalham os alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>97</b>
<b>Gráfico 7 –</b>	<b>Faixa etária dos alunos concluintes dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>99</b>
<b>Gráfico 8 –</b>	<b>Residência dos alunos dos cursos de ensino superior em Turismo de Fortaleza .....</b>	<b>101</b>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
<b>2</b>	<b>DEFINIÇÕES DE LUGAR E NÃO LUGAR APLICADAS AO TURISMO.</b>	20
2.1	CONCEITO DE LUGAR .....	20
2.1.1	<b>Conceito de lugar de Milton Santos</b> .....	21
2.1.2	<b>Discussões sobre o conceito de não-lugar de Mark Augé</b> .....	26
2.1.3	<b>A paratopia de Dominique Maingueneau e sua relação com o conceito de lugar</b> .....	32
<b>3</b>	<b>DEFINIÇÕES DE TURISMO</b> .....	36
3.1	AS DIFERENTES DEFINIÇÕES DE TURISMO .....	37
3.2	DEFINIÇÕES DE DESTINO TURÍSTICO .....	46
3.3	O QUE CABE NO TURISMO? .....	52
<b>4</b>	<b>FORMAÇÃO EM TURISMO</b> .....	57
4.1	HISTÓRICO DOS CURSOS DE ENSINO SUPERIOR DE TURISMO.....	58
4.2	DIRETRIZES DO MEC PARA OS CURSOS DE ENSINO SUPERIOR DE TURISMO .....	65
4.3	CURRÍCULOS DOS CURSOS DE TURISMO .....	70
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	75
5.1	MÉTODO DE ABORDAGEM .....	75
5.2	MÉTODO DE PROCEDIMENTOS .....	75
5.2.1	<b>Tipo de pesquisa</b> .....	75
5.2.2	<b>Delimitação do universo</b> .....	78
5.2.3	<b>Procedimentos e instrumentos para coleta de dados</b> .....	79
5.2.4	<b>Descrição da análise dos dados</b> .....	80
<b>6</b>	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	82
6.1	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS QUESTIONÁRIOS .....	82
6.2	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS PPCS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM TURISMO DE FORTALEZA .....	104
6.3	ANÁLISE DAS MATRIZES CURRICULARES DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM TURISMO DE FORTALEZA .....	109
<b>7</b>	<b>CONCLUSÕES</b> .....	115
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	119

<b>ANEXOS</b> .....	128
ANEXO A – QUADRO NORTEADOR DA PESQUISA	
ANEXO B – ESTUDO DOCUMENTAL	
ANEXO C – CATEGORIZAÇÃO DOS CURSOS	
ANEXO D – DELIMITAÇÃO DO UNIVERSO DA PESQUISA	
ANEXO E – QUESTIONÁRIO	
ANEXO F – <i>PRINTS</i> DO GOOGLE FORMULÁRIOS	

## 1 INTRODUÇÃO

O interesse em estudar o tema proposto teve início ao término da graduação ao observar que parte dos alunos que terminavam o curso não foram absorvidos pelo mercado de trabalho, sendo muitas vezes, obrigados a investir em uma segunda graduação e, portando, a migrarem para outro mercado que não o do Turismo. A partir desta perspectiva, encontramos como problema, as lacunas na formação acadêmica e profissional dos estudantes de Turismo que saem das faculdades e cursos técnicos sem um devido preparo para enfrentar um mercado cada vez mais competitivo.

Uma destas lacunas da formação acadêmica perpassa a discussão epistemológica acerca da definição do que vem a ser o Turismo, quais as formas de fazê-lo e quem é o turista e quais motivações o levam a se deslocar de seu lugar para outro. Nesta questão, encontramos um embate entre os teóricos e estudiosos da área que não entram em consenso sobre a definição de Turismo, até mesmo por que ele está atrelado a diversas áreas de conhecimento e pode ser estudado por cada uma delas.

Como a área está interligada e entrelaçada a outras disciplinas, não há como se chegar a uma única conclusão, mas há várias definições que enriquecem a percepção sobre o Turismo. Isso porque ele é esta prática humana que vive a experiência de deslocamento de seu lugar de residência para outro, assim, não seria possível construir o fenômeno turístico, mas sim compreendê-lo.

O que é comum entre essas maneiras de compreender o Turismo é que ele é uma atividade que pressupõe deslocamentos e para que eles ocorram faz-se necessária a criação de mecanismos que estimulem o consumidor (turista) a sair de seu local habitual e refugiar-se em um local que lhe tenha despertado o interesse de conhecer. Ou seja, o Turismo é uma das atividades que mais utiliza a imagem para se promover e atrair turistas, pois o turista, antes de comprar um lugar, para desfrutar de suas férias, por exemplo, “compra” uma imagem, um sonho ou um desejo.

Nesta tentativa de atração do turista, percebemos a busca pela qualificação profissional que levou a abertura de vários cursos de formação na cidade de Fortaleza, ministrados tanto em instituições públicas quanto privadas,

sejam eles bacharelados, tecnológicos ou técnicos.

Novos formatos educacionais do Turismo foram e ainda têm sido pensados, decorrentes de alterações exigidas pelo mercado de trabalho e pela sociedade advindos, principalmente, por causa das novas tecnologias, o que remete a um novo contexto mundial e nacional. Assim, abriram-se possibilidades de mercado para a criação de inúmeros novos cursos ofertados em todo o país.

Esta qualificação tem início nas instituições de ensino e possui um caráter contínuo, multidisciplinar e transversal que perpassa a formação profissional, através de cursos, pesquisas, observações e eventos diversos e que, posteriormente, exige a certificação comprovada por meio de conhecimentos e habilidades exercidas no mercado de trabalho.

Por ser o Turismo complexo e multidisciplinar é possível estudá-lo de várias maneiras e relacioná-lo com as mais variadas disciplinas e áreas de conhecimento, desta forma, o estudante da área, seja ele técnico, tecnólogo ou bacharel, acaba por passar por um currículo também multifacetado, o que daria ao estudante uma noção geral e ampla sobre os diversos setores da cadeia produtiva do Turismo.

Graças à revolução tecnológica e científica e, também, à revolução industrial e à globalização, o mundo tem passado por um período de constantes inovações tecnológicas e mudanças no estilo de vida e tudo isso promove mudanças econômicas, sociais, culturais e até mesmo políticas, o que influencia diretamente o modo de vida, as exigências do mercado e, portanto, os planos educacionais, tanto da educação básica quanto do ensino superior.

Atento a estas novas necessidades, o Turismo também tem necessidade de se modificar para atender a estas demandas do mercado e, portanto, os alunos egressos dos cursos de formação em Turismo também precisam acompanhar as mudanças impostas pelo mundo globalizado e tecnológico. Mudanças estas que precisam estar sinalizadas nas matrizes curriculares dos cursos de formação e que influencia diretamente na composição do profissional que adentrará ao mercado.

Pensando nesta formação profissional recebida através da instituição de ensino e considerando que a definição de Turismo que o aluno leva para o mercado influenciam diretamente no tipo de profissional que ele será, e refletindo sobre o ensino universitário de Turismo de BARRETO (2004) chegamos aos pressupostos

desta pesquisa.

O primeiro pressuposto para o desenvolvimento do tema é que o aluno egresso do curso de Turismo não tem uma definição clara sobre o que é o Turismo, quem é o turista e que lugar é esse que recebe a nomenclatura de destino turístico. Este aluno teria uma visão superficial sobre o que faz um destino se tornar turístico e não tem bem definidas quais características este destino deveria possuir para ser considerado como tal.

Um segundo pressuposto é que em sua maioria, os alunos ingressaram no curso de Turismo pensando na possibilidade de viajar e não de promover viagens e devido a este fato, muitas vezes saíam da faculdade sem ter feito nenhum estágio ou ter trabalhado em algum setor da cadeia produtiva do turismo, ou seja, alguma atividade ou segmento interligado ao setor do Turismo, desta maneira, saindo absorto de conhecimentos teóricos e pouca prática, mesmo nos cursos que se intitulam tecnológicos.

E como terceiro pressuposto, os currículos das instituições de ensino de Turismo não apresentariam de maneira clara as definições mais atuais acerca da noção de turismo e não os formaria de maneira prática para exercerem a atividade no mercado de trabalho. Conhecer a definição de Turismo é o ponto de partida para que os alunos entendam a atividade e possam corroborar para a sua gestão.

A compreensão da definição de Turismo que é apresentada pelos currículos da década de 2016 parece ser limitada e antiquada, ou seja, ainda apresentada da mesma maneira quando do início da atividade sem ser relacionada aos recentes estudos epistemológicos do Turismo, não preparando seus profissionais para o mundo tecnológico e informatizado da corrente década. Além disso, o aluno parece também negligenciar os eixos do turismo e o que traz como consequências negativas para o local, vendo nos cursos apenas a visão romântica de que ele é a solução para o desenvolvimento da cidade, saindo da instituição sem conhecimentos para se tornar um empreendedor na área.

A partir do exposto e pensando na qualificação profissional destes formandos que ingressam todos os dias no mercado de trabalho turístico de Fortaleza, chegamos às questões desta pesquisa.

Nosso primeiro questionamento é sobre qual seria a definição de Turismo dos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza. Além disso, qual o

perfil do aluno egresso dos cursos de Turismo de Fortaleza e também, em que aspectos os currículos das instituições de ensino do Turismo de Fortaleza atendem às demandas exigidas pelo mercado de trabalho. Parte das respostas para esta última pergunta já foram respondidas em recente dissertação de Pompeu (2017) e as adotaremos como respostas.

O objetivo geral desta pesquisa é, portanto, identificar a definição de Turismo na visão dos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza e a relação das definições com os currículos e PPCs de suas instituições na busca de compreender se a definição de Turismo dos alunos corresponde com perfil do egresso idealizado pelas IES (Instituições de Ensino Superior) com seus programas curriculares.

Como primeiro objetivo específico, queremos descrever as definições de Turismo existentes na bibliografia acerca do Turismo e comparar com as correntes de Turismo apresentadas pelos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza.

Como segundo objetivo específico, queremos descrever o perfil socioeconômico dos alunos egressos dos cursos de Turismo de Fortaleza, identificando em que instituições têm se formado, quais modalidades de ensino têm cursado, quanto tempo levam entre o ingresso e a formatura, se possuem ou não experiência antes de deixar a instituição de ensino e que experiências desenvolvem no setor.

E como terceiro objetivo específico, analisar os projetos pedagógicos dos cursos (PPCs) das instituições de ensino de Turismo em Fortaleza, assim como, analisar as propostas curriculares dos cursos com vistas a identificar onde estão as lacunas e em que precisam ser aperfeiçoadas para atender as demandas do mercado de trabalho turístico.

Para embasar a discussão desta pesquisa, faremos, primeiramente, uma viagem pelos conceitos de lugar, não-lugar e paratopia através dos olhares de Santos (1986), Augé (1994) e Mainguenu (2004). Respectivamente, faremos um apanhado sobre as definições de Turismo de Trigo (1998), Andrade (1999), Barreto (2003) e Lohmann e Panosso (2012) e nossa última parada, mas não o fim da viagem na história, nas diretrizes e nos currículos dos cursos de Turismo.

## 2 DEFINIÇÕES DE LUGAR E NÃO LUGAR APLICADAS AO TURISMO

“Os lugares são, pois, o mundo, que eles reproduzem de modos específicos, individuais, diversos. Eles são singulares, mas são também globais, manifestações da totalidade-mundo, da qual são formas particulares”.

(SANTOS, 2004, p. 55).

Por ser estudado através de vários vieses e através de várias áreas do conhecimento, torna-se cada vez mais difícil encontrar uma única definição de Turismo, pois são vários os autores que se aventuram nesta tentativa e para aqueles que estão ingressando na área pode ser ainda confusa a ideia de lugar, do *marketing* que é feito sobre este lugar e como este se torna turístico.

A definição de Turismo se faz necessária tanto do ponto de vista de sua compreensão quanto do ponto de vista do entendimento de seu funcionamento para assim oferecer o melhor serviço para quem consome o lugar. Desta forma, Milton Santos (1986) toma posição de destaque neste trabalho, devido a sua importância como geógrafo que não se limitou ao caráter descritivo, que deu referência humana à Geografia e que influenciou tantos outros estudos na área.

Moesch (2002) relaciona Turismo, comunicação e cultura ao lugar, sublinhando que antes de ser um fenômeno econômico, o turismo é uma experiência social que envolve pessoas que se deslocam no tempo e no espaço em busca de prazer e diversão que atendam não apenas as suas necessidades físicas imediatas, mas também aos seus imaginários.

### 2.1 CONCEITO DE LUGAR

O conceito de lugar tem abordagens diferenciadas, mas advém primeiramente dos estudos da geografia física, tanto o é, que está intrinsecamente relacionado aos conceitos de espaço e território.

Há vários autores que fazem o conceito de lugar e, por este motivo, faremos inicialmente um apanhado geral destes autores, para, posteriormente, nos aprofundarmos nos conceitos de Milton Santos.

Assim, a primeira ideia de lugar se restringia apenas à lógica da

localização, ou seja, às coordenadas identificadas em um mapa. De acordo com o dicionário Aurélio (2010), lugar é a parte delimitada de um espaço, sinônimo de local, sítio ou região, é o local onde se está ou se deveria estar e é um posto, uma posição ou um ponto.

Na Geografia, estes conceitos de lugar, local, espaço são todos distintos entre si. De acordo com Castro, Gomes e Corrêa (2000) esta expressão denominada de espaço geográfico ou espaço, aparece, é ora associada a uma porção específica da superfície terrestre identificada, seja pela natureza, seja por um modo particular como o homem ali imprimiu as suas marcas, ora como referência à simples localização. Adicionado a este fato, a palavra espaço tem seu uso associado de forma indiscriminada a diferentes escalas, sejam elas: global, continental, regional, da cidade, do bairro, da rua, da casa ou e de um cômodo no seu interior.

Hoje todos estes conceitos têm relação com a ação humana e, relacionado ao turismo, este espaço geográfico é objeto de venda através dos mais diversos segmentos com o objetivo de satisfazer desejos e promover experiências.

Na década de 70, a Geografia sofreu uma reviravolta e, desta forma, surgiu a geografia crítica fundada nos ideais do materialismo histórico e na dialética e a definição de espaço tomou um novo rumo nos estudos de Lefébvre (1969) que passou a definir o espaço não como um produto qualquer, um objeto ou uma soma de objetos, uma coisa ou uma coleção de coisas, uma mercadoria ou um conjunto de mercadorias, não como um simples instrumento, mas como o mais importante de todos os instrumentos, o pressuposto de toda produção e de todo intercâmbio (CASTRO; GOMES; CORRÊA, 2000). Assim, o espaço estaria essencialmente vinculado a reprodução das relações sociais de produção. Os ideais de Lefébvre (1969) e antes dele, Aristóteles, serviram de base para as discussões e análises de Milton Santos.

### **2.1.1 Conceito de lugar de Milton Santos**

Um dos conceitos mais antigos acerca de lugar é atribuído a Aristóteles e é descrito no livro IV de Física do autor, sendo sua maior discussão sobre o lugar natural das coisas, ou seja, todo corpo que tem capacidade de locomoção está em algum lugar e há um lugar para cada corpo. São características de lugar, segundo

Aristóteles: a) Lugar é aquilo que imediatamente contém o ser contido, b) Lugar não faz parte do ser contido, c) Lugar não é maior nem menor que o ser contido e d) Lugar pode ser deixado pelo ser contido e dele também é separável.

Estas descrições acerca de lugar serviram de referência para que Santos (1986), baseado no conceito de espaço, também fizesse suas propostas sobre o conceito de lugar:

Lugar é, antes de tudo, uma porção da face da Terra identificada por um nome. Aquilo que torna o “lugar” específico um objeto material ou um corpo. Uma análise simples mostra que um “lugar” é também um grupo de objetos materiais. Mas, se de um ponto de vista puramente psicológico, o conceito de lugar nos é imposto antes do conceito de espaço, do ponto de vista teórico e epistemológico, o conceito de espaço precede o conceito de lugar” (SANTOS, 1986, p. 121).

Para se chegar a ideia de lugar, portanto, Santos (1986) faz também referência a outros conceitos pertinentes à Geografia, entre eles a noção de espaço geográfico. Para o referido autor, este espaço ganhou novas definições com o advento da globalização e o relaciona com o conceito de território também definido, a posteriori, por Coriolano (2005, p. 25) como “o espaço de relações e disputas de poder, entre os que detém o capital e os que vendem sua força de trabalho”.

No mundo globalizado, em que os mais poderosos destinam para si os melhores territórios e deixam para os demais o restante, o espaço geográfico revelaria a história e seus atores através de seus espaços compartimentados que diminuem as diferenças e pacifica as oposições adaptando-se a ideia de renovação através do tempo e das técnicas. Santos (2004) define, então, território como o chão agregado à população.

Desta forma, território é a identidade, o fato e o sentimento de pertencimento, entendendo território como espaço utilizado por uma determinada população que rege as manifestações sociais. Há relações conflituosas e constantes entre compartimentação do território do passado e do presente e entre competitividade e solidariedade e “o espaço geográfico não apenas revela o transcurso da história como indica a seus atores o modo de nela intervir de maneira consciente (SANTOS, 2004, p. 39). O Turismo se utiliza destes territórios e também participa e influencia estas manifestações sociais.

A produção do espaço, conforme Carlos (2007), realiza-se no plano do

cotidiano e aparece nas formas de apropriação, utilização e ocupação de um determinado lugar, num momento específico e pelo uso como produto da divisão social e técnica do trabalho que produz uma forma espacial fragmentada e hierarquizada. Uma vez que cada sujeito se situa num espaço, o lugar permite pensar, viver, habitar, trabalhar, praticar o lazer enquanto situações vividas, revelando, desta maneira, os conflitos do mundo moderno, ou seja, as relações e disputas de poder comentadas por Coriolano (2005).

Na visão humanística da Geografia, espaço seria então um conjunto de relações testemunhadas pela história do presente e do passado, seria uma representatividade das relações sociais que se apresentam através de processos e funções (SANTOS, 1986).

Mas, com o advento da globalização, os lugares seriam o mundo que eles próprios reproduzem, eles seriam únicos, mas ao mesmo tempo globais e o cidadão não quer mais ser local, mas sim, global, um “cidadão do mundo”. O grande responsável por isso seria o acesso fácil e rápido à informação, pois “a instantaneidade da informação globalizada aproxima os lugares, torna possível uma tomada de conhecimento imediata de acontecimentos simultâneos e cria entre lugares e acontecimentos uma relação unitária na escala do mundo” (SANTOS, 2008, p. 24).

Esta evolução das comunicações, fruto da globalização e dos grandes adventos da tecnologia, diminuem as distâncias tornando o fluxo de informações contínuo e ininterrupto. Com isso, cada vez mais, o local se constitui na sua relação com o mundial, se tornando evidente que o lugar se define, inicialmente, como a identidade histórica que liga o homem ao local onde se processa a vida, cada vez mais, influenciada, determinada, ou mesmo ameaçada, pelas relações do lugar com um espaço mais amplo, mais mundial (CARLOS, 2007).

Complementando o dito acima, “o espaço se globaliza, mas não é mundial como um todo, senão como metáfora. Todos os lugares são mundiais, mas não há espaço mundial. Quem se globaliza mesmo são as pessoas e os lugares” (SANTOS, 2008, p. 13).

O mundo oferece, desta maneira, as possibilidades e o lugar oferece o encontro de todas estas possibilidades, então, quanto mais o mundo se afirma em um determinado lugar, mas este lugar se tornaria único. Na linguagem do Turismo,

este lugar, também chamado de destino turístico, é único na visão e na experiência de cada consumidor do lugar que tanto pode ser o residente quanto o turista.

Na ânsia pelo descobrimento das possibilidades que o mundo oferece, hoje, o que se tornou regra foi a mobilidade, o trânsito entre os lugares, o movimento que se contrapõe ao repouso e esta circulação cria novas formas de produção e novas técnicas que também podem gerar o que Milton Santos chama de desterritorialização e desculturização. Mesmo assim, contrariamente, apesar deste movimento, as pessoas ainda residem mesmo que no território de outro ou na cultura de outro, ou seja, “o homem mora talvez menos, ou mora muito menos tempo, mas ele mora: mesmo que ele seja desempregado ou migrante” (SANTOS, 2006, p. 222).

Santos (2006) ainda diferencia lugares simples e lugares globais complexos. Lugares simples são aqueles pouco atingidos pela modernidade e os lugares complexos são geralmente as metrópoles onde se encontram os vários recursos da nação, onde “há todos os trabalhos, técnicas e formas de organização, lugares onde até os fracos podem subsistir” (SANTOS, 2006, p. 218).

Assim, para Milton Santos, o papel do lugar seria determinante, não apenas como um cenário de vida, mas também como espaço habitado, de vida, onde as experiências se renovam, onde há a herança do passado, a indagação sobre o presente e também a expectativa sobre um futuro.

Milton Santos ainda faz uma diferenciação entre localização e lugar. Desta maneira, localização seria diferente de lugar, pois “el lugar puede ser el mismo, las localizaciones cambiam. El lugar es un objeto o conjunto de objetos. La localización es un haz de fuerzas sociales ejerciéndose en un lugar” (SANTOS, 1986, p. 6). A localização seria parte do lugar.<sup>1</sup>

É preciso lembrar ainda os conceitos de Milton Santos relacionados a espaço, técnica e tempo, através do qual o autor afirma que cada lugar possui um determinada técnica em determinado tempo e com o passar do tempo as técnicas de cada lugar mudam, isto porque cada lugar sofre mudanças para atender as necessidades dos seus residentes. Atendendo as necessidades dos residentes, consequentemente, se atingem muitas vezes, as necessidades dos turistas.

---

<sup>1</sup> o lugar pode ser o mesmo, as localizações mudam. O lugar é um objeto ou conjunto de objetos. A localização é uma base de forças sociais exercendo-se em um lugar. (Tradução livre)

O que há num determinado lugar é a operação simultânea de várias técnicas, por exemplo, técnicas agrícolas, industriais, de transporte, comércio ou *marketing*, técnicas que são diferentes segundo os produtos e qualitativamente diferentes para um mesmo produto, segundo as respectivas formas de produção. Essas técnicas particulares, essas "técnicas industriais", são manejadas por grupos sociais portadores de técnicas socioculturais diversas e se dão sobre um território que, ele próprio, em sua constituição material, é diverso, do ponto de vista técnico. São todas essas técnicas, incluindo as técnicas da vida, que nos dão a estrutura de um lugar (SANTOS, 2006, p. 36).

Resumidamente, lugar é onde se encontram as identidades pessoais e seus valores juntamente com as formas de se perceber o espaço. Está relacionado intrinsecamente com os laços afetivos e com as pessoas que nele habitam. O lugar tem, portanto, um significado diferente para cada pessoa que interage com ele, para quem tem com ele o sentimento de pertencimento, mas também é um intermédio entre o mundo e o indivíduo.

O profissional do turismo precisa ter claro que a definição de turismo leva em consideração não apenas o uso do lugar para lazer ou negócios, mas também que este lugar fica marcado na memória do turista que vive também a experiência no lugar e do residente que influencia e também vive a experiência proporcionada pelo turismo.

O lugar é o quadro de uma referência ao mundo, do qual lhe vêm solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também cenário das paixões humanas, responsáveis, através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade (SANTOS, 2006).

Carlos (1999) também dá sua colaboração ao conceito de lugar:

O lugar é, em sua essência, produção humana, visto que se reproduz na relação entre espaço e sociedade, o que significa criação, estabelecimento de uma identidade entre comunidade e lugar, identidade essa que se dá por meio de formas de apropriação para a vida. O lugar é produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade. Aí o homem se reconhece porque aí vive. O sujeito pertence ao lugar como este a ele, pois a produção do lugar se liga indissociavelmente à produção da vida (CARLOS, 1999, p. 28).

O conceito de lugar se interliga então ao estudo do turismo por este viés da migração de lugar do mundo para outro lugar que contém parte do mundo. Um

lugar novo, onde a pessoa busca aprender ou reaprender o que aprendeu no “seu” lugar de origem. Este novo ambiente lhe proporciona uma nova ideia de território e uma nova cultura o mudam através de novas experiências e novas descobertas, “essa proibição do repouso, essa urgência, esse estado de alerta exigem da consciência um ânimo, uma disposição, uma força renovadora” (SANTOS, 2006, p. 223). Os indivíduos deixam o seu lugar em busca de outros lugares, entram em movimento, mas retornam para o repouso e o aconchego do “seu” lugar, onde estão os seus, mas nunca retornam da mesma forma, pois o lugar novo o obriga a um novo aprendizado e a uma nova reformulação (SANTOS, 2006).

No referente ao turismo, este espaço, este destino é objeto de venda e de consumo para estas pessoas que buscam o movimento, público este, cada vez mais segmentado, de acordo com Coriolano e Vasconcelos (2012). Esta forma de consumo do espaço e do tempo busca satisfazer desejos e necessidades que o modelo capitalista impõe, tudo através das viagens. Desta maneira, os egressos dos cursos de Turismo devem estar atentos a estes novos modelos e estes conhecimentos lhe são repassados inicialmente através da posição filosófica de cada instituição acerca da definição de Turismo que estas instituições imprimem no perfil do egresso.

### **2.1.2 Discussões sobre o conceito de não-lugar de Mark Augé**

Além das discussões sobre o lugar que será consumido pelo turista, o profissional de turismo precisa estar atento também às discussões antropológicas e sociológicas do não-lugar. Para alguns estudiosos, os conceitos de lugar e não-lugar são opostos, para outros, os dois conceitos se complementam. O fato é que no turismo os dois “lugares” existem e são utilizados pelos residentes e pelos turistas, sendo o grande precursor desta discussão, em uma visão antropológica, Mark Augé (1994).

Mark Augé (1994) inicia sua discussão sobre o conceito de não-lugar relembrando a importância dos estudos da antropologia sobre o passado e o presente da história de um indivíduo tentando entender o mundo. Em sua teoria, há três figuras que representam o excesso do mundo contemporâneo e que estão intrinsecamente relacionados ao conceito de não-lugar: o tempo, o espaço e o ego.

Os três fazem parte do excesso característico da “supermodernidade”. Esta supermodernidade é o que desencadeia a proliferação de não-lugares, pois ela impõe novas experiências e vivências de solidão à individualidade.

A primeira figura, o tempo, estaria relacionada a ideia que fazemos do tempo, nossa percepção sobre ele e o que fazemos dele. O mundo em determinado ponto da história faz sentido para aqueles que viveram os fatos, mas não muito sentido para aqueles só ouviram falar.

O que é novo, não é que o mundo não tenha ou tenha pouco ou menos sentido, é que sentíamos explícita e intensamente a necessidade diária de dar ao mundo um sentido. Essa necessidade de dar um sentido ao presente, senão ao passado, é o resgate da superabundância factual que corresponde a uma situação que poderíamos chamar de “supermodernidade” para dar conta de sua modalidade essencial que é o excesso (AUGÉ, 1994).

A segunda figura, o espaço, relacionado ao conceito de não-lugar, traz a análise de que as medidas e escalas do mundo tomaram novas dimensões, as referências de longe e perto também mudaram devido aos avanços tecnológicos de transporte e comunicação. Precisaríamos, então, reaprender a olhar para mundo e reaprender a pensar o espaço. A partir daí, o autor traz sua primeira definição para não-lugar.

Os não-lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos) quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde são estacionados os refugiados do planeta (AUGÉ, 1994, p. 36).

Quanto a terceira figura, o ego ou indivíduo aparece como uma representação do vínculo social, onde interagem o tempo e o espaço. Nesta figura, o autor abre a discussão sobre o individual e o coletivo, pois a pessoa tentaria através do tempo criar um espaço, um mundo para si, o indivíduo que pretende interpretar as informações para si mesmo. Ou seja, “a experiência do fato social é duplamente concreta (e duplamente completa): experiência de uma sociedade precisamente localizada no tempo e no espaço, mas também de um indivíduo qualquer dessa sociedade” (AUGÉ, 1994, p. 25).

O lugar, chamado de “lugar antropológico” em oposição aos não-lugares

seriam as construções concretas e simbólicas do espaço e que possuem três características comuns, pois eles se pretendem como identitários, relacionais e históricos que possuem percursos, discursos e uma linguagem que os caracterizam. Ou seja, o lugar de nascimento necessariamente o caracteriza com uma identidade individual e nele existe também uma identidade que é partilhada com outros indivíduos, portanto, além de única, também é relacional. E este lugar também passa, assim, a ser histórico a medida que o “habitante do lugar antropológico não faz história, vive na história” (AUGÉ, 1994, p. 53).

Entretanto, que os conceitos de lugar e de não-lugar são faces da mesma moeda. O não-lugar, estaria em constante tentativa de apagar o lugar para se fazer realizado e, por isso, se caracteriza por duas realidades: a de espaços construídos para certos fins (como transportes, espaços comerciais, espaços de lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com estes espaços (AUGÉ, 1994).

O profissional de turismo, enquanto planejador e estudioso da demanda e da oferta turística que cada destino disponibiliza, reconhece o lugar, que oferece a experiência ao visitante e ao residente e, também, os não-lugares que beneficiam e servem de atrativos e itens de comodidade para os turistas e que são itens de primeira necessidade para os residentes.

Augé (1994) traz ainda uma discussão sobre lugares que existem apenas no discursos, através das palavras que evocam. Acontece quando em uma viagem, por exemplo, as placas fazem explicações sobre determinado lugar, mas o viajante, não se sente obrigado a interagir com outros indivíduos, pois ali já teria as informações necessárias para dizer que conheceu ou visitou, o “viajante fica, de certo modo, dispensado de parar e até mesmo de olhar” (AUGÉ, 1994, p. 89). Este fato também acontece quando o indivíduo deixa de interagir com pessoas e passa a interagir apenas com aparatos tecnológicos implementados pela “supermodernidade”.

Sozinho, mas semelhante aos outros, o usuário do não-lugar está com este (ou com os poderes que o governam) em relação contratual. A existência desse contrato lhe é lembrada na oportunidade (o modo de uso do não-lugar é um dos elementos do contrato): a passagem que ele comprou, o cartão que deverá apresentar no pedágio, ou mesmo o carrinho que empurra nos corredores do supermercado são a marca mais ou menos forte desse contrato (AUGÉ, 1994, pp. 93-94).

Este espaço do não-lugar não cria identidade, apenas solidão e também não abre espaço para a história, apenas para construção de imagens de palavras criados por outro, mas sem identidade própria. No caso do turismo, o viajante apenas reproduz a fala de outro, por exemplo, o que ele leu em alguma placa, e, ou não constrói seu próprio texto sobre o lugar visitado, ou o constrói com base na experiência de outros. Inclusive, a viagem construiria uma imagem virtual e, não necessariamente, real e verdadeira sobre o olhar da paisagem. Conforme Augé (1994), estes espaços criados para os viajantes, onde estes são meros expectadores e não experienciadores, seriam apenas arquétipos do não-lugar.

Apesar da ânsia pelo não-lugar, o indivíduo deseja ainda mais o retorno para o “seu” lugar, o lugar de origem, onde estão suas raízes e mesmo este espaço da “supermodernidade” faz uma ligação entre o novo e antigo, onde os indivíduos são apenas “identificados, socializados e localizados na entrada e na saída” (AUGÉ, 1994) de seus destinos.

A transformação destes lugares em territórios fabricados, também chamados de espaços “espetacularizados” são espaços criados para a satisfação das necessidades do público da supermodernidade. A atividade turística, neste sentido, age como transformadora destes espaços, pois, de acordo com Coriolano e Vasconcelos (2014, p. 74) “consideram-se ‘territórios do espetáculo’ os espaços criados pelo modo de produção vigente, com exibição de luxo, do requinte, do consumo das mercadorias (coisas, divertimentos, lazer) levando à espetaculosidade da vida”.

Estes são espaços onde o turista é o expectador passivo do qual nos alertou Augé (1994) e que Carlos (1999) descreve como o sujeito que se entrega as manifestações e se entrega às suas próprias alienações e também a de outros. O olhar do indivíduo viaja através da paisagem sem notar nada efetivamente, sem observar, sem conhecer. São lugares sem cheiro, sem vida, imagens que se sucedem num fluxo de informações que se embaralham pelo excesso, pela diversidade, porque não são vividas, vivenciadas, vêm de fora para dentro, exteriorizam-se, pois o sujeito não se apropria (CARLOS, 1999). Este efeito é criado, principalmente, pelo turismo de massas, onde o turista visita, olha e conhece, mas sem a experiência propriamente dita de “viver” o lugar e interagir com os outros indivíduos.

Carlos (1990) traz à discussão sobre o conceito de lugar e não-lugar uma nova perspectiva, incluindo em sua análise a interferência da comunicação, da tecnologia e do mundo em redes, o que nos lembra da teoria de espaço, técnica e tempo de Milton Santos (1998), quando este atenta para o fato de que em cada tempo há uma nova técnica. Assim, a definição de lugar se amplia cada vez mais para a de uma rede de lugares, visto que em cada lugar há um pedaço do mundo. O lugar se apresenta como um “ponto de articulação” entre o mundo e o lugar em determinado momento.

Portanto, a análise do lugar envolve a ideia de uma construção, tecida por relações sociais que se realizam no plano do que foi experimentado, vivido, o que garante a constituição de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e pela cultura da civilização que produz a identidade do homem, ou seja, lugar, que no plano do vivido vincula-se ao conhecido e/ou reconhecido (CARLOS, 2007).

Há de se repensar, portanto, o lugar dentro das suas relações entre o espaço e o tempo no mundo moderno que é influenciado por diferentes técnicas. A aceleração do tempo provoca assim, novas condições históricas e novas relações sociais com os espaços. A ciência, a técnica e a informação entram em cena para definir as diferenças locais onde as regiões funcionam como peças de uma mesma engrenagem, compondo a máquina mundial (RODRIGUES, 1996). Assim, há de se repensar e incluir novos olhares também à ideia de não-lugares, perspectiva esta que está intrinsecamente ligada ao trabalho e a percepção de que os profissionais do turismo têm sobre a área.

O não-lugar não é, desta forma, uma oposição de lugar e sim um de seus aspectos, visto que há uma perspectiva referenciada no espaço geográfico como social e como mundial, ou seja, o processo de reprodução das relações sociais se realiza numa escala maior, a mundial.

Assim, o não-lugar não é a simples negação do lugar, mas uma outra coisa, produto de relações outras; diferencia-se do lugar pelo seu processo de constituição, é nesse caso produto da indústria turística que com sua atividade produz simulacros de lugares, através da não-identidade, mas não pára por aí, pois também se produzem *comportamentos* e *modos de apropriação* desses lugares (CARLOS, 2007, p. 67).

Portanto, a definição de lazer e de turismo, na sociedade moderna, como produto destas relações sociais e mundiais, muda de sentido, agora como uma nova

necessidade do ser humano, o que leva a produção de novos espaços e novas maneiras de utilização destes espaços para atender a esta necessidade, espaços estes, como lugares idealizados e sonhados.

O turismo seria um dos agentes da modificação destes espaços, pois ao vendê-los criaria uma não-identidade e, conseqüentemente, um não-lugar, pois “longe de se criar uma identidade produz-se mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida, dentro e fora da fábrica, dentro e fora do ambiente de trabalho, nos momentos de trabalho e de não-trabalho” (CARLOS, 2007, p. 64).

A globalização e o sistema de produção capitalista acaba por incitar a compra/utilização destes espaços, pois na sociedade do consumo, o que vale é mostrar, é o prazer de se fazer dono ou de mostrar aos outros o que se tem. Este indivíduo, dominado pela ideia do consumo, se separa dos outros no ideal de se fazer melhor, criando um novo individualismo, típico da “supermodernidade” de Augé (1994), que refletirá diretamente na falta de identificação com o lugar.

Esse individualismo moderno, na visão de Carlos (2007), ligado às orientações socioculturais e a crise da cidade, aponta para o fato de que as transformações do processo de reprodução do espaço urbano tendem a separar e dividir os habitantes na cidade em função das formas de apropriação determinadas pela existência da propriedade do solo urbano, apontando para uma segregação espacial, passível de ser observada na paisagem como produto da articulação entre uma hierarquia social e uma hierarquia espacial, que caracteriza os usos no espaço urbano. Essa delimitação separando a casa da rua, reduzindo o espaço público, apagando a vida nos bairros onde cada um se reconhecia, torna a cidade mais fria, anônima, funcional e institucionalizada. Todos estes elementos contribuem para a construção do individualismo moderno.

Contudo, mesmo com o crescimento deste individualismo, reflexo da sociedade atual, ainda surgem novos ou velhos espaços onde se mantém ou se renovam as características de um lugar, onde não se perdeu a identidade ou onde se criam novas identidades (CARLOS, 2007). As cidades seriam dicotômicas e oferecem dois contextos, o do individual e do social, assim, o que é apenas um local para alguns é lugar para outros, da mesma forma que o que é destino turístico para uns, é lar para outros.

### 2.1.3 A paratopia de Dominique Maingueneau e a sua relação com o conceito de lugar

As discussões sobre lugar e não-lugar, que trazem contribuições à definição de Turismo, também podem ser vistas sob a luz da linguística através dos estudos de Análise do Discurso (AD). Neste caso, recorremos a Dominique Maingueneau (2004) que discutiu os conceitos de lugar e não-lugar através da paratopia.

A paratopia é um conceito advindo dos estudos de AD, surgida em meio a Guerra Fria, e que nasceu como recurso metodológico para análise de discursos políticos. Com o passar dos anos, a AD se tornou ferramenta para análise de discursos e linguagem, filiando-se também a outras áreas, entre elas a Filologia, a Hermenêutica e a Teoria Literária, porém com outros pressupostos teóricos e outros métodos. De acordo com Maingueneau (1997) a AD é modificada de acordo com as referências em que se apoia, sejam elas relacionadas à psicologia, à história ou à lógica.

Contudo, os objetos que realmente interessam à AD têm correspondência ao que se chama de formação discursiva (FD), ou seja, um conjunto de regras históricas que, determinadas no tempo e no espaço, definiram em uma determinada época as condições de uma função enunciativa, “nesta perspectiva, não se trata de examinar um *corpus* como se tivesse sido produzido por um determinado sujeito, mas de considerar sua enunciação como o correlato de uma certa posição sócio-histórica na qual os enunciadores se revelam substituíveis” (MAINGUENEAU, 1997, p. 14).

A AD só tem destaque como disciplina na França a partir do discurso de encerramento do Colóquio de Lexicologia Política de Saint Cloud, por Jean Dubois em 1968 e pela publicação de “Análise automática do discurso” de Michel Pêcheux (1975). Ambos os autores emergiram no ideal de pensar o objeto do discurso e concomitantemente instrumentos para a sua análise.

Sucintamente, poder-se-á dizer que a AD de “primeira geração”, aquela dos anos 60 e início da década de 70, procurava essencialmente colocar em evidência as particularidades de formações discursivas (o discurso comunista, socialista, etc.) consideradas como espaços relativamente auto-suficientes, apreendidos a partir de seu vocabulário. A AD de segunda

geração, ligada às teorias enunciativas, pode ser lida como uma reação sistemática contra àquela que a precede (MAINGUENEAU, 1997, p. 21).

Ao abordar o conceito de paratopia, proveniente da análise de discursos literários, Maingueneau (1997) faz referência primeira ao processo de criação de um texto literário, para ele, os discursos que expressam uma coletividade e garantem a existência de outros gêneros do discurso são chamados de discursos constituintes. Estes, se propõem a ser discursos na “origem” e são validados por si mesmos.

A constituição dos discursos constituintes se faz através de duas dimensões indissociáveis, são elas:

- a *constituição* como ação de estabelecer legalmente, como processo mediante o qual o discurso se instaura regrado sua própria emergência no interdiscurso;
- os modos de organização, de coesão discursiva, a *constituição* no sentido de estruturação de elementos que compõem uma totalidade textual (MAINGUENEAU, 2016, p. 62).

Como base na fusão das duas dimensões, a elaboração de um texto coincide com o processo de legitimação que fazem os discursos constituintes estarem ancorados em um “Absoluto”, ou seja, eles devem estar ligados a uma fonte legitimadora, é neste aspecto que os discursos constituintes são por natureza paratópicos, “paradoxalmente, esse Absoluto que se supõe como exterior ao discurso para lhe conferir sua autoridade deve, de fato, ser construído por esse mesmo discurso para poder fundá-lo” (MAINGUENEAU, 2010, p. 159).

Paratopia se remete à noção de ocupação ou não de um espaço, e não se pode falar em discursos constituintes na ausência destes espaços em que se comparem os agentes e seus discursos com vias a esta legitimidade enunciativa. Discursos repletos de estruturas textuais que se propõem a serem globais apesar de serem elaborados em âmbito local por meio de grupos que os geram (bibliotecários, livrarias, editoras) e os que produzem (autores).

A paratopia pode manifestar-se em dois níveis. No nível do conjunto do discurso constituinte através do qual os discursos, sejam eles, religiosos, científicos ou filosóficos pertencem e não pertencem ao universo social e no nível de cada produtor de texto pertencente a um discurso constituinte que para estar de acordo com sua enunciação deve criar uma identidade que ao mesmo tempo pertença e não pertença à sociedade.

O produtor de discurso constituinte é, desse modo, alguém cuja enunciação se constrói por meio da impossibilidade mesma de atribuir para si um verdadeiro lugar, alguém que alimenta sua criação com o caráter radicalmente problemático de seu próprio pertencimento à sociedade. Por intermédio de sua fala, ele deve gerir uma posição insustentável, segundo as regras de uma economia paradoxal na qual se trata de, em um mesmo movimento, eliminar e preservar uma exclusão que é, simultaneamente, o conteúdo e o motor de sua criação (MAINGUENEAU, 2010, p. 161).

Nesta ideia, o autor do discurso precisa passar por um processo de não pertencimento a determinado lugar. Na verdade, não é a ausência do lugar, mas uma espécie de conflito do autor entre pertencer a um lugar e a um não-lugar, ideia que é aplicada ao turismo à medida que o turista também passa por este paradoxo quando sai do seu lugar, para um outro lugar que não é o seu.

Desta maneira, a paratopia assume diferentes formas dependendo da época em que sociedade perpassa, mas destaca-se por assumir faces diferenciadas de acordo com as fendas que são abertas na sociedade. Assim como o autor, o turista ou andarilho pode se identificar com os indivíduos de outros lugares ou não, e pode juntar-se a determinada sociedade que visita sem pertencer a ela.

Assim como Milton Santos (1998) traz a discussão da diferenciação dos espaços através do tempo e da técnica que é retomada também por Carlos (1999), Maingueneau (2016) analisa a escassez na restrição do tempo e do espaço devido ao avanço das tecnologias, entre elas a internet, pois através dela, consideráveis populações podem participar de dois espaços, passar todos os dias algumas horas comunicando-se no âmbito de modalidades que não recorrem à interação comum, oral ou escrita, aquela em que indivíduos socialmente identificáveis se comunicavam em espaços sujeitos a restrições temporais e espaciais.

O profissional do turismo deve entender que este sentimento de não pertencimento, característico da paratopia faz com que o turista viva experiências para além daquelas que vivencia ao estar no lugar, pois com o advento da tecnologia e da internet, não necessariamente o potencial turista precisa sair do seu lugar para conhecer um destino, mas esta mesma internet possibilita o querer viajar, a vontade de conhecer, de experimentar o lugar.

O fato é que toda paratopia envolve diretamente o paradoxo entre o pertencimento e o não pertencimento, independente da aparência que assuma, seja do indivíduo que está em um lugar que não é o seu ou daquele que vai de lugar em

lugar sem o objetivo de fixação ou daquele que não encontra um lugar.

Neste sentido, Maingueneau (2016) apresenta os tipos de paratopia: *Paratopia de identidade*, podendo ser ela familiar, sexual ou social, daqueles que não se acham pertencentes a determinado grupo; a *Paratopia espacial* para os que não se acham pertencentes a um lugar ou que nunca estão em seu lugar; a *Paratopia temporal* dos que acreditam que vivem na época errada e, por último, ele ainda inclui a *Paratopia linguística*, daqueles que não tem sentimento de pertença quanto a língua que fala.

Na análise aplicada ao turismo relacionamos a definição de turismo com a *Paratopia espacial* de Maingueneau (2016) da seguinte maneira:

A paratopia espacial é a de todos os exilados: meu lugar não é o meu lugar ou onde estou nunca é meu lugar. Suas duas grandes figuras são o nômade e o parasita, que trocam constantemente seus poderes. Pretexto para inúmeras obras e colóquios (...) ela pode tomar a forma daquele que se recorda de um país de origem ou do nômade, para quem a única origem possível é mítica. Pode ainda se manifestar como espaços que estão “na” sociedade oficial (por exemplo, um lugar secreto no centro da cidade grande...) (MAINGUENEAU, 2016, p. 110).

A atividade turística enquanto deslocamento de um lugar para outro perpassa esta ideia de paratopia na figura do residente que vê sua cidade sendo preparada e produzida para outros que não para si, pois quando da produção de um equipamento turístico, por exemplo, por mais, que os residentes usufruam, eles têm a percepção de que não foi criado para ele, ou então, como é típico em nossa sociedade, a preocupação com a infraestrutura que se responsabiliza primeiro pela ideia de receber mais turistas e muito pouco com quem mora no lugar.

O turista, como já colocado, também vivencia a ideia de paratopia ao se deslocar para um lugar que não é o seu, mas onde vivencia e experimenta, sempre fazendo analogias entre o seu lugar e o não-lugar o qual visita.

Então esta ideia de pertencimento e não pertencimento através ou não de um deslocamento com vias a uma permanência temporária, nos encaminha para a definição desta prática e necessidade gerada no ser humano de usufruir do seu tempo livre e de ócio que é o turismo em um lugar que não é o seu.

### **3 DEFINIÇÕES DE TURISMO**

“Desde que a Lua deixou de ser apenas objeto de reflexões românticas e de inspirações poéticas, a Terra passou a ser considerada pequena, a ponto de apressar os homens a conhecê-la com maior rapidez”.

(ANDRADE, 1999, p. 29).

Na discussão sobre as concepções de lugar, não-lugar e paratopia, analisados no Capítulo 2 deste trabalho, chegamos então à aplicabilidade destes conceitos à área do Turismo e, para isso, discutiremos a seguir as definições de turismo e deste lugar e/ou não-lugar que é utilizado como destino turístico.

É necessário lembrar, primeiramente, que os primeiros pensamentos relacionados à área de Turismo tiveram início com o final da 2ª Guerra Mundial quando os países socialistas e capitalistas começaram a se estabilizar e passaram a relacionar o trabalho ao lazer como forma de criação de um mercado de consumo com vias a lucros aos grandes empresários (RODRIGUES, 1996).

O primeiro deslocamento de um lugar para outro caracterizado indiretamente como atividade turística aconteceu na Inglaterra da década de 1840 e foi realizado por Thomas Cook que realizou uma excursão de trem entre duas cidades com o objetivo de protestar contra o consumo de álcool (ANDRADE, 1999). Através deste primeiro evento, após intensificar suas relações com a cidade de Midland, Cook propiciou atividades de lazer para os membros de sua igreja e, posteriormente, começou a vender os assentos ociosos nos trens para atividades de não-trabalho. A partir de sua iniciativa, originou-se a primeira agência de viagens, o primeiro guia de turismo e, posteriormente, o primeiro guia turístico, todos atribuídos à imagem de Cook (CAMARGO, 2001a).

Desta forma, dentro do modo de produção capitalista, a partir dos conflitos entre empresários e trabalhadores, se modifica e começa a ser internalizado na mente dos operários que eles necessitam de lazer e que a prática do ócio é uma oportunidade de recuperação das forças de trabalho.

Lembremos que neste período do capitalismo industrial, havia um conflito entre os empresários industriais que compravam a força de trabalho do proletariado. As jornadas de trabalho duravam mais de 15 horas diárias e os trabalhadores começaram a se organizar em sindicatos na busca de melhores condições de trabalho. Os conflitos dos trabalhadores aliados ao desenvolvimento da tecnologia e

das descobertas científicas levaram a uma redução da carga horária e as primeiras leis trabalhistas, entre elas, a instituição do tempo destinado para o lazer (CAMARGO, 2001b).

Este lazer começa então a ser praticado também fora do ambiente das fábricas, em outro lugar, a partir de viagens realizadas em trens. Com a universalização da prática do lazer fora de seu lugar, surge o turismo de massas e, por isso, apesar de que o turismo seja um universo muito maior, é praticamente impossível desvincular o conceito de turismo do conceito de lazer, “toda atividade turística é lazer, mas nem todo lazer é turismo” (TRIGO, 1998, p. 16).

A alfabetização e obrigatoriedade do ensino de massas também contribuiu para o aumento dos deslocamentos, visto que a escola incentivava a curiosidade e o hábito de viagens, inclusive, as viagens de verão feitas, neste caso pela classe média, eram obrigatórias e os jovens completavam seus estudos através do Gran Tour (AVIGHI, 1992). Este novo evento destinado aos jovens da nobreza inglesa que tinha por objetivo promover a vivência da literatura latina e grega da Antiguidade deu início às discussões sobre as primeiras definições de Turismo.

### 3.1 AS DIFERENTES DEFINIÇÕES DE TURISMO

De acordo com o dicionário etimológico de Língua Portuguesa (CUNHA, 2010), lazer s.m quer dizer ócio, passatempo, do latim *licere*, ser lícito, ser permitido e turismo s.m é uma viagem ou excursão feita por prazer, a locais que despertam interesse, além do conjunto de serviços necessários ao atendimento às pessoas que fazem esse tipo de viagem, do inglês *tourism*, do francês *tour*. Cabe então, fazermos, antes das definições acerca de Turismo, uma excursão pela da sociologia do lazer.

O termo lazer foi utilizado de diferentes formas dentro da história da humanidade. Aristóteles e a sociedade grega foram os primeiros a utilizarem o termo *scholé* que, muito diferente do que significa no atual século XXI, fazia referência a um tempo social livre para o desenvolvimento do corpo e do espírito. Por isso, o termo lazer está associado a ideia de ócio, recreação, bem-estar e prazer (CAMARGO, 2001b).

Nem sempre foi assim, em contrapartida, a ideia de aproveitar o tempo livre e as ideologias ligadas ao trabalho faziam oposição ao ócio e a igreja foi uma das grandes disseminadoras deste ideal, já que na visão da igreja e da sociedade industrial da década de 1860, o trabalho é o que edifica e o ócio traria a perdição. Desta forma, o trabalho passa a ser a primeira necessidade humana (CAMARGO, 2001b).

Estudos mais recentes sobre as necessidades humanas apontam para o desenvolvimento à escala humana de Max-Neef (1993) que não prioriza o trabalho pelo trabalho:

Tal desarrollo se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de auto dependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado (MARX-NEEF, 1993, p. 30).<sup>2</sup>

Na teoria de Max-Neef (1993), atualizando a pirâmide de Maslow que classifica as necessidades humanas em fisiológicas, de segurança, sociais, de estima e de auto realização, traz uma nova classificação do que é prioridade para o ser humano, reconhecendo o lazer como uma delas. As necessidades humanas são as mesmas em qualquer tempo e para todas as pessoas, mas o que muda são as formas de satisfação destas necessidades e Max-Neef (1993) propõe que estas formas de satisfação se dão através dos satisfatores.

Max-Neef (1993) classifica as necessidades segundo categorias axiológicas (subsistência, proteção, afeto, entendimento, participação, ócio, criação, identidade e liberdade) e categorias existenciais (ser, ter, fazer e estar).

Relacionando o estudo do lazer com as categorias de Max-Neef (1993) e com o turismo, percebemos que para o autor, o ócio está entre as necessidades básicas de todo ser humano. A necessidade do ócio, sendo oposto ao trabalho, incita no ser humano a necessidade de ser curioso e imaginativo, de ter jogos, espetáculos, festas ou mesmo a calma, de fazer divagações, de sonhar e de estar

---

<sup>2</sup> Tal desenvolvimento se concentra e se sustenta na satisfação das necessidades humanas fundamentais, na geração de níveis conscientes de auto dependência e na articulação orgânica dos seres humanos com a natureza e a tecnologia, dos processo globais com os comportamentos locais, do pessoal com o social, da planificação com a autonomia e da sociedade civil com o Estado. (Tradução livre)

em lugares de encontros ou solitários, de estar livre e em lugares com paisagens diversificadas.

Para Camargo (2001b) o estudo do lazer está relacionado a diferentes sociologias: a do trabalho, como produto do trabalho industrial, à urbana, visto que o lazer é indispensável fora dos espaço das grandes cidades e também à sociologia do desenvolvimento, a partir do debate entre a modernização e o desenvolvimento.

Somente a partir de 1960 com Joffre Dumazedier, na obra Lazer e cultura popular, é que a *scholé* do gregos começou a ser tratada como objeto de estudo. Objeto este produto da revolução técnico-científica e da revolução ético-estética que possibilitaram ao trabalhador produzir mais em menos tempo e colocaram o lazer como nova referência da vida cotidiana. Sua teoria, entretanto, foi criticada, pois poucos viam o tempo do lazer como busca de desenvolvimento pessoal, para a maioria, este tempo ocioso daria margem à criminalidade e à violência.

São grandes as confusões que se fazem entre as definições de lazer e de turismo dentro desta perspectiva de aproveitamento do tempo livre com vias ao enriquecimento pessoal. Na tentativa de fazer esta diferenciação, Camargo (2001b) afirma que há três grupos de atividades relacionadas ao lazer:

- a) O baseado na mídia e desenvolvido basicamente dentro de casa – audiência de rádio e tevê, discos, leituras de livros, jornais e revistas e, mais recentemente, videogame, computador e internet.
- b) O baseado nas relações com os outros e com o ambiente da própria cidade – a frequência a parques, academias de ginástica, teatros, cinemas, bares, restaurantes e danceterias, e o flunar (mais recentemente modelado pela frequência a *shopping centers*)
- c) O baseado na viagem e na hospedagem fora de casa (CAMARGO, 2001B, p. 268)

Assim, Camargo (2001b) faz uma pequena diferenciação afirmando que o Turismo seria o nome que se dá ao lazer que é desenvolvido fora do “seu” lugar, do lugar onde se mora e complementa afirmando que “nem tudo o que é lazer reduz-se ao turismo”. Ou seja, o turismo é uma pequena parcela do lazer que tem grande importância econômica (CAMARGO, 2001b, p. 268-269).

A dificuldade na conceituação do Turismo se dá pelo fato de que ele possui amplas relações com outras ciências, entre elas a sociologia e, muitas vezes, sem campos de estudo bem definidos e com inúmeros pontos de vista ideológicos e/ou filosóficos. Conseqüentemente, serão apresentadas aqui várias definições,

relacionadas a várias áreas de estudo, visto que todas elas são válidas dentro desta perspectiva de que o Turismo está ligado a diversificados setores de atividade e também a diferentes áreas de conhecimento.

O posicionamento do profissional de Turismo diante do mercado está interligado a sua definição de Turismo, ou seja, da filosofia e/ou ideologia que lhe é repassada pelo currículo da instituição em que fez o seu curso superior, seja ele, técnico, tecnológico ou bacharelado.

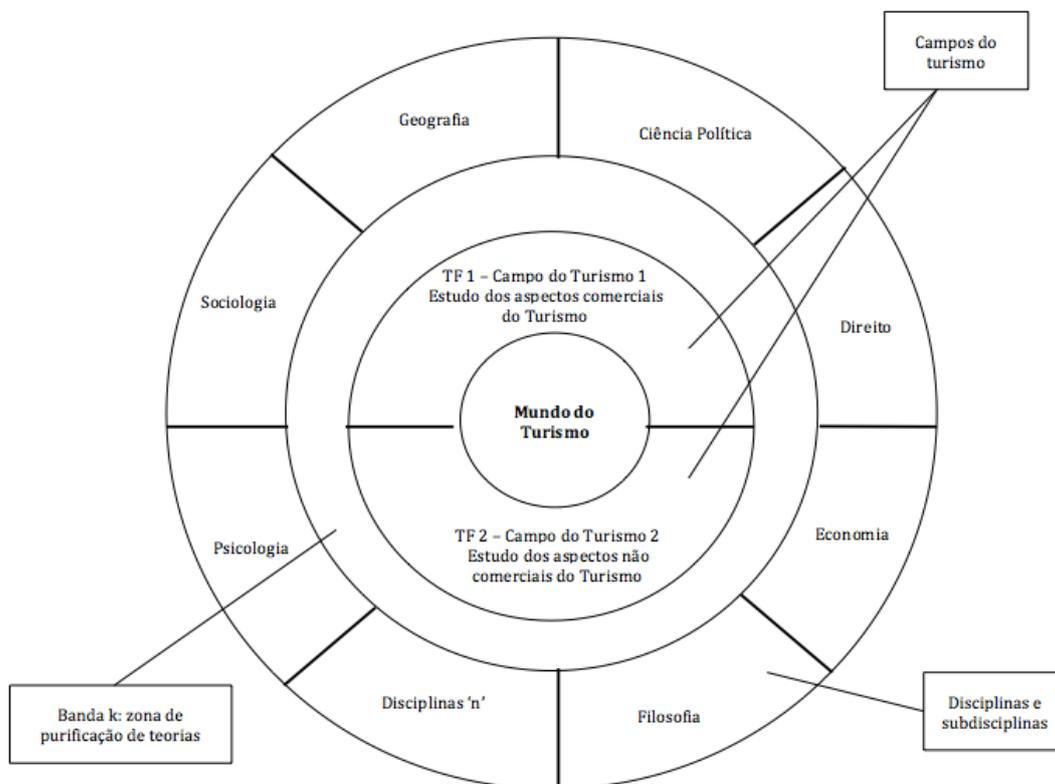
Pakman (2014) entende que

existem as definições conceituais, teóricas, regidas por critérios, e as definições operacionais ou estatísticas, que se pactuam por parâmetros. As primeiras perseguem explicações teóricas, as segundas o acompanhamento estatístico (p. 4).

A dificuldade na conceituação do Turismo reside também no fato de que ainda há uma discussão abrangente sobre a epistemologia do Turismo, reflexões sobre se o Turismo é uma ciência, se caminha para isso e até onde vão os limites dos conhecimentos produzidos na área, visto que, como já dito, o Turismo interage com muitas disciplinas. Lohmann e Panosso Netto (2012) baseados na teoria de Tribe (1997) apresentam um esquema que tenta clarificar o desenvolvimento do conhecimento em turismo e que é imprescindível para que se analisem as suas várias definições.

Conforme a figura 1, o Turismo abrange várias áreas afins, entre elas a Sociologia, a Geografia e a Economia que se propõem a serem ferramentas de abordagem da área. Já a região do meio é onde o conhecimento acerca do Turismo é formado, é na “banda K” (conforme a figura 1) onde ocorre a comunicação entre o Turismo e as demais disciplinas (áreas de conhecimento da ciência).

**Figura 1 - Criação do conhecimento em turismo na visão de John Tribe, adaptado por Lohmann e Panosso (2012)**



FONTE: LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 22

Segundo o modelo apresentado, o conhecimento produzido na área do Turismo perpassa dois grandes campos: o dos estudos comerciais do turismo e o dos não comerciais, ou seja, o campo 1, apresenta os conhecimentos acadêmicos produzidos e o campo 2 o conhecimento produzido pelas empresas e instituições que realizam na prática o turismo. Os dois circundados pelas várias disciplinas (outras ciências) que corroboram com o Turismo enquanto atividade comercial e enquanto campo de estudo.

Andrade (1999) apresenta também diferentes visões para a definição de turismo: a conceituação etimológica, a conceituação funcional e a conceituação estrutural.

No referente a etimológica, Andrade (1999) levanta uma discussão sobre, se a palavra turismo advém do francês *tourisme* ou do inglês *tour* e acaba por aceitar a proposição de que a atual significação da palavra tenderia mais para o

inglês, significando uma viagem ou excursão feita por prazer a locais que despertem interesse e que possuam serviços destinados a este fim.

Já na conceituação funcional Andrade (1999) leva em consideração a finalidade e a natureza do turismo que, no início, era considerado apenas como viagens de lazer e que, nesta fase da história da conceituação do turismo, o admite como um conjunto de princípios que regularizam as viagens de prazer ou de utilidade o que leva às várias segmentações turísticas existentes como o turismo de negócios, o ecoturismo, o turismo linguístico, entre outros.

Mas para Andrade (1999) as duas conceituações seriam insuficientes para descrever todo o fenômeno do Turismo e, por último, apresenta a conceituação estrutural, através da qual o turismo é um produto combinado de bens e serviços e que depende de conhecimentos operacionais para atendimento da oferta e para atender as exigências de uma demanda. Desta forma, ele se apega mais as definições econômicas do fenômeno turismo e exclui tanto a experiência do turista quanto a motivação do deslocamento, mas deixa claro que para existir turismo é necessário um deslocamento temporário de um lugar para outro.

A definição clássica e ainda a mais utilizada quando se fala em Turismo é a registrada pela UNWTO (Organização Mundial de Turismo) que define como “o deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivado por razões não-econômicas” (OMT, 2001, p. 38). Desta forma, se excluíam as viagens de negócios e eventos. Contudo, esta definição foi incrementada em 1994 considerando que “o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora do entorno usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, negócios ou outros fins” (OMT, 2003, p. 18), acrescentando as demais possibilidades de segmentação turística.

Em uma definição mais atualizada da mesma instituição e mais ligada a economia e também as práticas sociais,

El turismo, como fenómeno impulsado por la demanda, hace referencia a las actividades de los visitantes y a su papel en la adquisición de bienes y servicios. También puede considerarse desde la perspectiva de la oferta, en cuyo caso el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes. (...) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que lleva consigo el movimiento de personas (EUROSTAT;OCDE;OMT;NU, 2001, p. 1).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> O Turismo, como fenômeno impulsionado pela demanda, faz referência às atividades dos visitantes

Acrescentando ao Turismo o fenômeno social, Della Torre Padilla (1984)

define:

O Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (*apud* IGNARRA, 2002, p.24).

Com uma visão mais histórica e sociológica do Turismo enquanto prática social Urry (2001) faz uma listagem do que seria Turismo e que, para ele, é uma atividade de lazer que deve se opor ao trabalho, que surge de um movimento de pessoas para várias destinações fora de seus lugares normais de residência e trabalho e que são escolhidos com base na expectativa de prazeres, devaneios e fantasias.

Beni (2004), em *Análise Estrutural do Turismo*, traz várias pequenas definições, entre elas o de que o Turismo é a soma dos fenômenos e das relações entre viagem e permanência que não esteja relacionada à atividade remunerada, complementando:

O Turismo é eminentemente um fenômeno social, que ao originar uma série de atividades, como transporte, alojamento, recreação e outras, as faz gerar outra série de efeitos sobre o meio ambiente em que se desenvolvem e que podem ser de caráter econômico, social, cultural e até ecológico (BENI, 2004, p. 53).

Barreto (2003), ao apresentar as várias definições de Turismo no decorrer da história, deixa claro que o Turismo é uma atividade em que há a busca pelo prazer por livre escolha e que a viagem é apenas uma parte do turismo. Esta definição é complementada quando deixa claro que a viagem deve ser feita com prazer e que a viagem exigida pelo turismo desencadeia uma rede de serviços representadas pelas riquezas naturais, culturais e históricas de um lugar (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2012).

Para Mota (2013) é um fenômeno socioeconômico que consiste no

---

e a seu papel na aquisição de bens e serviços. Também pode ser considerando desde a perspectiva da oferta, em cujo caso o turismo será entendido como um conjunto de atividades produtivas concebidas para atender fundamentalmente aos visitantes. (...) O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que leva consigo o movimento das pessoas. (Tradução livre)

deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por vários fatores motivacionais se deslocam de seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconômica, ecológica e política entre os núcleos emissores e receptores.

Panosso Netto, Silva e Trigo (2009) direcionando para a gestão das políticas públicas adotam como definição:

Turismo é uma atividade de ponta nas sociedades atuais, envolve deleite/encanto e satisfação pessoal. Insere-se nas sociedades democráticas, complexas e pluralistas, demandando ética, desenvolvimento sustentável, respeito à diversidade e aos problemas ambientais e sociais. É uma atividade cada vez mais sofisticada e profissionalizada, exigindo familiarização com novas tecnologias de informática e telecomunicações, domínio de línguas estrangeiras, cultura geral sólida, conhecimentos específicos da área e consciência da necessidade de eficiência nas operações e alta qualidade nos serviços prestados. Turismo articula-se com lazer, entretenimento, gastronomia, eventos, cultura, esportes, hospitalidade e meio ambiente. É uma atividade sensível a problemas como guerras, terrorismo, epidemias, violência urbana, desrespeito aos direitos humanos e liberdades civis (BRASIL, 2009, p. 45).

O Turismo pode ser definido também pelo olhar da filosofia que faz reflexões acerca do “ser” turista para daí chegar ao turismo. Na visão filosófica, o Turismo precisa enxergar o turista, ou seja, o “ser” que viaja, como alguém não acabado e em processo de continuada formação. Assim, o Turismo é um fenômeno formado por estes seres, é uma experiência que tem início antes do deslocamento de um lugar para outro lugar:

(...) el turismo es un fenómeno de experiencias vividas de formas, maneras y anhelos diferentes por parte de los “seres” en cuestión; tanto por los turistas cuanto por los emprendedores del sector. El fenómeno es él mismo y no puede ser fragmentado para estudios y debe ser visto como un todo conexo. (...) De esta forma, el turismo puede ser visto también como la búsqueda de la experiencia humana, la búsqueda de la construcción del “ser” interno del hombre fuera de su lugar de experiencia cotidiana, no importando si está de viaje o si ya retornó pues ese ser continua vivenciando, recordando y reviviendo el pasado independiente del tiempo cronológico. Por la experiencia pasada, presente y, por la que se formará en el futuro, se construye el “ser turista” y se configura el fenómeno turístico en una compleja e imbricada relación de intercambio de bienes y servicios y de deseos objetivos y anhelos subjetivos construidos por ese ser-turista humano para sí y por sí mismo (PANOSSO NETTO, 2007, p. 391).<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> o turismo é um fenômeno de experiências vividas de formas, maneiras e anseios diferentes por parte dos “seres” em questão; tanto para os turistas quanto para os empreendedores do setor. O fenômeno é o mesmo e não pode ser fragmentado para estudos e deve ser visto como um todo conectado. (...) Desta forma, o turismo pode ser visto também como a busca da experiência humana,

Beni e Moesch (2015), numa nova roupagem do Turismo aliado a teoria da complexidade, fizeram uma definição mais ampla, lembrando o caráter inter e transdisciplinar do Turismo. O Turismo é, portanto, um fenômeno contemporâneo cujo conceito está em constante desconstrução para uma “revolução”, pois se encontra ligado às culturas. Aliado a procura para uma epistemologia do Turismo, Beni e Moesch (2015) definem a *práxis* turística:

Assim, as categorias como tempo, espaço, tecnologia, economia, comunicação, ideologia, imaginário, hospitalidade e diversão, entre outras, constituem-se na sua práxis. Práxis turística não disjuntiva, nem linear, mas sim, uma construção dinâmica, permanente, onde o sujeito turístico em sua transumância se move, constrói de forma imaginal, comunica seus desejos mais íntimos, em processos objetivos de fluxo (deslocamento/viagem/transportes), de fixos (estada, hospedagem, alimentação, acolhimento e segurança), e de prazer (o encontro cultural, a diversão) que só se estabelece se houver o encontro possibilitado pela a hospitalidade. Relações sociais que configura a esse ecossistema turístico sua energia, sua força dinamizadora como humana. O sujeito turístico é que permite a existência deste sistema e não o inverso. Essa mesma energia que mantém a dinâmica do sistema turístico é produtora de necessidades objetivas, que de forma espiralada, gera uma reprodução ampliada de processos econômicos e culturais, que atendem ao desejo de transumância e permanência transitória do sujeito turístico, em seu movimento de ir-vir, seu fluxo nômade. A energia humana causada pelo desejo de transumância, o nomadismo na contemporaneidade gera um sistema auto-eco-organizador, assim, o turista é produtor do objeto turístico, mas também numa dinâmica sistêmica auto-recursiva, é reproduzido do próprio sistema turístico ao consumir os objetos produzidos nos territórios visitados (BENI; MOESCH, 2015, p.12).

O que é fundamental em tantas definições acerca do Turismo é deixar claro que ainda há pouca referência científica e, as que têm, ainda estão desconectadas e como a área está interligada e entrelaçada a outras disciplinas, não há como se chegar a uma única conclusão, mas a várias conceituações que enriquecem a percepção sobre o Turismo. Conforme nos alerta Panosso Netto (2007) o Turismo não nasceu de documento escrito ou de uma teoria, mas sim, de uma prática entre homens e mulheres que vivenciaram a experiência de deslocamento de seu lugar de residência para outro, assim, não seria possível construir o fenômeno turístico, mas sim compreendê-lo.

---

a busca da construção do “ser” interno do homem fora de seu lugar de experiência cotidiana, não importando se está viajando ou se já retornou, pois esse ser continua vivenciando, recordando y revivendo o passado independente do tempo cronológico. Pela experiência passada, presente e, pela que se formará no futuro, se constrói o “ser turista” e se configura o fenômeno turístico em uma complexa e imbricada relação de intercâmbio de bens e serviços, de desejos objetivos y anseios subjetivos construídos por esse ser-turista humano para si e por si mesmo. (Tradução livre)

### 3.2 DEFINIÇÕES DE DESTINO TURÍSTICO

Sendo o Turismo, em qualquer ângulo de análise, um deslocamento de um lugar para outro em busca de experiências, principalmente, com o intuito de desfrutar do ócio, cabe então falar sobre o destino deste deslocamento, este lugar para alguns e não-lugar para outros, que pode ou não exercer no ser humano que viaja o sentimento de pertencimento ou paratopia.

No Turismo, o deslocamento é realizado para um destino turístico ou núcleo receptor, mas é necessário descrever primeiramente quais as motivações para este deslocamento e como o turista escolhe o destino, pois o profissional do Turismo deve saber como um lugar se torna turístico e o currículo dos cursos de Turismo devem proporcionar aos seus estudantes as diferentes perspectivas desta escolha de destino.

A atividade turística encontra-se intimamente ligada a necessidade de migração manifestada desde os primórdios da história humana quando os primeiros habitantes da terra se deslocavam ou porque eram nômades ou por motivo de segurança, na busca de um local de refúgio, ou por motivo de sobrevivência saciada pelos recursos naturais. De acordo com Vaz (2001), há três aspectos a serem considerados quanto ao que leva o indivíduo a viajar: a fonte motivadora, o grau de escolha e a natureza da pressão.

A fonte motivadora é um elemento que impulsiona o indivíduo e ela pode ser: *pessoal* (desejo de conhecer determinado lugar ou de usar determinado tipo de transporte nunca experimentado, problemas de saúde, entre outros), *familiar* (compromissos com parentes e amigos), *social* (obrigações sociais diversas, inclusive familiares) e *organizacional* (determinada pelo cargo ocupado ou pela empresa em que se trabalha). Estas fontes motivacionais, que levam a necessidade de viajar, dependeriam do grau de escolha, ou seja, a partir de uma livre escolha ou de uma obrigatoriedade, e a natureza da pressão estaria interligada às necessidades e desejos que definem a fonte motivadora e às necessidades humanas, dentre elas, as apresentadas por Max-Neef (1998).

A atividade humana intensa e todos os desgastes promovidos pela sociedade da informação, do conhecimento e do trabalho despertaram nos indivíduos aspirações as mais diversas, entre elas as práticas de lazer e de turismo.

As motivações, de acordo com Andrade (1999), que levam o turista ao deslocamento em busca deste lazer podem acontecer por desejo de evasão, necessidade de evasão, espírito de aventura, aquisição de *status*, necessidade de tranquilidade, desejo ou necessidade cultural, desejo ou necessidade de compra.

Dessa forma, a escolha do destino está relacionada ao que as pessoas buscam nas viagens e também ao que pretendem realizar com a viagem, pois cada lugar oferece características específicas que refletem o interesse dos indivíduos. O quadro abaixo demonstra essa relação entre características da localidade e fator de escolha.

**Quadro 1 – Tipos de localidades turísticas adequadas aos fatores determinantes de escolha**

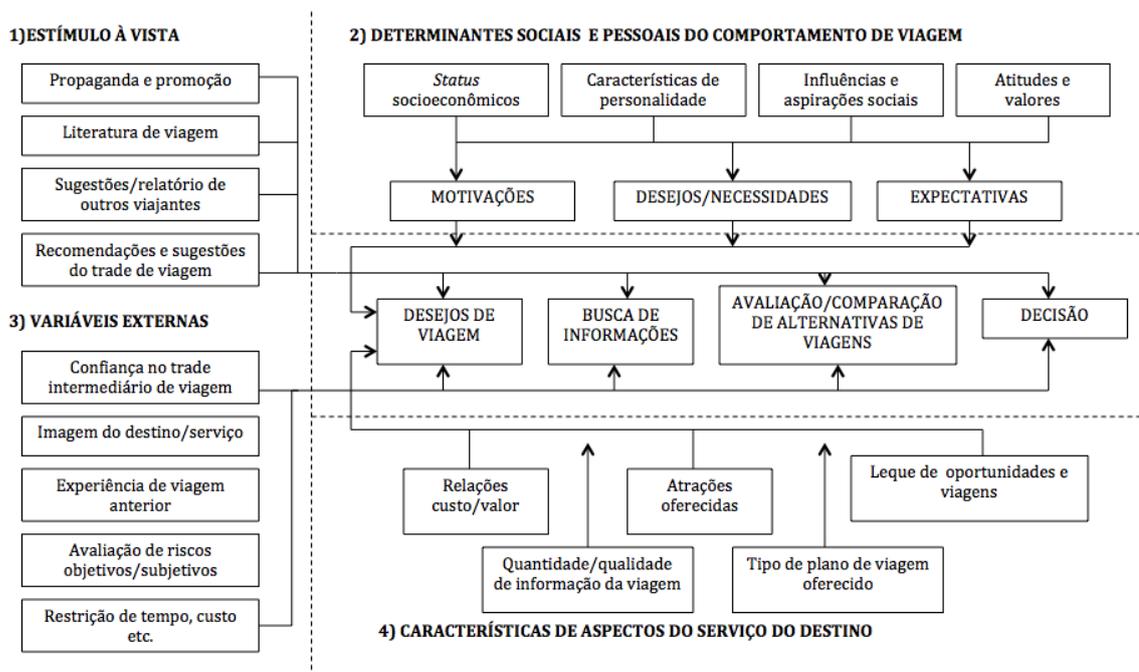
<b>Fator determinante</b>	<b>Característica da localidade</b>
Mudança de ambiente	Ocupação econômica (industrial, serviços, agrária) Topografia (campo, praia, montanha) Tamanho da cidade (grande, média, pequena) Personalidade (cosmopolita, típica)
Repouso	Existência de áreas aprazíveis Nível de qualidade de vida Organização urbana
Recreação	Quantidade e variedade de diversões
Tratamento	Existência de centros de saúde e estética
Aquisição e troca de conhecimento	Patrimônios histórico e artístico Centros especializados
Projeção social	Grau de repercussão dos eventos Popularidade e prestígio dos visitantes habituais Qualidade dos equipamentos turísticos
Funcionalidade	Instalações adequadas para atividades específicas
Praticidade	Localização
Economia	Adequação dos preços às condições financeiras do turista Potencial de negócios e compras Custo de permanência
Áreas de interesse ou preferência	Representatividade mercadológica da localidade em uma área de interesse
Grau de Envolvimento e Intensidade	Capacidade de oferecer oportunidades aos turistas para usufruir sua permanência sob diversos modos

FONTE: VAZ, 2001, p. 47.

No Quadro 1 se apresentam fatores determinantes para a escolha de um destino e há ainda o modelo de Schmöl (1977) que aponta para o fato de que há também fatores motivacionais para a escolha de um destino turístico, estes levam em conta o estímulo a visita, os determinantes sociais e pessoais do comportamento

da viagem, as variáveis externas e as características e aspectos do serviço do destino, conforme Figura 2.

**Figura 2 - Modelo de escolha do consumidor de turismo de Schmöll (1977)**

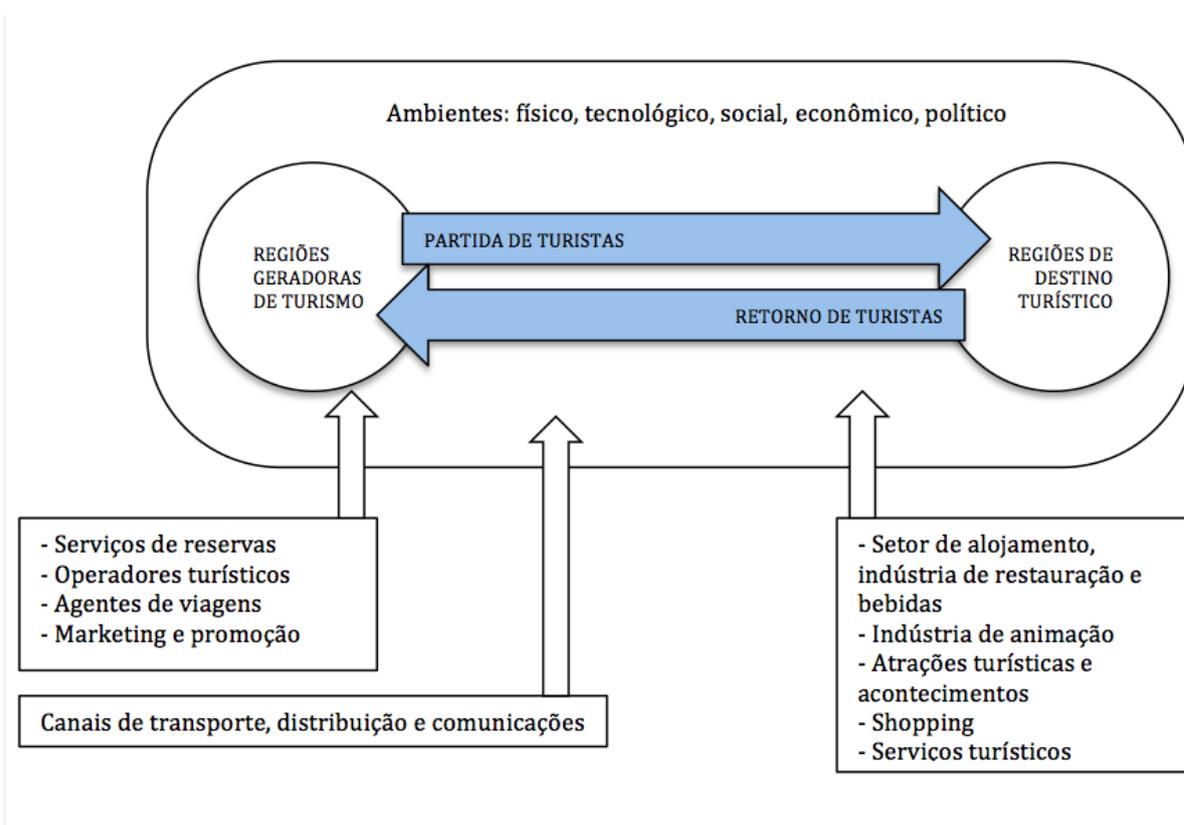


FONTE: LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 259, *apud* COOPER et al. 2001.

Essas escolhas e motivações direcionam o turista para o destino, mas assim como a definição de Turismo, a definição de destino turístico também pode ser analisada por diversos olhares, sejam eles da Economia, da Psicologia, da Sociologia ou da Administração. Quem demanda este olhar é o turista, é partir dele, que os destinos se adaptam, para atender às suas necessidades, pois hoje, o turista não quer ser apenas o consumidor de determinado produto, ele que experienciar, vivenciar, ele cria a sua experiência de turismo e, conseqüentemente, o seu próprio destino turístico (FLORES; MENDES, 2014).

Dentro da perspectiva de que o Turismo é um sistema que envolve partes que podem ser estudadas separadamente e composto por outros sistemas Leiper (1990) propõe um modelo de sistema turístico que esclarece o papel do destino turístico dentro deste sistema maior, conforme imagem abaixo:

**Figura 3 – Modelo de Leiper para um sistema turístico**



FONTE: LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012, p. 34 (adaptado).

A partir da Figura 3, vemos o papel das regiões geradoras de turismo e as regiões de destino turístico. Estas como as que recebem os turistas e que, para tanto, necessitam de um conjunto de itens indispensáveis que atendem as demandas e qualificam a experiência turística: a hospedagem, a gastronomia, as áreas de compras, as atrações turísticas, a animação e os serviços turísticos.

Levando em consideração a figura 3, então, destino turístico pode, também, ser definido em uma dimensão mais geográfica:

O destino turístico, em oposição à origem, refere-se ao lugar onde os turistas pretendem passar o seu tempo quando estão longe de casa. Essa unidade geográfica visitada pelos turistas pode ser uma vila ou vilarejo, uma cidade, uma região, uma ilha ou mesmo um país inteiro. Ademais, um destino pode ser uma única localidade, um conjunto de múltiplos destinos, como parte de um *tour*, ou um destino móvel, como no caso dos cruzeiros marítimos (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 353).

Em uma dimensão mais sociológica, o destino turístico é o resultado de

uma prática social que acontece em determinado lugar e as atividades que acontecem neste lugar o formam enquanto estrutura, significado ou tamanho. Ou seja, nesta perspectiva sociocultural, o destino turístico não é somente um conjunto de instalações e equipamentos, mas sim, um processo que se modela e se remodela através dos olhos do turista (FRANKE *apud* FLORES; MENDES, 2014).

As noções de lugar, não-lugar, paratopia encontram-se reunidas resumidamente na visão de Franke (2002) sobre o destino turístico quando ele afirma que o destino pode ser encarado tanto como uma narrativa, quanto por uma unidade geográfica ou até mesmo como um objeto de *marketing* e um lugar onde o turismo acontece, mas ele destaca duas formas de se analisar um destino turístico: da forma convencional e empresarial, através do qual o destino é um lugar importante sem limites geográficos e estabelecido por níveis geográficos e/ou administrativos e da forma sociocultural, através do qual o destino é um lugar sem limites geográficos, mas que é estabelecido por meio da interação social (FLORES; MENDES, 2014).

Ainda através de uma visão sistêmica do Turismo, o destino turístico precisa ser analisado pelo viés do turista, pelo dos residentes e também pelas dimensões de estrutura que englobam o ambiente natural, o ambiente construído, as dinâmicas sociais e as dinâmicas econômicas.

As estruturas ambientais são aquelas de dimensão natural (praia, montanha, vegetação, entre outros) e estruturas construídas são os equipamentos e infraestrutura existentes para atender tanto os residentes quanto aos turistas e que permitem a utilização de atrativos turísticos ou se constituem como tal (praças, parques, bancos, hotéis, restaurantes, entre outros) (ANJOS; ANJOS; OLIVEIRA, 2013). Incluem-se também neste sistema do destino turístico, como fator primordial, os transportes, visto que é através deles que acontece o deslocamento do lugar de origem ao destino turístico.

É importante salientar que o destino turístico é um produto e, dessa maneira, cada público pode ter uma percepção diferente de um lugar e esta percepção, depende do modo como o turista interage com o destino ou como é impactado por ele (MOTA, 2013). Esta perspectiva corrobora com os pensamentos de Carlos (2007) através da qual o que é não-lugar para uns é lugar para outros, o que é pertencimento para alguns não é para outros.

Como produto turístico, o destino não se trata de um bem móvel, ou seja, que vai ao consumidor denominado turista, ele é, antes de tudo, uma representação imaginária do que o produto pode proporcionar, assim, para consumi-lo, o consumidor deve ir até o destino. Quem se desloca é o turista e não o produto turístico, desta forma, compra-se apenas uma promessa, de tal forma que produção e consumo acontecem de modo simultâneo (VAZ, 2001).

A UNWTO tentando abraçar tanto as perspectivas geográficas, econômicas, psicológicas, gerenciais e socioculturais define destino turístico:

Um destino turístico é um espaço físico no qual um visitante pernoita pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos tais como, serviços de suporte, atrações e recursos turísticos a um dia de viagem de regresso. Tem fronteiras físicas e administrativas que definem a sua gestão, e tem também imagens e percepções que definem a sua competitividade no mercado. Os destinos turísticos incorporam vários *stakeholders* que geralmente incluem a comunidade local, e podem ainda, abrigar e formar, uma rede maior de destinos (UNWTO *apud* FLORES; MENDES, 2014, p. 231).

O que é fato, é que nos estudos mais recentes quanto a tentativa de definição de destino turístico, tem-se levado em consideração o olhar do turista, assim, o destino é concebido e definido pelo turista, pois é desenvolvido em torno de narrativas de pessoas e enriquecido com as experiências vivenciadas no lugar. É algo desenvolvido na mente do cliente/turista e, portanto, não se restringe a um lugar especificado por fronteiras geográficas e seus limites estariam na mente e na imaginação do turista. De acordo com Urry (2001, p. 16) “não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença”.

Assim, este indivíduo que se desloca assume papel fundamental na produção e promoção de um destino turístico que deve ser integrado e interdisciplinar para atender às suas necessidades e a dos residentes, pois “uma vez planejado e vivenciado, o destino turístico passa a fazer parte da memória dos turistas. As narrativas sobre o mesmo podem alimentar o imaginário de outros turistas que assim vão dando continuidade ao funcionamento do sistema (FLORES; MENDES, 2014, p. 234).

O currículo dos cursos de graduação em Turismo precisam estar atentos a este olhar sobre o Turismo na hora de estabelecer um lugar ou um destino como turístico. É esta formação, esta definição do que é o Turismo e de como ele se

realiza que fará com que o profissional esteja preparado para atender as demandas do mercado, ou seja, satisfazer as necessidades do turista, sem esquecer também que o desenvolvimento do lugar para o turista também é desenvolvimento do lugar para os residentes.

### 3.3 O QUE CABE NO TURISMO?

Segundo dados do Ministério do Turismo, em 2015, o Brasil recebeu 6.305.838 turistas, a maior parte deles por via aérea (4.318.429) e, em sua maioria, nos meses de janeiro (915.056), fevereiro (719.513) e dezembro (784.562). A maioria é de turistas da Argentina (33%) e dos Estados Unidos (9,1%).

Portanto, no atual cenário global constatamos a importância que o turismo desenvolve como atividade que movimenta vários setores da economia, sendo inúmeros os benefícios que vem trazendo para o país, como geração de empregos diretos e indiretos, multiplicação das receitas para, além da exportação por parte dos turistas dos produtos e cultura nacionais.

A atividade turística tem, ainda, nos últimos anos, ascendido com crescente importância em todo o estado do Ceará e observamos a constante busca do Estado por novas formas de fazer turismo como meio de diminuição da sazonalidade e aumento da receita do mercado turístico.

Dados do Ministério do Turismo informam que em 2015, 78.711 turistas chegaram ao país pelo Ceará, ficando o estado em 8º lugar em maior número de recebimento de turistas ao Brasil, principalmente, nos meses de outubro, novembro e dezembro.

Também se tem buscado passar mais do que uma imagem de um lugar somente de belas praias e, também, se está em constante busca de impulsionar outras formas de turismo, como de aventuras em Quixadá, de esportes, com os campeonatos de *surf* em Beberibe, de serras como em Baturité ou Meruoca e busca-se ainda a imagem do estado de grandes eventos e negócios com o Fortal, o Festival de Jazz e Blues em Guaramiranga e Fortaleza, shows de artistas internacionais, Copa do Mundo, congressos e feiras internacionais.

Assim, o turismo tem se segmentado em várias facetas como o turismo de eventos, o ecoturismo, o turismo religioso, etc. e, para acompanhar este

crescimento, é de suma importância que se tenham profissionais capacitados para executar as tarefas pertinentes buscando satisfazer e fidelizar o turista.

As principais definições de Turismo levam em consideração o deslocamento voluntário, sendo, portanto, um fenômeno social que guarda semelhanças com as migrações. Como atividade, são muitas as funções e empresas que estão envolvidas na prestação de serviços turísticos, na atividade privada, denominada de *trade* turístico, que engloba empresas de hospedagem, alimentação, transporte e agenciamento (BARRETO; TAMANINI; SILVA, 2004).

Como fenômeno social, o Turismo pode ser estudado através de múltiplas facetas, como já discutido no subcapítulo 2.2.2. Esta possibilidade de variados estudos faz com que existam diferentes definições para a área e deixa claro que a atividade turística está interligada a vários setores da atividade social e, partir daí, se cria uma classificação para o Turismo, também já demonstrada na Figura 1.

Para Panosso e Lohmann (2012), outros conceitos que cabem no Turismo, são Hospitalidade, Lazer, Entretenimento, Recreação, Turismo e Viagem, Alimentos e Bebidas, Eventos e Paisagem. Algumas destas definições já foram tratadas também no subcapítulo 2.2.2, mas o que vale destacar, é que cada uma delas atinge distintamente um tipo de turista, ou seja, dependendo da sua motivação de viagem, cada um desses interesses em viagens leva a uma segmentação de mercado.

O primeiro autor a criar uma tipologia para o Turismo foi o sociólogo Erik Cohen (1972) que sugeriu quatro tipos ideais de turistas: os *de massa individuais* que viajam através de agências e se destinam aos lugares já conhecidos; os *de massa organizados* que também viajam por meio de agências, mas em grupos guiados; os *exploradores* que organizam suas viagens sozinhos e buscam novos lugares e novas experiências, mas com conforto e os *“perambulantes”* que são mais aventureiros e fogem dos destinos tradicionais e buscam experienciar a vida local (BARRETO; REJOWSKI, 2009).

Este cliente do turismo, na sociedade flexível, não está em busca de uma única forma de turismo, mas de várias, dependendo de seu poder aquisitivo ou das experiências que quer ter em suas viagens, sejam elas realizadas por qualquer motivo.

Visto que o Turismo se desmembra em várias facetas com o intuito de

oferecer aos turistas experiências diversificadas adotamos a definição de segmentação, proposta por Ansarah (1999, p. 286) de que a segmentação de mercado é o processo utilizado para “agrupar pessoas de acordo com suas preferências e necessidades, e compradores com comportamentos de compra homogêneos quanto a gostos e preferências”.

De Kotler (2000) temos sua definição de segmentação como consequência do marketing:

Um segmento de mercado consiste em um grande grupo que é identificado a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compra e hábitos de compra similares. [...] Um nicho é um grupo definido mais estritamente, um mercado pequeno, cujas necessidades não estão sendo totalmente satisfeitas. Enquanto os segmentos são grandes e atraem vários concorrentes, os nichos são pequenos e normalmente atraem apenas um ou dois concorrentes (KOTLER, 2000, p. 279).

Durante os últimos anos surgiram novos tipos de segmentação baseados na iniciativa do mercado e também na iniciativa dos turistas que buscam novos destinos e novas vivências, mas deve-se reforçar que os seres humanos, enquanto sociais e multifacetados não estão limitados a enquadramentos rígidos e, portanto, “qualquer tipologia constitui uma ferramenta epistemológica que os pesquisadores utilizam conforme suas necessidades, assim como os profissionais de marketing” (BARRETO; REJOWSKI, 2009, p. 15).

Os critérios para a segmentação podem ser demográficos, geográficos, psicológicos, econômicos ou comportamentais (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2009) e estes critérios geram uma extensa lista de segmentações que buscam uma especialização do mercado turístico ao mesmo tempo que demonstram o atual comportamento da sociedade pós-industrial que coloca em primeiro lugar suas vontades, necessidades e desejos (LOHAMANN; NETTO, 2012).

Desta extensa lista, Lohamann e Netto (2012) propõem o seguinte Quadro 2:

**Quadro 2 – Segmentos em Turismo segundo bases de segmentação**

Turismo infantil Turismo juvenil Turismo de meia-idade Turismo de terceira idade Turismo de quarta idade (acima de 80 anos)	Idade
Turismo social Turismo popular Turismo de classe média Turismo de luxo	Econômica
Turismo de caminhada Cicloturismo Turismo aéreo Turismo rodoviário Turismo ferroviário Turismo marítimo Turismo fluvial/lacustre	Meios de transporte
Turismo single Turismo de casais Turismo de famílias Turismo de grupos	Tipos de grupo
Agroturismo Ecoturismo Turismo de praia Turismo de neve Turismo rural Turismo urbano	Condição geográfica
Turismo científico Turismo cultural Turismo de intercâmbio Turismo de megaeventos Turismo esotérico, esoturismo ou místico Turismo linguístico Turismo religioso	Aspecto Cultural
Turismo comunitário Turismo de grandes metrópoles Turismo de pequenas cidades Turismo em áreas naturais	Grau de urbanização
<i>Backpacker</i> (mochileiro) Enoturismo Turismo bariátrico Turismo bíblico Turismo com motivação mórbida Turismo de aventura Turismo de eventos Turismo de negócios Turismo de pesca Turismo de repouso Turismo esportivo Turismo de ruínas de guerra Turismo de jogos ou cassinismo Turismo filantrópico Turismo gastronômico Turismo espacial Turismo virtual Viagens corporativas	Motivação de viagem

FONTE: LOHAMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 173-178, Adaptado pela autora.

Apesar da imensa lista de segmentação, também chamada por Barretto (2003) de Turismo de interesse específico, não é consenso entre os autores que turismo de negócios ou o turismo de eventos seja realmente uma atividade turística, pois não há, necessariamente, atividades relacionadas ao lazer e também porque a pessoa não estaria viajando por vontade própria.

A mais moderna segmentação é a hipersegmentação, onde se enquadra o turismo espacial, que de acordo com Sonaglio (2009) é uma viagem rumo ao Espaço, o que incluiria observar a paisagem cósmica e estelar, os planetas, os astros e o Universo como um todo. Obviamente, esta segmentação turística ainda não é realidade, mas se encaixa na necessidade do ser humano de exploração do desconhecido, do deslocamento e descobrimento de lugares.

## 4 FORMAÇÃO EM TURISMO

“Ensinar é mobilizar uma ampla variedade de saberes, reutilizando-os no trabalho para adaptá-los e transformá-los pelo e para o trabalho”.

(TARDIF, 2002, p. 21).

Com base em todo o exposto sobre os conceitos de lugar, não-lugar, paratopia, destino e segmentações do Turismo, salientamos a importância destes conceitos para a construção do conceito de Turismo e sua importância para a formação do profissional da área.

A preocupação com a formação em Turismo teve início com o desenvolvimento da atividade turística no Brasil em meio as décadas de 1960 e 1970, momento em que era crescente o interesse por viagens e lazer já experimentados em outros países e, partir daí, começam as discussões sobre a importância de profissionais qualificados para atuarem na área.

Diferentemente do Brasil, os demais países iniciaram esta qualificação através de cursos técnicos, atrelados ou não ao ensino médio, ou ainda, cursos fornecidos pelas empresas atuantes na área. Havia ainda a possibilidade de se fazer cursos na área de Turismo apenas como uma pós-graduação ligada à área de Administração.

Inclusive, um dos presidentes da Embratur, apesar desta ter abraçado a formação na área, entre os anos de 1972 e 1973, se posicionou terminantemente contra a criação de Faculdades de Turismo a não ser através de cursos de especialização de pós-graduação, pois alegava que a área precisava de técnicos altamente especializados em alguma outra área do conhecimento, entre elas, Engenharia, Economia ou Administração (HALLAL; MÜLLER, 2014).

A polêmica foi tanta que em 1975 o MEC, atendendo aos pensamentos deste presidente da Embratur, suspendeu o registro de novas faculdades de Turismo durante um certo tempo para que pudessem aprofundar seus estudos na área e elaborar um currículo profissionalizante.

Somente depois de Said Farhat, assumir a presidência da Embratur, é que esta, assessorada pela USP (Universidade de São Paulo) e pelo MEC (Ministério da Educação), iniciou a análise da problemática e desenvolveu dois

currículos, um voltado para o mercado de trabalho e outro com uma abordagem mais científica (HALLAL; MÜLLER, 2014).

O fato é que, nesta época, o país enfrentava turbulências políticas e econômicas e o Turismo com toda sua expectativa de crescimento e de possibilidades para o desenvolvimento econômico vinculado com a movimentação e circulação de capital, impulsionado ainda pela melhoria dos transportes, crescimento das cidades e também da classe média propensa a investir em viagens, estimulou os setores públicos e privados a investirem na qualificação profissional.

#### 4.1 HISTÓRICO DOS CURSOS DE ENSINO SUPERIOR DE TURISMO

A formação superior em Turismo teve início na década de 1970, período este em que o Brasil atravessava um dos momentos mais obscuros de sua história, o Regime Militar (1964-1985). O presidente em questão era Emílio Médici (1969-1974) que assumiu o governo após a morte de Costa e Silva e que teve dois pontos de destaque em seu governo: o extermínio da guerrilha e o crescimento econômico denominado de “milagre econômico brasileiro”. Entre os principais pontos deste desenvolvimento econômico estão a inflação moderada, a modernização da indústria de base, de bens de consumo duráveis, das telecomunicações e da produção de energia, a ampliação e criação de empresas estatais de mineração, petróleo e petroquímica, aço, eletricidade e comunicações, os investimentos estrangeiros através das empresas multinacionais, as construções de grandes obras que ocasionam o arrocho salarial, a concentração de renda e o aumento da dívida externa (SCHMIDT, 1997).

É neste contexto que também se dá o desenvolvimento do turismo como ferramenta para o desenvolvimento do país. E a atividade surge como válvula de escape no país em meio aos conflitos e a ditadura militar e como forma de encontrar esperança em meio ao caos, a censura, as lutas, as perseguições e a violência.

Assim, como atividade econômica importante para o desenvolvimento nacional, com o objetivo de melhorar a imagem do país no exterior fazendo com que os estrangeiros vissem o Brasil como um lugar bom, de belas praias, de sol o ano inteiro e de um povo alegre e festivo, o governo começa a investir no turismo fazendo com que fosse esquecida a imagem de um país que sofre com a política da

ditadura.

Com a promoção do turismo no Brasil vem a necessidade de mão de obra qualificada para atender a este público tão exigente que são os turistas e, conseqüentemente, surge a necessidade dos cursos de Turismo. Há três vetores que levaram a formação dos cursos de Turismo do Brasil: 1) o amadurecimento da indústria do turismo (no seu início era classificado como indústria devido ao seu caráter plenamente econômico) e da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo), 2) mudanças no cenário educacional brasileiro que possibilitaram a abertura de novos cursos (ocasionado pela crise educacional da década de 1960) e 3) a valorização do lazer e do ócio no final da década de 1960 (TEIXEIRA, 2006).

A Embratur foi criada em 1966, juntamente com o CNTur (Conselho Nacional de Turismo), através do Decreto-Lei 55, como primeira empresa pública do país no governo de Humberto Castelo Branco e surge para contribuir com a economia nacional como fonte de geração de divisas e empregos (nesta época o turismo era apenas uma divisão do Ministério da indústria e do comércio).

A Embratur então é criada com o objetivo de melhorar a imagem do Brasil no exterior através do planejamento da atividade turística, o que leva ao maior estímulo da iniciativa privada com investimentos no setor hoteleiro e que, posteriormente, fez com que se pensasse no investimento em mão de obra qualificada. É assim que, de acordo com Teixeira (2006), a Embratur promove o Brasil e logo incentiva também os cursos de Turismo no país.

A Embratur, estimulada pelo crescimento do setor turístico no mundo e pelas perspectivas de estabilização da atividade econômica no país, tem como iniciativa a promoção de eventos em termos nacionais para discutir a problemática turística no país. O primeiro evento realizado foi o I Encontro Oficial do Turismo Nacional em 1972, em Brasília, momento em que foram convidados representantes de todos os estados que fizessem parte da cadeia produtiva do turismo, sejam eles ligados a transportes, hotelaria e agências de viagens. Neste encontro houve uma tomada de consciência sobre a importância do setor turístico para o país e a principal discussão foi sobre a necessidade de cursos de formação da área assim como cursos de formação de consciência turística em todos os graus de ensino (HALLAL; MÜLLER; GARCIA; RAMOS, 2010).

A partir de 1940 a procura por cursos de nível superior aumentou, pois

como país subdesenvolvido, o Brasil dependia (e ainda depende) da educação como fator de construção social e o nível superior passa a ser um tipo de orgulho social e também uma solução pessoal para se incluir nas classes dirigentes.

Na década de 1960, os cursos técnicos foram equiparados aos cursos colegiais e estes passaram a permitir o ingresso à faculdade fazendo com que houvesse um aumento no número de alunos com potencial para cursarem um ensino superior (TEIXEIRA, 2006). Esse período chamado de “a crise dos excedentes” retrata a falta de Universidades para demanda de alunos.

Esta demanda de alunos foi motivada pela industrialização, pelo êxodo rural, pela urbanização, pelo avanço dos meios de comunicação e também pela Lei nº 5.540/68 de 28 de novembro de 1968 que alterou a estrutura da educação superior do país resultando na extinção da cátedra, na criação dos sistemas de créditos, na criação dos vestibulares classificatórios e na autorização de criação de cursos superiores de profissionais não regulamentadas (caso do Turismo). Tudo isso levou ao incentivo para criação de mais universidades e novos cursos para atender esta demanda, absorvidos em sua maioria por instituições particulares.

De acordo com Celeste Filho (2002):

No final da década de 1960, início da década de 1970, simultaneamente à possibilidade de criação de cursos profissionalizantes de nível superior, se processa a reforma do Ensino Médio, que passa a fornecer obrigatoriamente formação profissionalizante. É neste contexto da reforma universitária de 1968, anterior à Lei 5.692 de 1971 de reforma do Ensino Médio, que é criado o currículo de Turismo. Inicialmente para um curso técnico profissionalizante de nível médio em 1969 e como currículo mínimo para cursos de nível superior em janeiro de 1971 (CELESTE FILHO, 2002, p.5).

Neste momento, a educação superior passa a ser vista como um bom negócio, o que permite a proliferação de instituições privadas e, conseqüentemente, de cursos de baixo custo e altos lucros que possuem um nível menor de exigência para ingresso e maiores facilidades de horários.

De acordo com Barreto, Tamanini e Silva (2004), o maior nível de exigência para ingressar e os horários mais difíceis de compatibilizar com o trabalho faz com que a maior parte das vagas das instituições públicas de ensino superior sejam ocupadas por classes privilegiadas que tiveram uma boa escola de ensino fundamental e médio e que podem sustentar os estudos sem trabalhar. Atualmente,

de acordo com dados do IBGE (2014) no grupo de pessoas com 25 anos ou mais no ano de 2014, 13,1% possuem nível superior completo e 3,95 cursando.

Assim, o governo optou por deixar que as universidades públicas continuassem a atender as classes sociais elitistas que se voltavam prioritariamente para a pesquisa, desenvolvendo também os cursos de pós-graduação e deixava que a iniciativa privada atendesse a grande demanda de alunos que não tiveram ensino de base de qualidade para ingressar na Universidade pública, lhes restando apenas o ensino de larga escala, que preparasse o aluno para o mercado de trabalho oferecido pelas faculdades particulares (TEIXEIRA, 2007).

Na década de 1970, vários acordos são fechados com o Bird (Banco Interamericano de Desenvolvimento) que oferecia financiamentos para projetos educacionais que seguissem sua mesma filosofia, ou seja, desenvolvimentista e profissionalizante. Neste período, as empresas exigiam qualificação profissional e o mercado é quem ditava e determinava as necessidades para as universidades, ou seja, o sistema educativo atendendo às necessidades socioeconômicas do país (BARRETO; TAMANINI; SILVA, 2004).

Ainda de acordo com Barreto, Tamanini e Silva (2004) a instauração dos cursos de ensino superior de Turismo do Brasil se deu ao fato de que o governo militar incentivou a criação de novos cursos que não fizessem um público “pensante” e que, portanto, não iriam contra os projetos do governo e nem refletiriam sobre a sociedade. As autoras também acreditam que o governo incentivava as áreas como o Turismo, pois estas seriam incapazes de produzir ideologias, poderes e controle social:

Os cursos de Turismo, criando o imaginário das viagens, do *glamour* dos lugares exóticos, do luxo, são mais do que adequados à ditadura, pois mostram aos jovens a imagem de um mundo (ocidental, capitalista) perfeito onde milhões de pessoas viajam e consomem um mundo onde não existem pobreza, doenças ou conflitos, onde “todo mundo viaja”, onde “todo mundo tem cada vez mais tempo livre” e onde seu trabalho será partilhar dessa fabulosa quantidade de dinheiro circulante, bastando para isso “explorar” as belezas do seu “país tropical, abençoado por Deus e bonito por natureza” (BARRETO; TAMANINI; SILVA, 2004, p.54).

O outro fator influenciador na abertura dos cursos de Turismo no Brasil foi a valorização dos estudos sobre o ócio e lazer que aconteceram justamente no mesmo período da expansão dos cursos universitários. Assim, o incentivo para que

o tempo livre fosse bem utilizado se tornou alternativa utilizada pelo setor de Turismo também como forma de controle do governo, visto que esta era uma maneira de saber exatamente como o trabalhador fazia uso deste tempo livre. Inclusive, o SESC (Serviço Social do Comércio) absorveu parte deste setor de lazer e entretenimento oferecendo aos seus comerciários diversas maneiras de aproveitamento do ócio e do lazer (TEIXEIRA, 2006).

Diferentemente dos outros países, que possuíam cursos de Turismo em nível médio ou pós-graduação, o Brasil foi o primeiro país a criar um curso de ensino superior em Turismo (porém, ainda baseado nos cursos técnicos). Desta maneira, os cursos superiores em Turismo (oferecido inicialmente por instituições particulares) começam a existir através do Parecer nº 35/71 do MEC e deu base à Resolução s/nº de 28/01/1971 do CFE (Conselho Federal de Educação) que institui o currículo mínimo com as disciplinas de Sociologia, História do Brasil, Geografia do Brasil, História da Cultura, Estudos Brasileiros e Introdução à Administração (TRIGO, 2008).

O curso superior em Turismo é criado, então, em 1971 na atual Faculdade Anhembi-Morumbi e, logo, o curso tomou força a partir da ECA/USP (Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo) e, posteriormente, abre-se o leque para que outras instituições despontassem para abertura de cursos de Turismo que promoveriam uma ascensão social e econômica e que supriram a carência pelo *status* de um diploma universitário.

### **Quadro 3 – Cronologia da abertura de alguns dos cursos de Turismo no Brasil**

(continua)

1971	Faculdade de Turismo do Morumbi, São Paulo, atualmente Faculdade Anhembi-Morumbi.
1973	Faculdade de Turismo da Guanabara, Rio de Janeiro; Faculdade Ibero-americana, São Paulo; Faculdade de Ciências Exatas, Administrativas e Sociais, União Pioneira de Integração Social, Brasília; Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
1974	Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas.
1975	Universidade Católica de Pernambuco, Recife.
1976	Faculdade Associação Educacional do Litoral Santista, Santos; Faculdade Capital de Administração e Estatística, São Paulo.
1977	Reconhecido o curso de Turismo da Faculdade Hélio Alonso, Rio de Janeiro.
1978	Criado o Centro de Hotelaria da Faculdade de Administração Hoteleira e Turismo (Ceatel ligado ao Senac, São Paulo)
1979	Curso de Hotelaria da Faculdade de Administração Hoteleira, Caxias do Sul, RS.

### Quadro 3 – Cronologia da abertura de alguns dos cursos de Turismo no Brasil

(conclusão)

1980	Associação Educacional Veiga de Almeida, Faculdade de Turismo Embaixador Paschoal Carlos Magno, Rio de Janeiro; Reconhecido o curso de Turismo da PUC-Campinas pela Portaria Ministerial (MEC) nº 335.
1981	Instituto Cultural Newton Paiva Ferreira, Belo Horizonte.
1984	Faculdade de Turismo da Bahia, Salvador; Curso de Hotelaria da Faculdade Hebraico-Renascença, São Paulo.
1989	O Senac/Ceatel cria o Curso Técnico de Turismo (nível secundário) com um ano de duração. Nesse mesmo ano, instalou seu primeiro curso superior regular, o de Tecnologia em Hotelaria.

FONTE: TRIGO, 1998, p. 222.

No início dos anos 1990 e no retorno da democracia surgiram novas instituições de ensino superior (IES) e também novos cursos e novas modalidades de cursos amparadas pela LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação), Lei 9.394 de 20 de dezembro 1996. Essa lei, marco para a educação brasileira, dividiu a educação superior do país em cursos sequenciais, graduação, pós-graduação e extensão.

Resumidamente, Ansarah (2002 *apud* Mota, 2006), divide a evolução dos cursos de Turismo em quatro fases: 1) Criação dos cursos de Turismo em 1970 iniciada pela Faculdade Anhembi Morumbi –SP; 2) Estagnação da oferta dos cursos de Turismo, na década de 1980, o que ocasionou o fechamento de várias turmas devido a problemas econômicos no país; 3) Valorização dos cursos acadêmicos e expansão dos cursos de Turismo, Hotelaria e Administração em várias capitais brasileiras, na década de 1990 e 4) na década de 2000, acontece o equilíbrio entre quantidade e qualidade, com aumento de propostas diferenciadas de cursos com ênfase à flexibilização e a regionalização, como recomenda a LDB.

De acordo com o MEC, no último censo divulgado (2013), o país conta com 2.391 IES, sendo elas, 106 Federais, 119 Estaduais, 76 Municipais e 2.090 Privadas. Afirma ainda que de 2010 a 2013 não houve um grande aumento do número de IES e que, portanto, está entrando em um processo de estabilização. Em 2010 eram 2.378 IES e em 2013, 2.391. Mesmo as Universidades representando apenas 8,2% das IES, ainda são elas as que concentram maior número de matrículas, em 2013, este número correspondia a 53,4% das matrículas totais.

De acordo com a Secretaria de Educação Superior (SESu), unidade do Ministério da Educação responsável por planejar, orientar, coordenar e supervisionar o processo de formulação e implementação da Política Nacional de Educação Superior, entre os anos de 2003 a 2013 houve um acréscimo nas matrículas das Universidades atribuído, principalmente, ao processo de interiorização da oferta da educação superior, ou seja, as IES passaram a oferecer cursos e polos em outras cidades além das grandes capitais. Este acréscimo foi maior na região Nordeste com 94% de crescimento nas matrículas. Houve também uma progressão no número de matrículas nos cursos à distância, evoluindo de 49.911 em 2003 para 1.573.573 em 2013.

Entre 2003 e 2013, a oferta de cursos de graduação evoluiu de 16.505 opções para 32.049, o que representou um crescimento de 94%. O crescimento do número de cursos aconteceu tanto no setor privado quanto no setor público: no setor privado, correspondeu a 96,4%; no público, 91,6% (MEC; SESu, 2014).

Quanto a evolução dos cursos de graduação por grau acadêmico, o bacharelado apresentou os maiores crescimentos, representando 55,9% do total em 2013. Tanto o bacharelado quanto o tecnológico ampliaram o número de cursos ano a ano. Já a licenciatura apresentou um comportamento instável, sendo que em 2011 e em 2013 houve redução do número desses cursos em relação ao ano anterior de 0,1% e 3,3%, respectivamente, apresentando crescimento de 3,6% em 2012. O tecnológico alcançou maior percentual de crescimento (24,5%) de 2010 a 2013, enquanto o bacharelado cresceu somente 7,9%, motivado principalmente pelo menor tempo para formação (INEP; MEC, 2014).

Quanto aos cursos de Turismo, de acordo com pesquisa realizada por Mota e Anjos (2012), o Brasil possuía um total de 1.084 cursos dentro da área do Turismo (incluem-se: Turismo, Hotelaria, Gestão de Turismo, Gestão do lazer, Gastronomia e Eventos), sendo 1 licenciatura, 595 bacharelados, 450 tecnológicos e 38 sequenciais. O único curso de licenciatura na área do Turismo está localizado na UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), na modalidade à distância. A Região Sudeste é a detentora da maior quantidade de cursos (38,5%) e em segundo lugar a Região Nordeste (23,8%).

Em uma pesquisa piloto, a exemplo da pesquisa Mota e Anjos (2012), realizamos uma pesquisa documental e fizemos o levantamento dos seguintes

resultados para o estado do Ceará: Relacionados à área de Turismo (Hotelaria, Gestão de Turismo e Eventos), de acordo com a plataforma e-MEC do Ministério da Educação, há 18 IES com cursos autorizados para Fortaleza. Destas, 3 oferecem cursos na área de eventos, 10 em Gestão de Turismo, 3 em Hotelaria, 12 em Turismo, 1 em Turismo e Hotelaria e 1 com o nome de Turismo Receptivo. Com 16 cursos tecnológicos e 14 bacharelados, 6 na modalidade à distância e os demais na modalidade presencial (24 cursos).

Como será visto, posteriormente, no capítulo 5 referente a metodologia, esta pesquisa foi desenvolvida apenas com as instituições de Ensino Superior de Turismo em Fortaleza, apenas aquelas relacionadas diretamente ao nome Turismo.

#### 4.2 DIRETRIZES DO MEC PARA OS CURSOS DE ENSINO SUPERIOR DE TURISMO NO BRASIL

A Constituição Federal garante no artigo 6º do capítulo II que a educação, o trabalho e o lazer são direitos sociais, ou seja, aspectos pertinentes nesta pesquisa são legislados pela União e pelos Estados.

De acordo com a LDB, no Art. 1º, a educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência, no trabalho, mas também nas instituições de ensino. Já no Art. 43 é descrita a finalidade da educação superior que inclui a formação de diplomados em diferentes áreas de conhecimento aptos a inserção no mercado de trabalho e o estímulo do conhecimento dos problemas do mundo presente, além da prestação de serviços à comunidade.

Desta forma, o ensino superior se propõe a formar profissionais não só que saiam com seus devidos diplomas para se inserirem no mercado de trabalho como também que contribuam com a sociedade como um todo, especificamente nos âmbitos nacionais e regionais.

Ainda na LDB estão descritos os cursos e programas cobertos pelo ensino superior, dividindo-se em cursos sequenciais, de graduação, de pós-graduação e de extensão.

Os cursos sequenciais são destinados àqueles que possuem nível médio, os cursos de graduação diferentemente dos sequenciais são para àqueles que tenham concluído o Ensino Médio e que passaram por processo seletivo. Já os

cursos de pós-graduação que compreendem os cursos de especialização, aperfeiçoamento, mestrado e doutorado, são abertos àqueles que já possuem graduação e, finalmente, os cursos de extensão são abertos a candidatos que atendam às exigências das IES.

No art. 45 fica evidenciado que a educação superior poderá ser ministrada tanto em instituições de ensino público quanto privado. No caso da instituição pública, o Poder Executivo é responsável por sua manutenção e acompanhamento do processo de saneamento, fornecendo recursos adicionais, se necessário for.

O Primeiro Plano Nacional de Educação (PNE) de 2001, apresentava dados de que a matrícula na educação superior havia crescido 9% entre 1998 e 1999 e descreveu 23 metas para melhoria do ensino, entre elas aumentar a oferta em 30% para jovens de 18 a 24 anos, estabelecer diretrizes curriculares nacionais que assegurassem a flexibilidade e a diversidade nos programas de ensino, diversificar a oferta de ensino incentivando a criação de novos cursos noturnos, de cursos sequenciais e de cursos modulares, promover o aumento do número de mestres e doutores em ao menos 5% e criar políticas que facilitem às minorias, vítimas de discriminação, acesso ao ensino superior por meio de compensações a deficiência na formação escolar.

O mais atual PNE, de 2014-2024, dispõe que os estados, municípios e Distrito Federal elaborassem e aprovassem seus planos de acordo com o Plano Nacional. No Plano de Fortaleza, publicado no Diário Oficial de 24 de junho de 2015, consta que em 2010, o estado contava com 48 IES, entre elas, 5 Universidades, 42 faculdades, escolas e institutos e 1 centro de educação tecnológica.

O mesmo Plano de Educação de Fortaleza, estabelece 3 metas: elevação da taxa de matrícula para 50% entre jovens de 18 a 24 anos, garantia de que todos os professores da educação básica possuam formação superior e formação de 50% dos professores da educação básica em nível de pós-graduação.

Quanto à Educação em Turismo, o Ministério do Turismo em suas Diretrizes Nacionais para Qualificação em Turismo (2015) destaca que a qualificação do profissional do Turismo acontece através de um processo contínuo, multidisciplinar e transversal que se realiza por duas vias: A primeira através de cursos, pesquisas, observatórios e eventos diversos e a segunda através de

certificação, que, por meio de comprovação de conhecimentos e habilidades exercidas, leva ao mercado profissionais qualificados.

A educação em Turismo deve estar direcionada para uma reflexão multidisciplinar e para o trabalho em equipe, levando em consideração vários contextos e culturas em que estejam combinados o saber tradicional ou local e o conhecimento aplicado da ciência avançada e da tecnologia (ANSARAH, 2002).

O ensino superior em Turismo no país foi oficialmente instituído pelo MEC através do Parecer CFE nº 35/71, que criou o curso superior de Turismo e este parecer foi confirmado com a Resolução de 28 de janeiro de 1971 através do qual foi fixado o currículo mínimo e a carga horária do curso.

Já as Diretrizes do MEC para os cursos de Turismo têm por objetivo formar um profissional capacitado e apto a atuar em mercados competitivos o que exige deste profissional uma formação generalista que englobe conhecimentos gerais das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas. Além destas, as diretrizes preveem formação específica em áreas culturais, históricas, ambientais, antropológicas, de inventário do patrimônio histórico e cultural, além do agenciamento, organização e gerenciamento de eventos e administração do fluxo turístico.

Entendido como fundamental para o desenvolvimento do país, o Turismo ganha uma pasta nos ministérios e em 2003 foi criado o Ministério do Turismo e um novo Plano Nacional 2003-2007 que descreve em um dos seus objetivos específicos ampliar e qualificar o mercado, contudo suas metas não levam em consideração o ensino do turismo e qualificação dos profissionais que nele trabalham.

No mais atual Plano Nacional de Turismo 2013-2016 a qualificação profissional é citada na ação de fomento, regulação e qualificação dos serviços turísticos. Esta ação visa a qualificação dos profissionais e gestores turísticos, por meio de ações relacionadas ao desenvolvimento de metodologias, conteúdos, ferramentas tecnológicas e pedagógicas para o aprimoramento e atualização das competências profissionais e do fomento à oferta de cursos de aperfeiçoamento em diferentes áreas do conhecimento.

A ação também prevê o incentivo à formação de mão de obra para o primeiro emprego no setor, por meio da articulação com instituições públicas, em particular o MEC e o Ministério do Trabalho e Emprego, de acordo com a demanda

do mercado de trabalho do turismo. Desta maneira, a principal finalidade do Ministério com esta ação é de melhorar a qualidade dos serviços prestados ao turista e aumentar a empregabilidade e a competência dos profissionais por meio da qualificação.

O Ministério do Turismo prevê dezesseis diretrizes para formação profissional, das quais, relacionadas ao ensino superior destacam-se: adotar e estimular a oferta de cursos nos formatos à distância, presencial e semipresencial, fora ou no próprio ambiente de trabalho; a articulação da teoria com a prática, nas diversas ofertas de formação; fomentar e divulgar a pesquisa científica, ampliando o conhecimento na área do Turismo e a operacionalização da PNQT (Política Nacional de Qualificação para o Turismo) deve se efetivar de forma descentralizada, com parcerias entre as esferas pública e privada.

Já o MEC institui as diretrizes para os cursos de ensino superior de Turismo com base na LDB. O Parecer CES/CNE 0146/2002, fixa os currículos mínimos dos cursos de Turismo no Brasil facilitando, desta maneira, as transferências entre instituições, o fornecimento de diploma profissional, assegurando a uniformidade mínima profissionalizante, permitindo a fixação da duração dos cursos e observando as normas gerais do país que assegure ao estudante a “igualdade de oportunidades”.

O mesmo Parecer analisa os PCN de 11 cursos, entre eles o de Turismo, a partir dos segmentos: a) diretrizes comuns aos cursos e b) diretrizes específicas por curso. As diretrizes comuns abrangem o Projeto Político Pedagógico, a Organização Curricular, os Estágios e atividades complementares, o acompanhamento e avaliação da monografia. Já as diretrizes específicas tratam do perfil desejado do formando, das competências e habilidades e dos conteúdos curriculares. Este parecer foi revogado pelo CNE/CES 67 de 11 de março de 2003.

O mais recente documento sobre as diretrizes do MEC para os cursos de graduação em Turismo estabelece que

As Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Turismo devem refletir uma dinâmica que atenda aos diferentes perfis de desempenho a cada momento exigidos pela sociedade, nessa “heterogeneidade das mudanças sociais”, sempre acompanhadas de novas e mais sofisticadas tecnologias, a exigir contínuas revisões do Projeto Pedagógico de um curso para que ele se constitua a caixa de ressonância dessas efetivas demandas, através de um profissional adaptável e com a

suficiente autonomia intelectual e de conhecimento para que se ajuste sempre às necessidades emergentes, notadamente na expansão do turismo em suas múltiplas modalidades, no Brasil e no mundo (CNE;CES 0288/2003).

Este Parecer ainda deixa evidente que as IES são responsáveis por assegurar a preparação de profissionais qualificados para o Turismo, que estejam aptos ao desenvolvimento social e também aptos às mudanças, sendo, portanto, um profissional adaptável. E ainda estabelece as diretrizes comuns e específicas aos cursos de ensino superior em Turismo.

Quanto à organização do curso, as IES devem indicar claramente o regime da oferta, os componentes curriculares, a organização do estágio supervisionado, as atividades complementares e a monografia, projeto de iniciação científica ou um TCC – trabalho de conclusão de curso.

Quanto ao Projeto Pedagógico, devem constar como elementos estruturais os objetivos gerais do curso (institucional, político, geográfico e social), as condições de oferta e vocação do curso, as cargas horárias, as formas de interdisciplinaridade, os modos de integração entre a teoria e à prática, as formas de avaliação do ensino e da aprendizagem, os modos de integração entre a graduação e a pós-graduação, quando for o caso, o incentivo à pesquisa, a concepção e a composição do estágio supervisionado e também das atividades complementares.

Quanto ao perfil desejado do formando nos cursos de graduação em Turismo, o Parecer estabelece que:

deverá oportunizar a formação de um profissional apto a atuar em mercados altamente competitivos e em constante transformação, cujas opções possuem um impacto profundo na vida social, econômica e no meio ambiente, exigindo uma formação ao mesmo tempo generalista, no sentido tanto do conhecimento geral, das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas, como também de uma formação especializada, constituída de conhecimentos específicos, sobretudo nas áreas culturais, históricas, ambientais, antropológicas, de Inventário do Patrimônio Histórico e Cultural, bem como o agenciamento, organização e gerenciamento de eventos e a administração do fluxo turístico (CNE;CES 0288/2003).

O Parecer lista dezenove competências e habilidades que os cursos de graduação em Turismo devem oportunizar aos profissionais formados, entre elas, destacamos: a) a compreensão das políticas nacionais e regionais, b) o uso de

metodologia adequada para o desenvolvimento de planejamento das ações turísticas (projetos, planos e programas), c) domínio de técnicas de planejamento, gerenciamento e operacionalização de novos negócios turísticos, incluindo sua viabilidade financeira e econômica, d) comunicação interpessoal, intercultural e interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade e segmento social, e) domínio de diferentes idiomas, f) manejo com informática e outros recursos tecnológicos, f) integração em ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, g) compreensão da complexidade do mundo globalizado e h) humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.

Para Silva e Mota (2013) o perfil profissional precisa estar adequado à realidade do mercado de trabalho local e, neste mercado, há uma demanda crescente por profissionais dinâmicos, flexíveis e adaptáveis a diferentes situações, capazes de compor equipes e disputar vagas cada vez mais requisitadas no mercado de trabalho.

Especificamente no referente aos cursos tecnológicos, regulamentados pelo Parecer CNE/CES 436/2001, estes são considerados como cursos de graduação e, portanto, são regidos pelas Diretrizes Curriculares Nacionais. Desta forma, podem ser ministrados por Universidades, Centros Universitários, Centros de Educação tecnológica, Faculdades e Institutos de Ensino Superior.

Os cursos tecnológicos de acordo com CNE 277/2006 foram agrupados em 10 eixos temáticos, sendo o turismo o IV eixo e envolve os cursos de eventos, gastronomia, gestão de turismo, gestão desportiva e de lazer e hotelaria. Compreende, portanto, tecnologias relacionadas a recepção, entretenimento e interação, além de envolver planejamento, organização, operação e avaliação de produtos e serviços inerentes à hospitalidade e ao lazer.

#### 4.3 CURRÍCULOS DOS CURSOS DE TURISMO

O currículo dos cursos superiores é o caminho a ser percorrido para a qualificação profissional, é através dele que se forma a identidade dos cursos e a atuação do profissional. Neste enfoque, a construção do aprender e do ensinar, preconizadas pelo currículo são mediatizadas pelo diálogo das experiências vividas apresentadas e pela ação prática (HOLANDA; LEITINHO, 2011).

O currículo para os cursos superiores de Turismo foi estabelecido através do parecer 853/71 pelo Conselho Federal de Educação e na década de 90, com a finalidade de ajustar os cursos à formação acadêmica em Turismo, o MEC elaborou as Diretrizes Curriculares Nacionais que atendessem as necessidades de mercado aliando uma formação humanística e uma capacidade técnica (BARRETO, TAMANINI; SILVA, 2009).

Na atual Resolução nº 13, de 24/11/2006, no referente aos conteúdos curriculares, estes são divididos em três: i) conteúdos básicos, que envolvem aspectos sociológicos, antropológicos, históricos, geográficos, culturais e artísticos, ii) conteúdos específicos, ou seja, relacionados a Teoria Geral do Turismo, a Teoria da Informação e Comunicação e suas relações com o Direito, a Economia, a Estatística e a Contabilidade, além do domínio de no mínimo, uma língua estrangeira e iii) conteúdos teórico-práticos, que envolvem visitas técnicas, inventário turístico e laboratórios de aprendizagem e estágios.

Para Canuto e Letinho (2011) o currículo deve ser o condutor da educação e, para tanto, deve expressar uma conexão entre os diversos conhecimentos de maneira ampla, que discuta sobre a realidade social, que deve estar ponderado, no caso da Resolução nº 13, de 24/11/2006, pelas reflexões de aspectos sociológicos, antropológicos e etc.

As IES, quanto a organização curricular, poderão adotar: regime seriado anual, regime seriado semestral, sistema de créditos com matrícula por disciplina ou módulos acadêmicos.

Quanto ao estágio curricular supervisionado, está direcionado ao desempenho desejado do perfil do formando. Nos cursos de bacharelado, ele é componente obrigatório (Resolução nº 13, de 24/11/2006), contudo, nas Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação em Turismo, o estágio pode ser ou não incluído pelas IES. Para isso, é necessário emitir regulamentação aprovada pelo Conselho Superior Acadêmico da IES, documento este, em que deverão constar critérios, mecanismos e procedimentos de avaliação, portanto,

o Estágio Curricular Supervisionado deve ser concebido como conteúdo curricular implementador do perfil do formando, consistindo numa atividade opcional da instituição, no momento da definição do projeto pedagógico do curso, tendo em vista a consolidação prévia dos desempenhos profissionais desejados (CNE;CES 0288/2003).

As Atividades Complementares diferem-se do estágio curricular, mas são também componentes curriculares implementadores do perfil do formando e abrangem projetos de pesquisa, monitoria, iniciação científica, projetos de extensão, módulos temáticos, seminários, simpósios, congressos, conferências e outras disciplinas oferecidas por outras Instituições de Ensino. Estas atividades complementares devem estar concebidas no Projeto Pedagógico do Curso.

Quanto ao Acompanhamento e Avaliação, cada IES deverá adotar formas específicas e alternativas que envolvam todos os atores envolvidos no processo de ensino e aprendizagem considerando o perfil desejado do formando, as relações professor-aluno, aluno-aluno, aluno-instituição. Os planos de ensino deverão ser fornecidos aos alunos antes do início do período letivo e neles devem constar os conteúdos, as atividades, a metodologia, os critérios de avaliação e a bibliografia básica das disciplinas.

O último tópico das diretrizes (CNE/CSE 0288/2003) para os Cursos Superiores de Turismo trata de Monografia/Projetos/Trabalho de Conclusão de Curso como componente curricular opcional. No Projeto Pedagógico do Curso deverá constar qual a opção da IES sobre a inclusão de TCC (Trabalho de Conclusão do Curso - monografia, projeto de iniciação científica ou projetos de atividades centrados em determinada área teórico-prática ou de formação profissional do curso) para efeito de avaliação final e definitiva do aluno.

Para Barreto, Tamanini e Silva (2004) os cursos de Turismo incorporaram rapidamente em seus currículos a substituição dos conteúdos pela criação de competências e habilidades e priorizam planos pedagógicos tecnológicos o que dificulta um processo educacional voltado à concepção humanista de onde oriunda o conceito de Universidade e a qual ela se propunha. Este posicionamento direcionado ao tecnológico, na visão das autoras, não permite que os estudantes de Turismo se apropriem do *corpus* teórico existente acerca da área de Turismo e formam profissionais que atendam as necessidades do mercado, porém sem preocupação com a sociedade e com a humanização:

A universidade comprou um discurso, levando assim a que, a cada monografia, os alunos “criem” produtos que já vêm sendo criados há 20 anos, num permanente reinventar da roda sem verificar o conhecimento acumulado, contribuindo, dessa forma, para que não haja desenvolvimentos significativos na teoria turística (BARRETO; TAMANINI; SILVA, 2009, p. 69).

Morin (2009) também acredita no caráter conservador, regenerador e geral da Universidade e quando trata da reforma do ensino universitário também afirma que o objetivo vital de qualquer reforma integra uma reforma do pensamento que possa viabilizar e permitir o emprego total da inteligência, assim, seria necessário primeiramente uma reforma nas mentes de quem faz a Universidade:

A reforma do pensamento contém uma necessidade social-chave: formar cidadãos capazes de enfrentar os problemas de seu tempo. Com isso, tornar-se-ia possível frear o debilitamento da democracia que suscita, em todos os campos da política, a expansão da autoridade dos *experts*, de especialistas de toda ordem, que limitam progressivamente a competência dos cidadãos condenados à aceitação ignorante daqueles que são considerados conhecedores, mas que de fato, praticam uma compreensão que rompe com a contextualidade e globalidade dos problemas (MORIN, 2009, p. 27).

Os currículos com disciplinas muito díspares, de acordo com Barreto, Tamanini e Silva (2004), acabam por formar profissionais generalistas com noções superficiais acerca do funcionamento do sistema do Turismo e também sobre como executar determinadas tarefas da área do Turismo, ou seja, “não preenchem os requisitos nem para pensar o turismo nem para prestar serviços de qualidade” (p. 75-76).

Assim, para que o currículo dos cursos de Turismo atinja seu propósito de formar profissionais aptos a exercer suas funções no mercado de trabalho, seria necessário, primeiramente, definir qual a definição de Turismo que orienta as propostas pedagógicas do cursos, de forma a levar em consideração que o Turismo é um fenômeno social e humano que está interligado a fenômenos econômicos, políticos, culturais entre outros, daí se pode definir também o perfil do aluno de Turismo e o perfil dos professores dos cursos de Turismo até se chegar aos aspectos teóricos e metodológicos de cada disciplina:

Por isso consideramos fundamental definir, no projeto político-pedagógico do curso, qual é o seu projeto social, com base em quais necessidades e por quais setores da sociedade foi solicitado (...). É compreender que ensinar é uma ação social intencional que deve ser planejada, portanto, deve possuir referencial filosófico-pedagógico. (...) Outra grande tarefa é definir o conceito de turismo que orienta essa proposta pedagógica. É preciso estabelecer suas bases conceituais, pois delas dependerá toda a organização da grade curricular e das práticas de ensino que deverão ser implementadas no processo pedagógico do curso (BARRETO; TAMANINI; SILVA, 2004, p. 79).

Para Onzi e Batomê (2005) os cursos de graduação em Turismo devem estar organizados de maneira que o profissional seja capaz de se comportar minimamente conforme previsto no projeto de cada curso e as disciplinas ofertadas por estes cursos de graduação devem garantir o aprendizado de um determinado conjunto de comportamentos que sejam importantes para o exercício do profissional no setor.

Assim, as IES devem estar atentas quanto ao aprimoramento do currículo, verificando quais os seus efeitos ou mudanças que possam produzir aprendizagem no estudante, lembrando que a IES é política e, portanto, imprime também uma intencionalidade política em seu projeto de formação (CANUTO; LEITINHO, 2011).

## **5 METODOLOGIA**

### **5.1 MÉTODO DE ABORDAGEM**

Como ressalta Lakatos e Marconi (1992), o método é o conjunto de atividades que com maior segurança e economia nos permite alcançar o objetivo através de um caminho a ser seguido e que nos auxilia na tomada de decisões. Para Lakatos e Marconi (1992) há quatro principais métodos de pesquisa: indutivo, dedutivo, hipotético-dedutivo e dialético.

Gil (2008), por sua vez, destaca, que para determinado conhecimento ser considerado científico é necessário identificar operações mentais e técnicas que possibilitem chegar a este conhecimento. Para isso, Gil (2008) classifica os métodos em dois grandes grupos: os métodos que proporcionam as bases lógicas da investigação (ou seja, dedutivo, indutivo, hipotético-dedutivo, dialético e fenomenológico) e os métodos que indicam os meios técnicos da investigação (experimental, observacional, comparativo, estatístico, clínico e monográfico).

Tendo em vista as análises que realizamos, podemos caracterizar nossa pesquisa como hipotético-indutiva cuja abordagem parte de um problema para a formulação de hipóteses que são testadas afim de se chegar a sua comprovação, ou seja, ou as hipóteses são refutadas ou, a partir deste momento, surge uma nova teoria que segue até que possa ser novamente contestada (LAKATOS; MARCONI, 1992).

Em nossa pesquisa analisamos as definições de Turismo que os alunos em formação nos cursos de Turismo de Fortaleza possuem e em que aspectos confirmam os PPCs dos cursos de suas instituições.

### **5.2 MÉTODO DE PROCEDIMENTOS**

#### **5.2.1 Tipo de pesquisa**

Seguindo a categorização proposta por Gil (2002) à respeito dos objetivos da pesquisa, na primeira fase, chamada de exploratória, constaram a escolha do tema, elaboração do Quadro Norteador da Pesquisa – Anexo 1 (QNP) e elaboração

de um projeto piloto, já descrito no subcapítulo 4.1.

Iniciamos o estabelecimento das categorias fundantes que sustentam esta dissertação e, a partir daí, fizemos a compilação e fichamentos das obras fundamentais. De acordo com Minayo (2009), a fase exploratória da pesquisa:

É o tempo dedicado – e que merece empenho e investimento – a definir e delimitar o objeto, a desenvolvê-lo teórico e metodologicamente, a colocar hipóteses ou alguns pressupostos para seu encaminhamento, a escolher e a descrever os instrumentos de operacionalização do trabalho, a pensar o cronograma de ação e a fazer os procedimentos exploratórios para escolha do espaço e da amostra qualitativa (2009, p. 26).

Posteriormente, fizemos uma pesquisa bibliográfica acerca das noções de lugar, não-lugar, paratopia e conceitos sobre o que vem a ser Turismo e destino turístico, descrevendo as definições de diversos autores além de trazer um histórico político e social e em que contexto se deu a abertura dos cursos de Turismo no Brasil, finalizando com as diretrizes mais recentes do MEC sobre o funcionamento destes cursos.

A segunda fase deste trabalho foi a do estudo documental (Anexo 2), através do qual fizemos um levantamento das instituições de ensino que possuem autorização para ministração de cursos na área do Turismo em Fortaleza (turismo, gestão de turismo, eventos, hospedagem). Estas instituições estão cadastradas junto ao MEC, no sistema on-line e-MEC, onde constam todas as instituições de ensino superior com autorização para cursos tecnológicos, bacharelados e licenciaturas e, também, no sistema on-line SISTEC, onde estão cadastradas as instituições que possuem autorização para ministração de cursos técnicos.

Para Severino (2007) a pesquisa documental é útil para a abordagem e tratamento do objeto e, neste tipo de pesquisa, têm-se como fonte, documentos não só impressos, mas também digitais que ainda não tiveram tratamento e são, portanto, matéria-prima a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise.

Leitinho, Holanda, Freitas e Moita (2011) deixam claro que há uma diferença entre a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental, pois a primeira é uma fonte secundária que compreende obras já editadas abordando o tema do assunto e tem por finalidade propiciar uma visão macro do problema investigado para focá-lo de forma mais específica. Já a segunda, é fonte de dados primária que

ainda não foi tratada e com foco específico para o tema em estudo, além disso, propicia o exame do tema sob um novo enfoque ou abordagem.

A partir deste momento, realizamos uma categorização quantitativa das instituições de ensino e dos cursos de Turismo de Fortaleza por modalidade, grau e periodicidade (Anexo 3) para seguirmos à delimitação do universo da pesquisa (Anexo 4).

Posterior a pesquisa documental, definimos o universo da pesquisa e os instrumentos para coletas de dados (subcapítulo 5.2.2) e efetuamos o trabalho ou pesquisa de campo que permite uma maior aproximação entre o pesquisador e a realidade sobre a qual formulou seus questionamentos de pesquisa (MINAYO, 2009).

Fizemos ainda um levantamento de quais desses cursos, sejam eles bacharelados ou tecnológicos, possuem um projeto pedagógico do curso e, a partir daí, realizamos uma análise de conteúdo (AC) (BARDIN, 1977) dos PPCs nos cursos de Turismo de Fortaleza.

Foi realizado também um levantamento e análise de conteúdo (BADIN, 1977) dos PPCs e propostas curriculares dos cursos de Turismo de Fortaleza, o que eles têm em comum e em que divergem e também uma comparação com as diretrizes exigidas pelo MEC, com o objetivo de fazer adequações aos currículos, para que estes se atendam às necessidades dos alunos concluintes e, assim, estes possam ser melhor encaminhados ao mercado de trabalho cada vez mais exigente e tecnológico.

A AC como um método empírico se dedica a interpretação do discurso de um sujeito, podendo esta análise ser feita sobre os significados como também sobre os significantes com o objetivo de descrever o conteúdo do discurso emitido:

Tal como um detetive, o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência por procedimentos mais ou menos complexos. Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumida após o tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma à outra (BARDIN, 2009, p. 41).

Definidos os tipos de pesquisa que seriam realizados, partimos para os procedimentos necessários para a realização da pesquisa e alcance dos objetivos.

### 5.2.2 Delimitação do universo

Foram utilizados para nosso trabalho, como critério de organização e delimitação do universo, apenas os cursos de nível superior, ou seja, os cursos de bacharelado, tecnológicos e licenciaturas. Excluímos portanto, de nossa análise, os cursos técnicos por entender que estes não possuem um PPC e não nos forneceria as respostas para os questionamentos da pesquisa. No Brasil, como dito no subcapítulo 4.1, há somente um curso de licenciatura em Turismo e este se encontra no estado do Rio de Janeiro.

Na catalogação dos dados, apenas uma instituição possuía curso superior em eventos, a Universidade de Fortaleza - UNIFOR, todos os outros cursos são de nível técnico. Mesmo sendo a primeira universidade particular de nosso estado, como não necessariamente o conceito de eventos ou a gestão deles está envolvida diretamente com a definição de Turismo, este curso foi retirado da análise.

Como delimitação do universo da pesquisa, contamos com 6 cursos de bacharelado e 2 cursos tecnológicos cujo nome do curso fosse Turismo e/ou gestão de Turismo, por entender que estes estarão a frente da administração dos negócios turísticos. Desta maneira, foram excluídos cursos na área de eventos e também hospedagem. Totalizando 6 IES que, na época do contato, estavam em funcionamento, possuíam pelo menos uma turma formada e apenas na modalidade presencial (Anexo 4).

As IES que fizeram parte da pesquisa foram: Faculdade Nordeste, Faculdade de Tecnologia Lourenço Filho, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Universidade Estácio de Sá, Faculdade Cearense e Instituto de Ensino Superior de Fortaleza.

Buscando responder aos objetivos da pesquisa, participaram da coleta de dados apenas os alunos concluintes dos cursos de ensino superior em Turismo de Fortaleza, ou seja, aqueles que já tivessem concluído as disciplinas curriculares. Em um total de 85 alunos que estavam em fase de conclusão de curso rebemos 26 respostas.

Foi realizado também um levantamento e análise dos PPCs, propostas curriculares e ementas das disciplinas dos cursos de Turismo em Fortaleza. Quanto a coleta destes, houve resistência por parte das instituições em fornecer os

documentos, pois alegaram ser documento restrito ao pessoal interno. Das seis instituições apenas duas disponibilizavam o PCCs nos respectivos sites, uma fez o envio por e-mail e as demais se negaram a disponibilizar o documento por e-mail ou por meio impresso.

Também não tivemos acesso às ementas das disciplinas, por este motivo, observamos as matrizes curriculares e comparamos os nomes das disciplinas para entender, quais disciplinas eram semelhantes e quais divergiam entre os currículos das IES de Fortaleza.

### **5.2.3 Procedimentos e instrumentos para coleta de dados**

Podemos considerar nossa pesquisa como qualitativa, pois se ocupa com um nível de realidade que não pode ou não deveria ser quantificado, dessa, forma “trabalha com um universo de significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores, das atitudes” (MINAYO, 2009, p. 21) e este conjunto de fenômenos é entendido como parte de uma realidade social. Por este motivo e na intenção de alcançar os objetivos propostas por esta pesquisa, adotamos como procedimento para coleta de dados a observação direta extensiva dos instrumentos que serão descritos no subcapítulo 5.2.2.2

Para a pesquisa de campo, utilizamos o questionário como instrumento de coleta de dados (Anexo 5). Lakatos e Marconi (2003) ressaltam que o questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas sem a presença do pesquisador. Em média, os questionários enviados alcançam uma devolução de 25%.

As perguntas utilizadas para esta pesquisa são classificadas como: *perguntas abertas* que permitem ao informante responder livremente usando sua própria linguagem, *perguntas dicotômicas*, em que o informante escolhe apenas uma opção, perguntas de múltipla escolha com mostruário, que apresentam uma série de respostas e *perguntas de fato* que dizem respeito a questões concretas e fáceis de precisar (LAKATOS; MACONI, 2003).

Inicialmente os questionários seriam aplicados pessoalmente, mas devido a indisponibilidade dos alunos de estarem nas instituições, pois estes só frequentam nos dias de orientação, repensamos a forma de aplicação e este foi disponibilizado

na plataforma do *Google Formulários* (plataforma online da Google para desenvolvimento de formulários online cujas respostas são encaminhadas para o e-mail do pesquisador) e enviado aos coordenadores dos cursos de Turismo que encaminharam o *link* da pesquisa aos seus alunos (Anexo 6).

O questionário foi enviado no 2º semestre de 2016, entre os meses de setembro a dezembro e também janeiro de 2017 e as respostas foram recebidas diretamente no e-mail da pesquisadora. No total foram recebidos 26 questionários de um total de 85 alunos que estavam em processo de escrita do TCC.

No referente à pesquisa documental dos PPCs, houve resistência por parte das IES em fornecer os documentos, pois alegaram ser documento restrito ao pessoal interno.

#### **5.2.4 Descrição de análise de dados**

Para análise dos dados coletados, nas questões 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10 e 11 do questionário e nas análises dos PPCs utilizamos a análise de conteúdo de Bardin (2009), método empírico que aparece “como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2009, p. 40), podendo ser uma análise dos significados, portanto uma análise temática e também uma análise de significantes, ou seja, uma análise lexical e de procedimentos. No caso desta pesquisa, nos utilizamos da análise temática e categorial:

Esta pretende tomar em consideração a totalidade de um “texto”, passando-o pelo crivo da classificação e do recenseamento, segundo a frequência de presença (ou ausência) de itens de sentido. É o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem (BARDIN, 2009, p. 38-39).

Ainda acerca da AC de Bardin (2009), nos utilizamos, na questão 3, da técnica de associação livre de palavras, através da qual pedimos aos alunos que associassem livremente três palavras aos vocábulos PODER PÚBLICO e TURISMO (palavras induzidas). A partir das palavras relacionadas pelos alunos, reunimos e descontamos as palavras idênticas, sinônimas ou próximas em nível semântico para, posteriormente, categorizá-las e quantificá-las. Esta relação entre o poder

público e o turismo é importante para que possamos identificar o que desta relação faz parte da definição de Turismo na visão dos alunos em formação.

Para realizarmos todos estes estudos, seguimos os três passos propostos por Bardin (2009) para a organização de uma análise de conteúdo, ou seja, a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

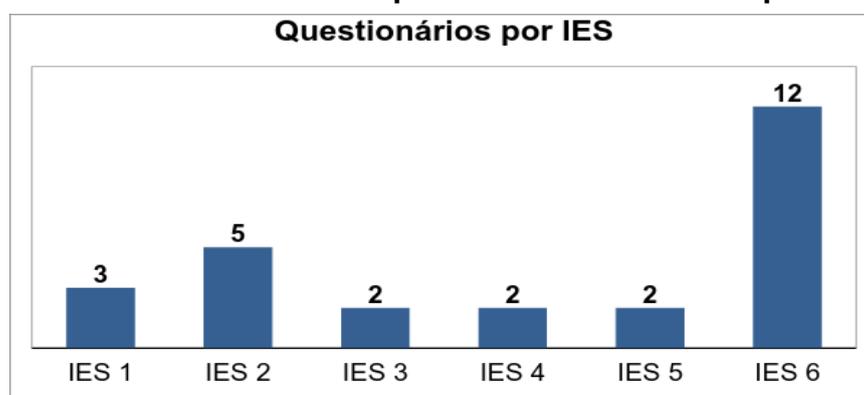
Para a questão 9, fizemos uma análise exclusivamente quantitativa e percentual dos alunos que estavam matriculados em cursos tecnológicos ou bacharelados. Cálculos e gráficos foram realizados no Excel, programa do pacote Office Microsoft.

## 6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 6.1 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS QUESTIONÁRIOS

Como já dito no capítulo 5 referente a metodologia, para coleta de dados utilizamos o instrumento questionário disponibilizados aos alunos concluintes dos cursos de Turismo, através da plataforma online do Google Formulários (Anexo 6). No total foram recebidos 26 questionários de um total de 85, ou seja, 36% do total de alunos concluintes.

**Gráfico 1 – Número de questionários recebidos por IES**



FONTE: Elaborado pela autora.

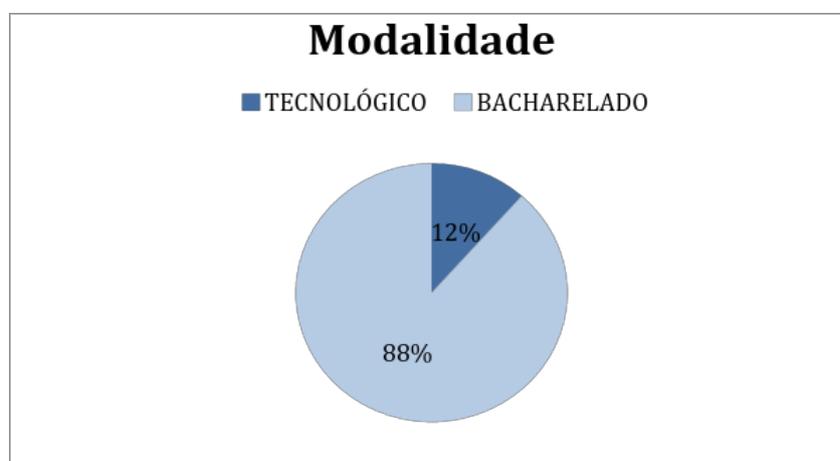
O Gráfico 1 demonstra a quantidade de questionários recebidos por cada instituição de ensino. A IES 6 foi da qual recebemos mais retorno, mas também era a instituição com mais alunos concluintes. O *link* do questionário foi enviado aos professores orientadores e estes repassaram aos seus alunos, pois desta forma haveria maior confiabilidade dos alunos em responder e não excluir o e-mail, pois este poderia ir para as caixas de *spam* ou lixo eletrônico. Mesmo assim, percebemos o pouco interesse dos alunos em contribuir para as pesquisas na área em que trabalham ou pretendem trabalhar.

As pesquisas em Turismo, assim como as pesquisas em qualquer outra área, são de extrema importância para que possamos entender o fenômeno do Turismo. De acordo com Morin (2009) não é suficiente problematizar o homem, a natureza, o mundo e Deus, mas é necessário problematizar as soluções para os problemas das ciências, das técnicas e do progresso. Minayo (2009) corrobora com

esta ideia quando afirma que é a pesquisa que alimenta a atividade de ensino e a atualiza frente à realidade do mundo. Embora seja uma prática teórica, a pesquisa vincula pensamento e ação, ou seja, nada pode ser intelectualmente um problema se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática .

No referente à modalidade de ensino (questão 9), conforme Gráfico 2, das IES desta pesquisa, 12% dos cursos são tecnológicos e 88% dos cursos são de bacharelado.

**Gráfico 2 – Modalidade de ensino das IES pesquisadas.**



FONTE: Elaborado pela autora.

Conforme Barreto, Tamanini e Silva (2004) a maioria dos países dá preferência pela contratação de tecnólogos (em nossa pesquisa apenas 12% dos cursos pertencem a esta modalidade), na Austrália 5% e no Reino Unido 10% são de graduados universitários e, há ainda, a preferência por contratar pessoas diplomadas com dois anos de faculdade. Pelo menos de acordo com nossa pesquisa, as IES estão na contramão do mundo, investindo em cursos de bacharelado ao invés dos tecnológicos.

Os cursos tecnológicos são de nível superior e são regulados pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica direcionando-se à formação profissionalizante em áreas especializadas e conduzem ao diploma de Tecnólogo. Já os cursos de graduação variam de acordo com o tempo de duração e podem conferir diplomas de bacharel ou licenciado. São cursos regulares, regidos pela SESu/MEC e buscam o equilíbrio entre teoria e prática habilitando os concludentes a

desempenharem atividades profissionais de nível superior em várias áreas do conhecimento. Devem ter formação humanística e desenvolver iniciação à pesquisa (MOTA, 2007).

A partir deste conhecimento da modalidade de ensino e da importância que os alunos dão à pesquisa, iniciamos a análise das perguntas do questionário que foram destinadas aos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza.

### QUESTÃO 1 - QUAL A SUA DEFINIÇÃO DE TURISMO?

Esta questão responde ao objetivo geral desta pesquisa e para ela utilizamos a análise categorial e temática de Bardin (2009), tendo como base a definição de Turismo como um deslocamento de pessoas para um lugar que não lhe pertence, com as mais diversas motivações possíveis através do qual o turista experimenta e vivencia este lugar visitado, sendo uma atividade econômica, política e também social (PANOSSO, 2007). Com base nesta definição, fizemos primeiramente uma lista de categorias que envolvessem as palavras/temas constantes na definição acima e outras que foram recorrentes nas definições apresentadas pelos alunos.

#### Quadro 4 – Definições de Turismo por alunos das IES

(continua)

IES	SUJEITO (ALUNO)	CONCEITO
IES1	IES1S1	É o deslocamento de uma pessoa ou um grupo de pessoas de seu habitat, sua residência para outro num período superior a 24h e inferior a 365 dias sem remuneração.
	IES1S2	É uma ciência que trabalha no setor econômico, social, ambiental compreendendo as atividades que as pessoas fazem durante suas viagens, sendo elas superiores a um dia e inferiores a um ano.
	IES1S3	Acredito que Turismo é uma atividade socio-econômica que envolve todos os processos, desde a decisão de o turista realizar uma viagem, até todo o planejamento e organização da localidade que vai recebê-lo, envolvendo todos os setores, como transportes, hotelaria, A&B, entre outros.
IES 2	IES2S1	Não respondeu.
	IES2S2	Ação de deslocamento das pessoas que saem de seu ambiente comum para um outro diferente por tempo indeterminado.
IES 3	IES3S1	Atividade realizada por turista que sai de seu entorno por um período menor que um ano.
	IES3S2	Turismo pra mim são experiências e vivências fora de sua cidade, além de toda cadeia de serviços interligados para o bem estar do viajante.

### Quadro 4 – Definições de Turismo por alunos das IES

(conclusão)

IES 4	IES4S1	Consiste no deslocamento de um indivíduo para uma localidade fora de seu entorno habitual, com o intuito de descansar e/ou praticar atividades de lazer, comerciais, educacionais, religiosas e medicinais.
	IES4S2	Deslocamento, a negócio ou lazer, para um local diferente do qual habita.
IES 5	IES5S1	Turismo é a prática de pessoas que saem do seu lugar de origem para outro, seja a lazer ou trabalho no período menor a um ano.
	IES5S2	Deslocar-se do lugar onde vive com algum objetivo seja lazer ou negócios.
	IES5S3	Turismo é uma forma de negócio, pois possui várias áreas de atuação. Também é valorização de culturas; contemplação e preservação da natureza com o ECOTurismo, aprendizado histórico, preservação de patrimônios culturais, trocas de conhecimento, experiências e valores!
	IES5S4	Experiência.
	IES5S5	Realizar atividade de ida a algum lugar, se relacionando com sua cultura e gerando lucro para a economia.
IES 6	IES6S1	Turismo pra mim é a prática da viagem numa primeira visão, porque não se pode fazer turismo na cidade em que mora por exemplo, e daí pensa-se também que para que o turismo aconteça não obrigatoriamente, mas é muito importante que tenha uma boa infraestrutura de apoio, e que se utilize todo o meio turístico como os hotéis, bares, restaurantes, transportes.
	IES6S2	Turismo é atividade onde o indivíduo tem que se deslocar do seu local habitual para outro local em busca de alguma atividade, diversão, negócio ou ato religioso.
	IES6S3	Turismo é o fenômeno que envolve o deslocamento de pessoas para um lugar que não seja de sua residência, por no mínimo 24 horas, não permanente, não remunerado.
	IES6S4	Deslocamento de pessoas do seu local de origem com permanência a mais do que 24hrs.
	IES6S5	É o desejo ou necessidade de se ausentar de sua localidade residente, de explorar outros lugares, paisagens e culturas por um período superior a 24hs.
	IES6S6	Turismo é o conjunto de atividades que envolvem o deslocamento de pessoas de um lugar para outro, seja ele doméstico ou internacional.
	IES6S7	É o deslocamento de pessoas de sua residência para outros lugares por diversos motivos e motivações, desde que não ultrapassem um ano, mas que usem alojamento e não sejam remunerados, e nem realizem atividades econômicas, mas busquem satisfação pessoal etc.
	IES6S8	Não respondeu.
	IES6S9	Uma atividade que envolve pessoas, lugares e emoções.
	IES6S10	É uma viagem programada antecipadamente ou não, com seu respectivo motivo de promover ao turista realização do seu propósito.
	IES6S11	Não respondeu.

FONTE: Elaborado pela autora.

Para os alunos da IES 1, foi importante destacar a questão do tempo, 2 (dois) dos três entrevistados ressaltaram a ideia de que para haver turismo é necessário que a pessoa esteja no novo lugar por um período superior a 24h e inferior a um ano. Também precisamos destacar que um aluno encara o Turismo

como ciência apesar de nenhum autor considerar em suas definições que o Turismo seja uma ciência, há uma discussão teórica abrangente sobre isto, mas não há consenso entre os teóricos.

Para os alunos da IES 2, um aluno não respondeu a pergunta e diferentemente dos alunos da IES 1, este aluno acredita que o tempo que o turista passa fora de sua residência é indeterminado, o que está em desacordo com as definições dos autores de Turismo.

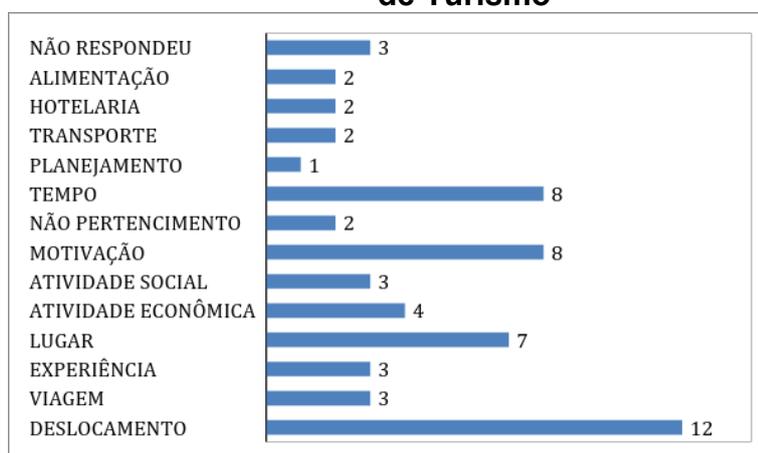
Nas definições dos alunos da IES 3, destacamos que para um dos alunos é importante o bem-estar do turista e também a importância da cadeia de serviços necessários para este bem-estar. Eles não listam quais são.

No caso da IES 5, destacamos que um dos alunos incluiu as várias motivações para a viagem (descanso, lazer, comércio, educação, religião). O outro aluno acredita que há turismo se a motivação for negócio ou lazer. Também ainda não há consenso entre os autores se viagens a negócio são consideradas Turismo.

Já na IES 6, 2 (dois) alunos não responderam a esta questão e as definições dos alunos divergem em vários aspectos, mas concordam quanto ao deslocamento de um lugar para outro e também, para oito alunos é importante a noção do tempo (superior a 24h fora de sua localidade).

Segue Gráfico 3 com as categorias temáticas e as quantidades de vezes que foram mencionadas pelos alunos.

**Gráfico 3 – Categorias temáticas – palavras/temas sobre a definição de Turismo**



Fonte: Elaborado pela autora.

Doze dos alunos consideram a palavra deslocamento em suas definições

de Turismo apesar de 3 (três) alunos mencionarem a palavra viagem. Também é relevante entre as definições de 8 (oito) dos alunos a palavra tempo. Segundo as definições apresentadas, baseados principalmente na definição clássica da UNWTO (2001), só há turismo se o tempo de permanência de determinado lugar for superior a 24h.

É importante também o destaque que se dá às diversas motivações que levam a pessoa a viajar, sejam elas pessoais ou profissionais, mas ainda não recebem o destaque devido a ideia de que este deslocamento, que é o turismo, envolve a experiência de um lugar que não é o seu, ou seja, o conceito de Paratopia de Maingueneau (2016).

O que percebemos é que não há um consenso também entre as definições dos alunos, mesmo os da mesma IES, mesmo assim, que estes alunos conseguem definir o que é o Turismo, alguns colocando-o como atividade, outros como fenômeno e um aluno como uma ciência. Estes alunos atendem em grande parte a definição de Turismo quando comparados a definição proposta por PANOSSO (2007). Somente não é muito presente em suas definições, as questões referentes a experiência do Turismo no lugar.

Assim, conforme a definição na visão destes alunos, o Turismo é atividade que envolve deslocamento de um lugar para outro que não o seu, por um período de tempo superior a 24 horas, em que tenham serviços de transporte, hotelaria e alimentação e no qual haja a possibilidade de viver experiências e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico local.

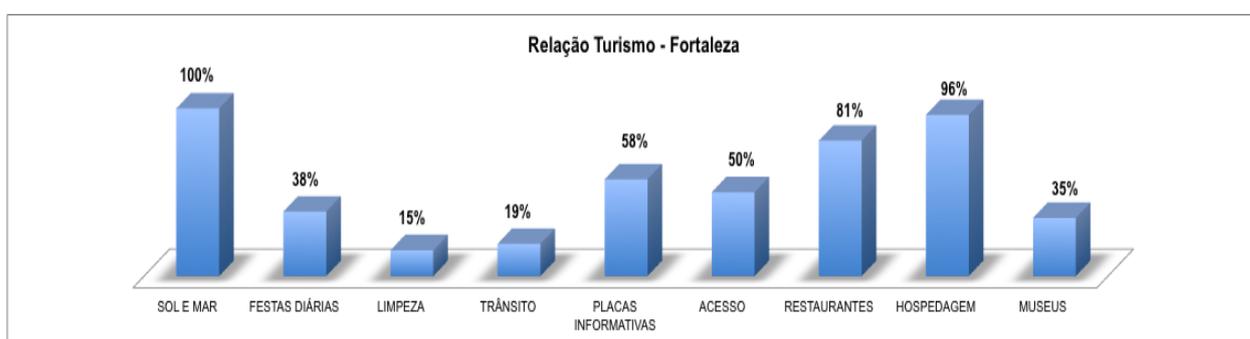
## **QUESTÃO 2 – MARQUE S PARA SIM E N PARA NÃO NAS ALTERNATIVAS QUE PARA VOCÊ SÃO ASPECTOS DA RELAÇÃO TURISMO-FORTALEZA.**

Esta questão trata de responder ainda ao objetivo geral da pesquisa associando palavras que para o entrevistado estão interligadas a definição de Turismo que ele reconhece na cidade de Fortaleza. Para isso, foram listadas as palavras SOL E MAR, FESTAS DIÁRIAS, LIMPEZA, TRÂNSITO, PLACAS INFORMATIVAS, ACESSO, SERVIÇOS DE RESTAURANTE, HOSPEDAGEM e MUSEUS, aspectos estes que estão ligados tanto a vida do residente quanto a permanência temporária do turista quando de sua visita. As palavras foram definidas

conforme termos relacionados a infraestrutura necessária para que um lugar seja considerado como destino turístico, conforme modelo de Leiper (1990) *apud* Lohamann e Panosso Neto (2012) que demonstra um modelo que inclui o elemento geográfico (sol e mar), as formas de acesso (trânsito, placas informativas, acesso, limpeza), elementos da cadeia produtiva (restaurantes, hospedagem) e atrativos turísticos (museus, festas diárias).

Dentro desta perspectiva, obtivemos os seguintes resultados, de acordo com o Gráfico 4:

**Gráfico 4 – Aspectos da relação Turismo-Fortaleza**



FONTE: Elaborado pela autora.

Segundo constatamos no Gráfico 4, 100% dos alunos acreditam que Fortaleza está relacionada ao conceito de *sol e mar*, o que se justifica pelo fato de que é desta forma que é vendida a imagem da cidade para outros lugares. Foi assim que se iniciou o turismo em Fortaleza na década de 1980 com investimentos nos governo de Tasso Jereissati e Ciro Gomes e esta é a imagem mais forte que ainda é utilizada pelas propagandas de *marketing* (CORIOLANO, 2008).

Outro aspecto que foi ressaltado pelos alunos foi o da *hospedagem*, com 96%, também justificado pela definição de turismo que prevê a necessidade de ter algum lugar onde ficar, visto que se está fora de sua residência. De acordo com Barreto (2003), há a hospedagem hoteleira (hotéis, hostels, pousadas, etc.) e a extra-hoteleira (campings, residência secundária, casa de familiares).

Em terceiro lugar, ficou o aspecto de *serviços de restaurante* com 81%, serviço que está dentre as necessidades básicas de Maslow e Max-Neef (1993) descritos no subcapítulo 2.2.1.

Não foram considerados com o mesmo grau de relevância os aspectos placas informativas e acesso, com 58% e 50%, respectivamente. Ou porque para os alunos concluintes não são de vital importância para a existência do turismo ou, provavelmente, porque não veem estes aspectos em Fortaleza.

Hoje para acesso à cidade temos voos domésticos e internacionais. Em 2015, de acordo com dados da SETUR, Fortaleza recebeu 3.148.431 turistas via Aeroporto Internacional Pinto Martins, via Rodoviária João Tomé e, ainda pouco utilizado, via transporte marítimo através do Terminal de Passageiros de Fortaleza que hoje é mais aproveitado para realização de eventos e pouco para chegada de cruzeiros. Não há facilidade de se conseguir números referentes a demanda turística através de terminal rodoviário e náutico.

Menos relevante ainda foram as *festas diárias* e os *museus*, com 38% e 35%, respectivamente. Não temos um calendário de eventos de Fortaleza e esta não é vendida como cidade de badalação e festas ou entretenimento noturno. Também não é vendida como cidade cultural. Não há pacotes ou roteiros que privilegiem a exploração da cultura local, entre elas os museus, que são desconhecidos ou não explorados também pelos residentes e até mesmo pelas agências de turismo receptivo.

*Trânsito* (19%) e *limpeza* (15%) que também são analisados e alvo de reclamação pelos turistas e residentes foram pouco considerados pelos alunos concluintes.

Abaixo segue Tabela 1 em que se demonstram os aspectos por IES:

**Tabela 1 – Aspectos da Relação Fortaleza-Turismo por IES**

	SOL E MAR	FESTAS DIÁRIAS	LIMPEZA	TRÂNSITO	PLACAS INFORMATIVAS	ACESSO	RESTAURANTES	HOSPEDAGEM	MUSEUS
IES 1	100%	33%	0%	0%	67%	67%	100%	100%	67%
IES 2	100%	40%	40%	0%	80%	80%	100%	100%	60%
IES 3	100%	0%	0%	0%	100%	50%	100%	100%	50%
IES 4	100%	50%	0%	0%	50%	50%	100%	100%	0%
IES 5	100%	100%	0%	0%	0%	0%	50%	100%	50%
IES 6	100%	33%	17%	60%	50%	42%	6%	92%	17%

FONTE: Elaborado pela autora.

Conforme os dados da Tabela 1 por IES, o aspecto *sol e mar* foi assinalado por todos os alunos de todas as IES. No referente às *festas diárias* a IES 5 teve todos os seus alunos assinalando a opção e a IES nenhum aluno destacou como relacionado ao turismo de Fortaleza. No referente a *limpeza* apenas duas IES destacaram o aspecto, e no relacionado a *trânsito* apenas a IES 5. Quanto às placas informativas para os alunos da IES 3 é um aspecto relevante. Quanto ao *acesso*, há variedade de opiniões entre as IES. Quanto aos *restaurantes*, para os alunos das IES 5 e 6 não há conformidade entre a opinião dos alunos. No referente a *hospedagem* o resultado foi de 92%, ou seja, apenas um aluno não marcou a opção. E quanto aos *museus* também os resultados são variados.

Esta falta de conformidade de resultados dentro das IES se dão ao fato de que as filosofias entre as IES divergem, assim como os conceitos que os próprios professores têm e repassam aos seus alunos quanto ao que é pertencente ao Turismo e quanto ao que é agregado. Lembremos que o que é bom para o residente em termos de infraestrutura, como por exemplo, a limpeza, o trânsito e as placas informativas, também beneficiam os turistas.

### **QUESTÃO 3 – CITE TRÊS (3) PALAVRAS QUE PARA VOCÊ ESTABELECEM UMA RELAÇÃO ENTRE O PODER PÚBLICO E O TURISMO.**

Aqui, utilizamos a associação livre de palavras, através do qual pede-se ao sujeito que associe livre e rapidamente outras palavras a partir de palavras indutoras (no caso de nosso questionário, as palavras PODER PÚBLICO e TURISMO) (BARDIN, 1977). A partir daí, reunimos e descontamos palavras idênticas, sinônimas ou próximas em nível semântico para depois classificá-las.

Foram contabilizadas 43 diferentes palavras relacionadas pelos alunos acerca da relação poder público e Turismo e por semelhança semântica categorizamos 23 palavras em um total de 78 (26 questionários multiplicado por 3 palavras que deveriam ser citadas por cada entrevistado). Do total de 26 questionários, 3 alunos não responderam a esta questão. As categorias estão apresentadas na Tabela 2:

**Tabela 2 – Associação livre de palavras: Turismo e Poder Público**

PLANEJAMENTO	11
INFRAESTRUTURA	9
CENTRO DE EVENTOS	1
INVESTIMENTO	9
DESENVOLVIMENTO	4
REGULAMENTAÇÃO	5
PROMOÇÃO	9
PATRIMÔNIO CULTURAL	2
SEGURANÇA	6
SAÚDE	1
QUALIFICAÇÃO	2
ECONOMIA	2
SUSTENTABILIDADE	1
GERAÇÃO DE EMPREGO	1
HOSPITALIDADE	1
MOTIVAÇÃO	1
LIMPEZA	1
EVENTOS	1
PROJETOS SOCIAIS	1
INFORMAÇÃO	1
NÃO RESPONDEU	9
<b>TOTAL:</b>	<b>78</b>

FONTE: Elaborada pela autora.

Para Lohmann e Panosso Netto (2012) políticas públicas de Turismo compreendem o direcionamento dado pelo Governo Federal, estadual, municipal ou regional para o desenvolvimento da atividade turística após a consulta das necessidades do setor turístico e da sociedade como um todo. Desta forma, estão entre as funções do poder público atender as vertentes social, cultural, econômica e ambiental, todas estas ações com vias a estimular o desenvolvimento do turismo tanto nacional quanto internacionalmente.

De acordo com os dados apresentados na Tabela 2, 11 (onze) dos alunos acreditam que é função do poder público estabelecer e regulamentar políticas de *planejamento* da atividade turística. Para Lohmann e Panosso Netto (2012) as ações dos governantes, dos ministérios, secretarias e departamentos devem justamente levar a este planejamento citado pelos alunos entrevistados, planejamento este que segue o processo de análise do ambiente, diagnóstico,

prognóstico, estratégia de implantação e avaliação.

Assim, o planejamento deve consultar e se basear na política pública de Turismo para ser desenvolvido, o que nos leva às outras palavras associadas pelos alunos como *desenvolvimento* (4), *infraestrutura* (9) e *regulamentação* (5) que, segundo os alunos, também são funções primordiais do poder público.

Outro aspecto ressaltado foi da *promoção* do turismo (9), aspecto este interligado ao *marketing*, ou seja, processo que envolve o desenvolvimento da imagem de um lugar, de um destino para que este se torne e se promova enquanto destino turístico. De acordo com Vaz (2001), a promoção de um destino deve levar em consideração a análise de potencial de um lugar e a avaliação de oportunidades, além de investimento em estruturas turísticas e uma política de relacionamento em que haja autossuficiência em atratividades turísticas, preocupação na melhoria da demanda e posição de dependência frente a outros destinos turísticos, tudo isso aliado a competitividade entre os destinos.

Para os alunos concluintes foi importante ressaltar ainda a *segurança* (6) como aspecto da relação turismo e poder público o que implica a preocupação de que os turistas buscam lugares seguros para viver a experiência dos lugares visitados. Esta preocupação com a segurança e a saúde que também foi citada, nos lembra novamente de que o lugar bom para o turista é o lugar que também é bom para os residentes, o que inclui também a preocupação com a *limpeza* (1) e com a preservação e promoção do *patrimônio cultural* (2) de Fortaleza.

Interessante ressaltar que a palavra qualificação apareceu apenas (2) duas vezes, talvez porque estes alunos não acreditem que esta seja uma responsabilidade do poder público e sim uma responsabilidade pessoal ou até mesmo de iniciativa privada, já que os empreendimentos turísticos são empresariais.

Um aluno citou a importância do *Centro de Eventos*, provavelmente por ser este um empreendimento gerido pelo Estado, apesar de que os eventos que são captados, principalmente no Ceará, são assim feitos pelo *Convention Bureau*. Na verdade, o Centro de Eventos apenas aluga o seu espaço para a promoção dos eventos nacionais e internacionais.

Para um aluno, o poder público deve ser promotor também de *geração de empregos* para o Turismo e isso de fato acontece quando o setor turístico cresce. Já foi discutido o fato que o turismo influencia diretamente e indiretamente vários

setores da economia e, desta forma, também é influenciador para o mercado de trabalho, então, o poder público enquanto fortalecimento da imagem de Fortaleza, enquanto destino turístico influencia nesta geração de emprego e renda.

Chamamos ainda atenção para o aspecto *projetos sociais* que mereceu destaque para um dos alunos entrevistados. O turismo ainda não é visto nem pelo poder público e nem pela população em geral como relacionado a projetos sociais e não há programas que façam referência isso, a não ser nos lugares onde se faça turismo de base comunitária ou onde a preocupação maior é de que toda a comunidade receba os lucros advindos da atividade turística.

A relação poder público e turismo deve estar clara na mente dos alunos concluintes para que estes tenham uma definição clara acerca do que é papel do serviço público e do que é papel do setor privado. Esta definição atrelada a sua definição de turista o leva a sua forma de fazer o turismo. Pelos resultados, para os alunos entrevistados deve ser creditado ao poder público mais aspectos relacionados à infraestrutura e promoção do destino para que assim a cidade possa receber cada vez mais turistas.

#### **QUESTÃO 4 - EM QUE ASPECTOS A INSTITUIÇÃO EM QUE VOCÊ ESTUDA CONTRIBUI PARA A FORMAÇÃO DO CONCEITO DE TURISMO QUE VOCÊ TEM HOJE?**

Aqui também fizemos uma categorização semântica das palavras (BARDIN, 2009) e apresentamos no Quadro 5 uma síntese das respostas por IES:

**Quadro 5 – Contribuição da IES para a formação das definições de Turismo**

(continua)

<b>IES</b>	<b>SUJEITO (ALUNO)</b>	<b>DISCURSO</b>
IES 1	IES1S1	Contribuiu em todos os aspectos. Me fez ver um mundo diferente, me fez uma pessoa melhor.
	IES1S2	A instituição trabalha com aulas didáticas colocando em questão coisas da atualidade relacionado ao turismo e a cadeira que está sendo estudada, estimulando a discussão do tema para que os alunos tenham opinião crítica como tema.
	IES1S3	Acredito que a principal contribuição parte, principalmente, dos nossos professores, que são excelentes e conseguem nos passar o quanto o turismo é uma atividade importante para qualquer localidade, mas se realizado da forma correta.

### Quadro 5 – Contribuição da IES para a formação das definições de Turismo

(conclusão)

IES 2	IES2S1	Aspecto social.
	IES2S2	Além do conteúdo das aulas, as atividades extra classe contribuem bastante.
IES 3	IES3S1	Não respondeu.
	IES3S2	Aspectos vivenciados, experiências trocadas, aulas, informações, tudo.
IES 4	IES4S1	Não respondeu.
	IES4S2	Quanto à orientar, lecionar sobre os mais diversos segmentos da área; qualificando assim para as mais diversas atividades possíveis de serem exercidas.
IES 5	IES5S1	Ela me mostrou as formas e o porquê até chegar nessa conclusão. Me ensinou o que é, como é feito.
	IES5S2	Em todos. Antes minha ideia de turismo era muito superficial, viagem e lazer. Hoje entendo melhor aspectos culturais e econômicos da atividade turística.
	IES5S3	A instituição nos incentiva a participar das aulas em campo para que possamos avaliar de forma prática as atividades turísticas, sendo elas culturais, de negócios ou apenas atividades de lazer.
	IES5S4	Nada, pois o Turismo ainda continua com a mesma definição dada antigamente.
	IES5S5	Os professores são os principais responsáveis.
IES 6	ES6S1	Contribui colocando professores que nos façam compreender sobre o assunto, contribui com material disponível.
	ES6S2	Educacional.
	ES6S3	Aulas, palestras formativas.
	ES6S4	Disponibilizando ótimos professores e bons materiais de apoio.
	ES6S5	Aulas de campo, palestras e trocas de conhecimento com profissionais da área que não possuem vínculo com a instituição.
	ES6S6	Com aulas teóricas e práticas sobre o turismo e todos os seus segmentos.
	ES6S7	Excelentes professores e um vasto conhecimento teórico e aulas de campo e Estágio.
	ES6S8	Não respondeu.
	ES6S9	Excelentes professores e aulas baseadas em estudos práticos.
	ES6S10	Desenvolvimento, investimento e ampliação.
	ES6S11	Não respondeu.
	ES6S12	A instituição possibilita que os alunos tornem-se atores na mudança para o melhor no Turismo para com a cidade.

FONTE: Elaborado pela autora.

Para apenas 1 (um) aluno a IES não contribuiu para formação da sua definição de Turismo, pois para ele a definição de hoje ainda é a mesma utilizada desde os primeiros estudos sobre a área, e três alunos não responderam a esta pergunta.

No concernente esta pergunta, as palavras mais utilizadas no discurso dos alunos referem-se à qualidade dos professores, à aliança entre teoria e prática, o uso de aulas de campo e às trocas de experiência.

Para Morin (2009) a IES conserva, memoriza, integra e ritualiza uma

herança cultural que envolve saberes, ideias e valores e, portanto, estas mesmas instituições tem a missão de reexaminar, atualizar e transmitir estes conhecimentos, por este motivo, elas são ao mesmo tempo conservadoras, regeneradoras e geradoras. E daí, se exige cada vez mais que as IES atendam as questões econômicas exigidas pelo mercado. Mercado esse que pede profissionais qualificados, com saberes diversos, proativos, inteligentes emocionalmente e com diversas outras competências e habilidades.

As contribuições das IES para a definição que os alunos têm de Turismo os farão os profissionais do mercado de hoje e que atenderão aos turistas de hoje, portanto, há preocupação das IES e das empresas em contratar profissionais que saibam aliar teoria e prática e que conheçam as formas de gerir o turismo, ou seja, “cada disciplina ou conjunto de disciplinas, deveria garantir a aprendizagem de determinado conjunto de comportamentos que são importantes para o exercício profissional no setor” (ONZI; BARTOMÊ, 2005, p. 138).

Para Tardif (2002) o professor ideal, este que os alunos ressaltaram em seus discursos, é aquele que conhece a sua matéria, sua disciplina e seu programa, mas além disso, é aquele que possui certos conhecimentos relativos às ciências da educação e da pedagogia e desenvolve um saber prático baseado em sua experiência cotidiana com os alunos.

A importância sobre o que o professor repassa aos seus alunos é ressaltado também por Airey e Tribe (2008) quando afirmam que o entendimento do professor acerca de “o que” deve ser ensinado está atrelado com o modo “como” o professor ensina e ressaltam ainda que o aluno deve ser autônomo e independente e que os cursos de Turismo devem levar os alunos a construção de um *ethos* no qual o estudante seja estimulado a encontrar sua própria voz e assumir a responsabilidade pelo seu aprendizado. Fatores estes que são estimulados pelos professores, pelo currículo e pelo perfil do egresso que a IES pretende ao formar seus alunos a atuarem no setor.

#### **QUESTÃO 5 - VOCÊ JÁ TRABALHA NA ÁREA? SE SIM, EM QUAL SEGMENTO?**

A partir daqui iniciamos a tentativa de responder ao 2º questionamento desta pesquisa e, conseqüentemente, responder ao objetivo específico de traçar um perfil

dos alunos concluintes dos cursos de Turismo das IES de Fortaleza.

**Gráfico 5 – Alunos que trabalham no Turismo**



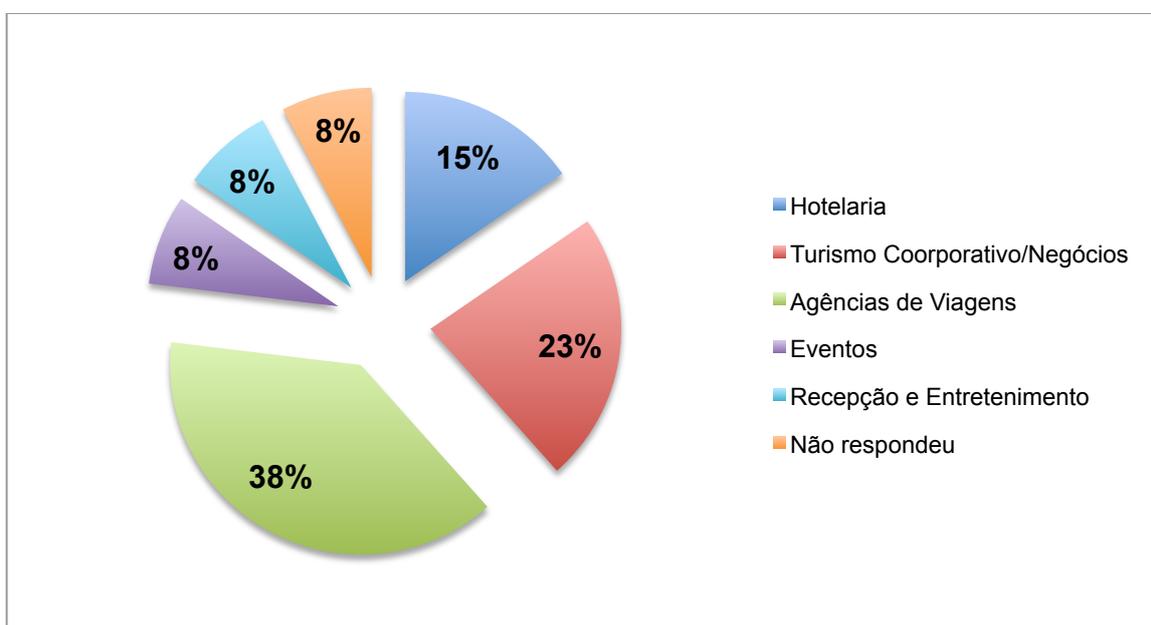
FONTE: Elaborado pela autora.

Conforme os dados coletados e representados pelo Gráfico 5, metade dos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza que responderam aos questionários já trabalham na área, o que possibilita que estes coloquem em prática os conhecimentos adquiridos durante as disciplinas já cursadas e possibilitam ainda que vejam o Turismo de forma prática, ao menos em um de seus segmentos. Aos outros 50% resta-nos pressupor ou que não trabalham ou que estão trabalhando em outra área que não a do Turismo.

Este resultado não é muito diferente do apresentado por Karol Mota (2007) quando em sua pesquisa de mestrado, 46% de seus entrevistados trabalhavam na área de turismo. O que nos leva a perceber poucas mudanças quanto ao mercado de trabalho turístico em Fortaleza. Ou as IES não estão preparando os profissionais como o mercado exige, ou o mercado não está absorvendo a demanda ou a área turística não tem atendido às expectativas dos egressos, problematização para uma outra pesquisa.

Acreditamos que a porcentagem de alunos que já atuam no setor turístico deveria ser ainda maior, visto que os alunos que responderam ao questionário já estão em fase de conclusão do curso. A atuação profissional, seja ela através de estágio ou em qualquer outra forma de emprego traz aos alunos, já ou futuros profissionais, a oportunidade de agir em determinada realidade e não apenas aprender disciplinas e conteúdos (ONZI; BATOMÉ, 2005).

**Gráfico 6 – Segmentos em que trabalham os alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza**



FONTE: Elaborado pela autora.

De acordo com o Gráfico 6, 38% dos alunos que já trabalham antes da conclusão do curso, exercem suas funções em agências de viagens. Em segundo lugar, em turismo corporativo ou de negócios (23%) e em terceiro lugar (15%), no setor hoteleiro.

O IBGE lista 52 serviços específicos do Turismo, todos setores que poderiam absorver a demanda de profissionais do setor, entre eles: serviços de transporte, atividades recreativas, culturais e desportivas e serviços de alimentação. No Cadastur que é o Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no turismo, executado pelo Ministério do Turismo e que permite o acesso a diferentes dados sobre os prestadores de Serviços turísticos cadastrados admite que, entre os prestadores de serviços turísticos estão, os seguintes serviços demonstrados na Figura 4:

**Figura 4 – Serviços turísticos cadastradas no Ministério do Turismo**



FONTE: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.mtur#>

Pensar em todos estes serviços tidos como específicos do Turismo nos leva a refletir sobre a não absorção dos profissionais dos cursos de graduação em Turismo nestes setores e por que os alunos acabam por ingressar apenas nos setores clássicos como agências de viagens, hotéis e eventos, conforme confirmam os dados apresentados no Gráfico 6.

Questionamento este respondido por Mota e Anjos (2012):

Traçar um perfil profissiográfico do egresso de cursos de turismo e áreas afins compatível com a qualidade exigida pela sociedade e pelo mercado de trabalho nas suas diferentes áreas de atuação requer esforço de pesquisa, verificação e adequação constante àquilo que é demandado. Também é importante destacar que as demandas mudam com o tempo e cada vez numa velocidade e intensidade maiores (MOTA; ANJOS, 2012, p. 14).

Das competências exigidas pelo mercado, na pesquisa de Mota e Silva (2013), o que faltava para os profissionais graduados em Turismo e Hotelaria na visão dos gestores eram as competências de conduta ética, educação formal,

comprometimento e visão futura e conhecimentos gerais, mas a mesma pesquisa apontou que apenas 17% dos gestores se preocupam em contratar profissionais formados na área e 50% levam em consideração a formação na área, mas também consideram a qualificação profissional e a honestidade. É importante ressaltar que o perfil profissional precisa estar adequado à realidade do mercado de trabalho local, pois há uma demanda crescente por profissionais dinâmicos, flexíveis e adaptáveis a diferentes situações, capazes de compor equipes e disputar vagas cada vez mais requisitadas no mercado de trabalho (MOTA; SILVA, 2013).

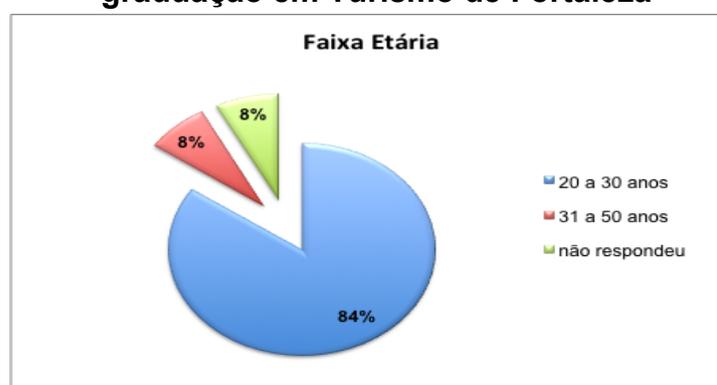
Os cursos de Turismo, sejam eles tecnológicos ou bacharelados, precisam estar atentos a estas necessidades que o mercado impõe. Em seu perfil do egresso e nas disciplinas é necessário que haja esta preocupação em preparar profissionais comprometidos, responsáveis e éticos para além dos conhecimentos técnicos.

Daí decorre a dupla função paradoxal da Universidade: adaptar-se à modernidade e integrá-la, responder às necessidades fundamentais de formação, proporcionar ensino para as nossas profissões técnicas e outras, oferecer um ensino metaprofissional e metatécnico (MORIN, 2009, p. 16-17).

## QUESTÃO 6 – QUAL A SUA IDADE?

Quanto à faixa etária dos alunos concluintes dos cursos de Turismo de Fortaleza, obtivemos os seguintes resultados, conforme Gráfico 7:

**Gráfico 7 – Faixa etária dos alunos concluintes dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza**



FONTE: Elaborado pela autora.

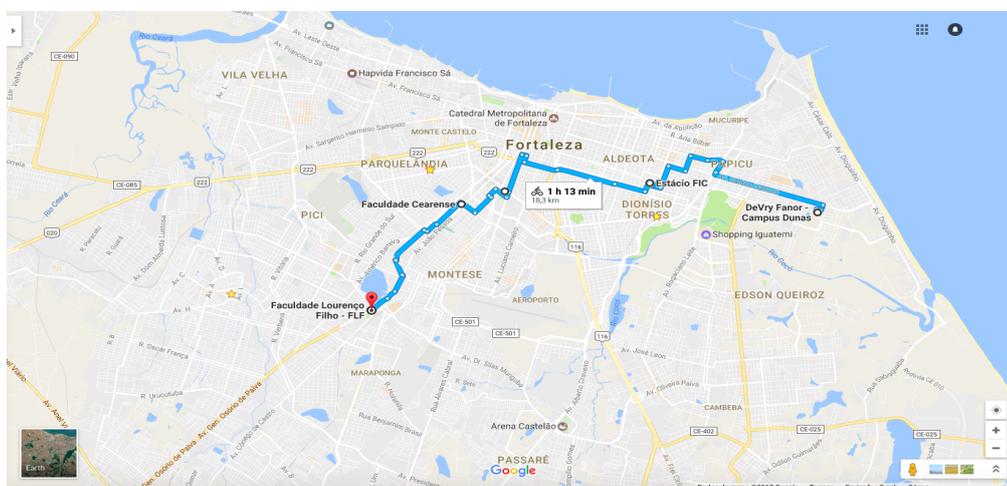
O Gráfico 7 confirma que os estudantes de Turismo são jovens, apesar que existir, dentre os alunos que participaram da pesquisa, pessoas adultas com 44 anos, por exemplo. Os dados contrariam o início dos cursos de Turismo no Brasil, quando estes eram procurados principalmente por donas de casa e pessoas que estavam na busca de uma distração ou uma segunda formação. A imagem dos cursos de Turismo em seu início era tão depreciada que, conforme Barreto, Tamanini e Silva (2004) os primeiros cursos de Turismo chegaram até a ser chamados de “cursos de espera marido”, visão que só foi modificada com o crescimento da atividade no país e a necessidade de formação de profissionais qualificados para atender a demanda.

### QUESTÃO 7 – EM QUE BAIRRO VOCÊ RESIDE?

Um aspecto importante da nossa pesquisa era saber o perfil do aluno quanto ao nível social, mas sem perguntar diretamente a renda deles e, para isso, perguntamos em qual bairro residiam. Mesmo sabendo que em todos os bairros há pessoas de nível social mais elevado e que nesses bairros também há comunidades mais carentes, através do bairro em que se mora há como traçar aproximadamente o perfil social-econômico destes alunos.

Primeiramente demarcamos na Figura 5, a localização das IES do universo da pesquisa:

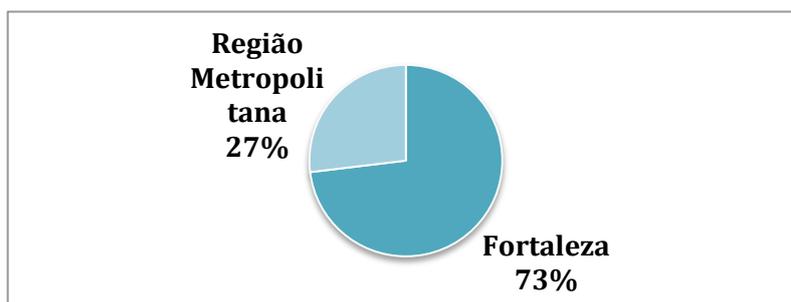
**Figura 5 – Mapa de localização das IES de Fortaleza**



FONTE: Google Maps

Quanto ao bairro de moradia dos alunos, o Gráfico 8 demonstra que apesar das IES serem em Fortaleza há alunos que advêm da Região Metropolitana, no caso Caucaia e Maracanaú. Conforme demonstra o Gráfico 8, 27% dos alunos moram na Região Metropolitana de Fortaleza e 73% moram na capital Fortaleza.

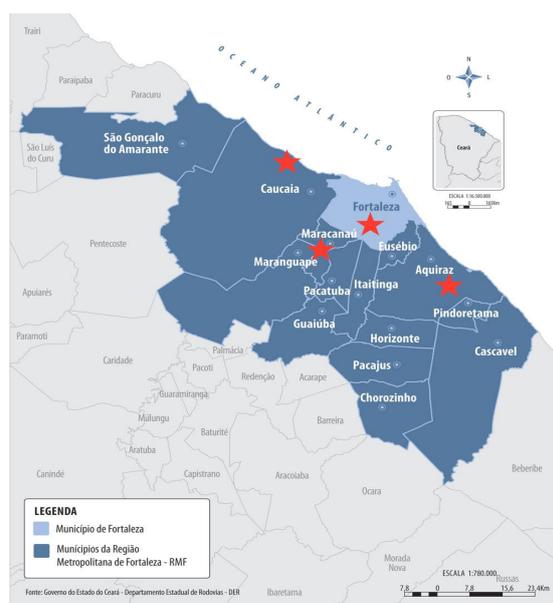
**Gráfico 8 – Residência dos alunos dos cursos de ensino superior em Turismo de Fortaleza.**



FONTE: Elaborado pela autora.

A Figura 6 representa o mapa com os municípios de moradia dos alunos. As estrelas vermelhas marcam o município de residência dos alunos.

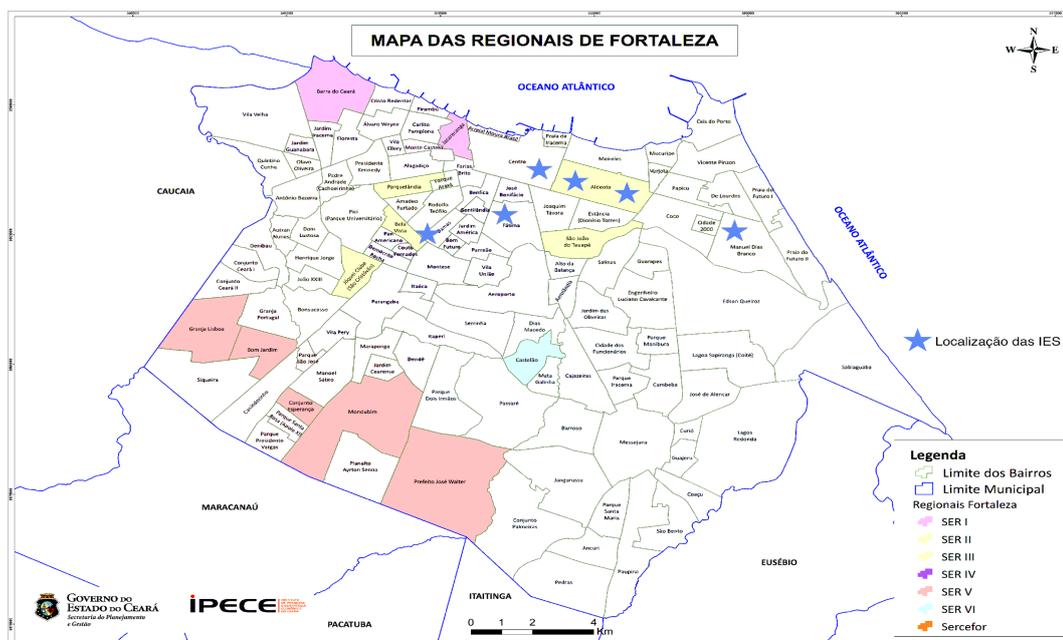
**Figura 6 – Mapa de localização de moradia dos alunos**



FONTE: Anuário de Fortaleza. Adaptado pela autora.

Já a Figura 7, demonstra os bairros de residência dos alunos dentro os bairros de Fortaleza:

**Figura 7 – Mapa de localização dos bairros de residência dos alunos moradores de Fortaleza**



FONTE: IPECE. Adaptado pela autora.

Através da Figura 7, podemos ter uma noção da distância entre os bairros de moradia e o bairro em que ficam localizadas as IES. Em sua maioria, os alunos advêm de bairros da periferia de Fortaleza, como Barra do Ceará, Bela Vista ou Granja Lisboa.

A Tabela 3 especifica a quantidade de alunos por bairro:

**Tabela 3 – Quantidade de alunos por bairro**

(continua)

Bairros de moradia dos alunos	
	N
<b>Bairros de Aquiraz</b>	<b>1</b>
Porto das Dunas	1
<b>Bairros de Caucaia</b>	<b>3</b>
Conjunto Sumaré	1
Pacheco	1
Parque Araturi	1

**Tabela 3 – Quantidade de alunos por bairro**

(conclusão)	
<b>Bairros de Fortaleza</b>	<b>19</b>
Aldeota	2
Barra do Ceará	2
Bela Vista	1
Bom Jardim	1
Castelão	1
Conjunto Esperança	1
Granja Lisboa	1
Jacarecanga	1
Joquei Clube	1
Mondubim	2
Parquelândia	4
Prefeito José Walter	1
São João do Tauape	1
<b>Bairros de Maracanaú</b>	<b>3</b>
Alto Alegre	1
Jeiressati 2	1
Pajuçara	1
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>

FONTE: Elaborada pela autora.

Em sua maioria os alunos residem em bairros periféricos onde a renda é mais baixa. De acordo com Menezes e Medeiros (2012), nos dados do Perfil Socioeconômico de Fortaleza, a renda mensal dos bairros da Regional III e IV é de R\$ 239,00 a 500,00, chegando no máximo a renda mensal de R\$1.000,00. Somente nos bairros de residência dos alunos entrevistados da Aldeota e São João do Tauape o salário médio ultrapassa o valor mensal de R\$2.300,00.

A Barra do Ceará está entre os bairros mais populosos, de acordo ainda com os dados do perfil de Menezes e Meireles (2012) e 26% de sua população estão em situação de extrema pobreza. Nesta mesma lista de bairros com extrema pobreza também aparecem o Mondubim e a Granja Lisboa.

A situação dos bairros de Fortaleza não necessariamente reflete a realidade dos alunos pesquisados, mas aproxima-os desta realidade. O fato é que a renda mensal destes alunos, pelo local de moradia, é baixa. Lembremos que mesmo com baixa renda, estes alunos conseguem ingressar em faculdades particulares sem pagar mensalidades ou pagando mensalidades mais baixas, devidos aos

Programas ProUNi e FIES do Governo Federal. Lembremos também que das IES utilizadas na pesquisa, apenas 1 é pública.

### **QUESTÕES 10 E 11 – QUAL A DATA DE SEU INGRESSO NO CURSO E QUAL A SUA PROVÁVEL DATA DE FORMATURA?**

A última pergunta de nosso questionário foi relativa ao tempo de formação, cujos resultados estão sintetizados no seguinte Quadro 6:

**Quadro 6 – Tempo médio de formação**

<b>Tempo Médio</b>			<b>CH</b>
IES 1	Bacharelado	3 anos e 8 meses	2740h
IES 2	Bacharelado	4 anos e 4 meses	2600h
IES 3	Tecnológico	7 anos e 5 meses	2000h
IES 4	Bacharelado	3 anos e 5 meses	2640h
IES 5	Bacharelado	4 anos e 6 meses	2424h
IES 6	Bacharel. e Tecnológico	3 anos e 10 meses	2828h

FONTE: Elaborado pela autora.

De acordo com os dados do Quadro 6, os alunos conseguem terminar o curso no tempo previsto, mesmo a IES 3, onde aparentemente os alunos superam em muito o tempo, o que realmente ocorre é que nesta IES apenas 2 alunos responderam ao questionário e um deles levou 9 anos para se formar. O tempo médio de formação em cursos tecnológicos é de 3 anos e meio e em cursos de bacharelado o tempo é de 4 anos.

## **6.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS PPCS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM TURISMO DE FORTALEZA**

Como já dito no capítulo 5 de metodologia, das 6 (seis) IES, apenas duas disponibilizam os seus PPCs nos sites, uma enviou por e-mail e as demais se recusaram a fornecer o documento, pois segundo discurso das mesmas, este é um documento interno e não disponibilizado às pessoas de fora, nem mesmo para pesquisas.

Desta forma, fizemos uma análise a partir dos dados constantes nos sites da IES, todas as informações que puderam ser coletadas, principalmente perfil do egresso e grade curricular. Para tal, nos utilizamos da análise de conteúdo de Bardin (2009).

O primeiro aspecto analisado foi o perfil do egresso, visto que é esta a imagem que cada IES tem de como os seus estudantes devem se formar e como devem proceder no mercado de trabalho, é o objetivo final de cada curso. Das informações coletadas, duas IES não possuem os dados no site e não disponibilizaram o PPC. O Quadro 7 apresenta síntese com o perfil do egresso de cada IES:

### **Quadro 7 – Perfil do egresso das IES dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza**

(continua)

<b>IES 1</b>	Um profissional com visão sistêmica com relação às partes turísticas e suas partes culturais e ambientais com relação ao contexto sócio-econômico-político-cultural em que tais organizações estão inseridas (intravisão). Formar profissionais com habilidades para empreendimentos e análise crítica das organizações, de forma a promoverem e anteciparem transformações estruturais necessárias ao sucesso das mesmas. Formar profissionais que busquem o aprimoramento contínuo e valorizem a educação continuada como o novo paradigma de aperfeiçoamento profissional.
<b>IES 2</b>	Não tem dados no site e não o disponibilizaram.
<b>IES 3</b>	O egresso estará apto a desenvolver: a capacidade crítico-reflexivo sobre o fenômeno do turismo, criar e desenvolver produtos e serviços turísticos pautados na inovação, estudo e análise de mercado, planejar e gerir aspectos socioambientais e econômicos do turismo, identificar, interpretar o patrimônio histórico, artístico e cultural das comunidades, realizar pesquisas, estudos, análises, interpretação, planejamento, implantação, coordenação e controle dos trabalhos nos campos das atividades turísticas em geral, interpretar, desenvolver políticas públicas para o turismo bem como a sua implementação em âmbitos federal, estadual e municipal através de planos, programas e projetos, em consonância com a Política Nacional do Turismo, empreender e/ou gerir empresas turísticas, planejar e organizar eventos e coordenar colaboradores nessa área, elaborar e gerenciar roteiros turísticos, bem como empreender e gerir agências de turismo, empresas de receptivo e operadoras turísticas e captar, articular, organizar e executar eventos.
<b>IES 4</b>	Deve ser um profissional de visão global e sistêmica que tenha a capacidade de operacionalizar e gerir negócios relacionados ao turismo. Com o grande crescimento do setor de viagens, o profissional da área precisa estar atento às novas configurações do mercado buscando conhecimento interdisciplinar para ser competitivo no mercado de trabalho. Ou seja: possuir uma visão global e sistêmica

## Quadro 7 – Perfil do egresso das IES dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza

(conclusão)

	dos ambientes internos e externos às organizações, pensar estrategicamente e analiticamente, de modo a antecipar ameaças e oportunidades, desenvolver a capacidade de gestão de diferentes configurações organizacionais e de processos de mudanças, conhecer e dominar processos e técnicas de comercialização dos produtos turísticos, avaliar riscos e viabilidades de projetos turísticos, elaborar políticas e métodos visando o crescimento empresarial, pautado nos resultados e/ou na lucratividade.
<b>IES 5</b>	Pretende-se formar o bacharel em Turismo com as seguintes características: formação humanística e visão holística, que o habilite a compreender o meio social, político, econômico e cultural no qual se insere e a atuar numa sociedade globalizada e em constantes mudanças, internalização de valores, tais como responsabilidade social, justiça e ética profissional, adequados à dinâmica dos negócios da área do turismo, formação técnica e científica para atuar em todos os campos, da área do Turismo, e a desenvolver atividades específicas, provenientes da prática profissional, capacidade de liderança, situando-se em condições de desenvolver suas atividades com criatividade, inovação e espírito empreendedor, capacidade para atuar em equipes multidisciplinares, interagindo com profissionais de outras áreas, competência para empreender ações, analisando criticamente as organizações e as comunidades em que vai atuar, capacidade de compreensão da necessidade de constante e contínuo aperfeiçoamento profissional e do desenvolvimento de suas características básicas de personalidade.
<b>IES 6</b>	Não tem dados no site e não disponibilizaram o PPC.

FONTE: Pesquisa documental.

De acordo com o que pregam as IES em seus PPCs, no referente ao perfil do egresso, estas pretendem que seu profissional atue nas mais diferentes áreas do turismo, tanto para cursos de bacharelado quanto tecnológicos. Todos formam um profissional com visão direcionada para a gestão de negócios turísticos e levam em consideração o caráter humanístico do curso, na busca de preparar profissionais atentos às necessidades de mercado, mas que também se preocupam com as necessidades da comunidade local. Esta visão se estende tanto nas IES particulares quanto na pública.

Apenas a IES 4, em seu perfil do egresso, demonstra uma visão mais empresarial do Turismo sem levar em consideração aspectos humanos e mesmo as

diferentes formas de se fazer Turismo e que nem sempre tem essa visão exacerbada do capitalismo onde o que realmente importa é a obtenção do lucro. Interessante perceber que nenhuma IES faz menção a prática de um turismo sustentável, mesmo que em seus currículos haja uma disciplina para discutir este assunto, como será visto adiante.

Em continuidade às análises dos PPCs, outro aspecto considerado que entra diretamente em consonância com a ideia das diferentes formas de se fazer turismo, são as áreas de atuação para estes alunos formandos, conforme apresentado no Quadro 8:

**Quadro 8 – Área de atuação conforme PPCs dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza**

(continua)

<b>IES 1</b>	Agências de viagens e operadoras de turismo, consultorias, desenvolvimento de projetos turísticos para o setor público e privado (secretarias de turismo e empresas diversas), docência, empresas aéreas, cruzeiros marítimos, transportadoras turísticas terrestres, empreendimentos próprios, empresas organizadoras de eventos, meios de hospedagem (hotéis, resorts, pousadas, etc.).
<b>IES 2</b>	Não tem dados no site e a instituição, através de contatos por e-mail e telefone, não disponibilizou o PPC.
<b>IES 3</b>	O curso tem ênfase nas linhas de: Gestão de Negócios e Empreendedorismo, Planejamento Turístico e Políticas Públicas, Agências de Viagens, Eventos. O egresso poderá atuar em: Agências de turismo, Agências de transporte, Empresas de receptivos, Empresas de eventos, Comércio turístico, Instituições de qualificação, Prestar assessoria e consultoria, Empresas privadas e públicas de planejamentos turísticos, Professor em cursos técnicos regulares, superiores e profissionalizantes da área/ ensino e pesquisa na área.
<b>IES 4</b>	O tecnólogo em Gestão de Turismo atua no planejamento e desenvolvimento da atividade turística e nos segmentos público e privado. Desenvolve ações no âmbito do planejamento turístico, agenciamento de viagens (emissivas, receptivas e operadores de turismo), transportadoras turísticas e consultorias voltadas para o gerenciamento das políticas públicas e para a comercialização e promoção dos serviços relativos à atividade. Identificação dos potenciais turísticos do receptivo, considerando a diversidade cultural e os aspectos socioambientais para o desenvolvimento local e regional.

## Quadro 8 – Área de atuação conforme PPCs dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza

(conclusão)

<b>IES 5</b>	<p>O profissional deverá estar apto a atuar em mercados altamente competitivos e em constante transformação. O profissional a ser formado pode exercer funções executivas e de assessoria em órgãos públicos ou privados, atuando em planejamento urbano e territorial, em patrimônio ambiental, em identificação e avaliação da oferta turística, no marketing, na legislação aplicada ao turismo e na elaboração e avaliação de projetos turísticos. Pode, ainda, atuar em organizações ligadas ao turismo, identificando a potencialidade turística, de acordo com a originalidade dos recursos e as tendências da demanda, observando as mudanças sociais e acompanhando o avanço tecnológico.</p>
<b>IES 6</b>	<p><b>Bacharel</b> Podem atuar em agências e operadoras de viagens, companhias áreas, cruzeiros marítimos, empresas rodoviárias, empreendimentos de lazer e entretenimento, empresas organizadoras de eventos. Também podem desenvolver projetos turísticos para Secretarias municipais ou estaduais de turismo.</p> <p><b>Tecnólogo</b> Atua na promoção, criação e desenvolvimento da área turística, planeja atividades turísticas de cidades e estados, organiza calendários, implanta novas áreas de lazer, atua junto a patrimônios históricos, faz estudos urbanísticos dirige empresas turísticas. Pode exercer diversas funções, tais como agente de turismo, consultor de turismo nacional, diretor de operações e serviços em empresas de turismo, de alojamento e de alimentação, operador de turismo exportativo nacional e internacional, governança de hotelaria e gerente de hotel ou de restaurante.</p>

FONTE: Pesquisa documental.

Atrelados aos PPCs, estão os currículos que são a trilha seguida pelos alunos para o alcance do perfil do egresso. Este aluno investirá em uma das áreas de atuação descritas dela IES em suas propostas curriculares.

Os currículos, como veremos mais adiante, são generalistas e pretendem formar profissionais capazes de atuar nas mais diversas áreas do turismo e é justamente o que se reflete nas áreas de atuação propostas pelos PPCs dos cursos. Com exceção da IES 3 que também oferece a oportunidade do egresso de trabalhar como professor da área, apesar de não ser um curso de licenciatura em Turismo.

### 6.3 ANÁLISE DAS MATRIZES CURRICULARES DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM TURISMO DE FORTALEZA

Corroborando para o alcance dos objetivos constantes no perfil do egresso e em que áreas podem atuar, as IES apresentam então suas estruturas curriculares, através das quais demonstram suas filosofias de trabalho e quais disciplinas são importantes para que se alcance o perfil do egresso desejado. O Quadro 9 apresenta a estrutura curricular proposta pelas IES pesquisadas:

**Quadro 9 – Estrutura curricular as IES de cursos de Turismo de Fortaleza**

<b>IES 1</b>	As disciplinas contemplam em sua organização curricular os conteúdos que revelem a inter-relação com a realidade nacional e internacional, segundo uma perspectiva histórica e contextualizada de sua aplicabilidade no âmbito das organizações e do meio por intermédio da utilização de tecnologias inovadoras e que atendam aos seguintes campos interligados de formação: Conteúdos de formação básica. Conteúdo de formação profissional. Conteúdo de formação complementar, Conteúdo de estudos quantitativo e suas tecnologias, Atividades complementares, Estágio supervisionado e TCC.
<b>IES 2</b>	Disciplinas de nível introdutório e de nível profissionalizante. Programa de experiências, TTC, Estágio Supervisionado e Libras.
<b>IES 3</b>	Interdisciplinaridade - Teoria e Prática – Atividades Extra-Classe: A interdisciplinaridade pode ser feita através de: trabalhos e seminários acadêmicos, viagens técnicas, produção de eventos e atividades lúdico-pedagógicas como gincanas e outras afins. As atividades integralizadas entre a teoria e as práticas podem ser feitas em laboratórios <i>in loco</i> ou extra Instituição, como: viagens técnicas, execução de inventário, planejamentos turísticos, roteiros turísticos, eventos etc. O curso tem disciplinas obrigatórias, atividades complementares, estágio curricular e disciplinas optativas, além do Trabalho de conclusão de curso. A matriz do curso é composta de oito (8) semestres letivos.
<b>IES 4</b>	Módulos integralizados em no mínimo 4 semestres. Disciplinas obrigatórias, atividades complementares, projeto integrado multidisciplinas, plano de negócios e estágio.
<b>IES 5</b>	Há na estrutura do Curso disciplinas obrigatórias, atividades complementares (monitoria, iniciação científica, cursos de extensão, eventos científicos, atividades culturais etc.), conteúdos básicos, conteúdos específicos, conteúdos teóricos-práticos, TTC e Estágio supervisionado.
<b>IES 6</b>	Disciplinas, Estágio e TCC.

FONTE: Pesquisa documental.

Quanto a este tópico, as IES ressaltam o alinhamento entre teoria e prática e em todas há obrigatoriedade do estágio supervisionado, conforme

preconizam as diretrizes do MEC. Apenas a IES 4 não cita em seu PPC e nem na matriz curricular a utilização de TTC para conclusão do curso. A IES 6 que possui tanto curso de bacharelado quanto tecnológico não apresenta no site a diferença entre os dois a não ser no aspecto da área de atuação, mas não constando no site a matriz curricular e nem o perfil do egresso de forma a diferenciar os dois cursos.

Daqui, partimos para analisar as diferenças e semelhanças entre os currículos das IES dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza. Para Onzi e Batomê (2005) o exame das disciplinas curriculares pode fornecer informações sobre a importância que é dada a um ou outro conjunto de conhecimentos específicos, além de fornecer um panorama do que está sendo proposto como papel profissional.

Fizemos a tentativa de organizar por ano letivo, mas infelizmente a ordem de prioridade e a sequência que cada IES dá é diferente e o que para algumas aparece no 1º ano letivo, para outras só aparece em outro ano letivo. Também fizemos a tentativa de analisar os currículos dos cursos de bacharelado separadamente dos cursos tecnológicos, mas não houve como fazer uma análise comparativa entre as duas IES, pois a IES 6 não disponibiliza no site o currículo dos cursos tecnológicos. Por este motivo, o currículo da IES 4, que é um curso tecnológico, foi analisado juntamente com as demais.

Por isso, apresentamos o Quadro 10 com as disciplinas que as IES têm em comum e em comparação com as que divergem. Para este fim, fizemos uma análise temática, mesmo alguns nomes sendo diferentes, as disciplinas que tinham os nomes semelhantes foram agrupadas como uma só.

**Quadro 10 – Disciplinas semelhantes nas matrizes curriculares dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza**

<b>DISCIPLINAS SEMELHANTES EM TODAS AS IES</b>	
·	Teoria Geral ou Fundamentos da Administração
·	Economia do Turismo
·	Planejamento Turístico
·	Gestão dos meios de hospedagem
·	Planejamento e organização de eventos
·	Marketing Turístico
·	Estágio Supervisionado

FONTE: Pesquisa documental.

Cada matriz curricular tem em média 30 disciplinas e, conforme Quadro 10, percebemos que apenas sete são comuns, levando-se em consideração apenas o nome das disciplinas, visto que as IES não nos disponibilizaram as ementas, ou seja, estas disciplinas aparecem em todas as matrizes curriculares pesquisadas. São disciplinas introdutórias da área do Turismo e, em algumas matrizes, elas aparecem com o nome da ciência e em outras aparecem aplicadas ao Turismo. Mas deixam evidente a preocupação com a área de planejamento e gestão do Turismo, a que se propõem os cursos. É importante frisar que, em todas, o estágio supervisionado está presente, o que garante ao concluinte o mínimo de experiência para enfrentar o mercado de trabalho.

Já o Quadro 11 apresenta as disciplinas que aparecem nas matrizes, mas não são unanimidade, especificando em qual IES ela não é mencionada.

**Quadro 11 – Disciplinas divergentes por IES**

(continua)

DISCIPLINAS SEMELHANTES, MAS NÃO EM TODAS	EXCETO EM:					
	IES 1	IES 2	IES 3	IES 4	IES 5	IES 6
Metodologia do Trabalho científico				x		
Matemática Comercial e Financeira	x					x
Psicologia				x	x	
Teoria ou Fundamentos do Turismo		x		x		
Inglês						x
Estatística		x		x		x
Sociologia do Turismo				x		x
História						x
História do Ceará		x		x		x
Geografia						x
Direito e legislação turística					x	
Sistema do Turismo – Sistor	x	x		x		x

**Quadro 7 – Perfil do egresso das IES dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza**

(conclusão)

Contabilidade		x		x		
Espanhol	x			x	x	x
Gestão de agências de viagens					x	
História da arte		x		x	x	x
Transporte turístico		x			x	
Turismo sustentável e meio ambiente		x		x	x	
Antropologia		x		x		x
Gestão de pessoas		x			x	
Políticas públicas		x			x	
Gestão financeira		x			x	x
Gastronomia				x	x	x
Tecnologia da informação						x
Elaboração de projetos turísticos				x	x	x
Ética, cidadania e turismo		x	x	x		
Lazer e animação turística		x	x	x	x	
Turismo e patrimônio			x	x		
Empreendedorismo		x	x			x
Carreira, liderança e trabalho em equipe	x		x		x	
TCC				x		

FONTE: Pesquisa documental.

A disciplina de metodologia só não aparece na IES 4, pois esta não tem como critério de conclusão do curso o TCC. Conforme as diretrizes do MEC para os cursos tecnológicos, a apresentação do trabalho de conclusão de curso, seja ele, um artigo, um projeto de aplicação ou uma monografia não é obrigatório, mas é um importante passo para o aluno descobrir o mundo da pesquisa e aprofundar seus conhecimentos e leituras sobre as ciências ligadas ao Turismo.

Destacamos também a necessidade do ensino de língua inglesa nos cursos de Turismo. De acordo com a pesquisa de Mota e Silva (2013), uma das

exigências dos empregadores da área de turismo é justamente a comunicação em língua estrangeira, principalmente o inglês. Acentuamos ainda, a importância do ensino na língua espanhola, visto que, de acordo com os dados do Ministério do Turismo, no ano de 2015 o Brasil recebeu mais de três milhões de turistas advindos de países da América do Sul. No caso específico do Ceará, no ano de 2015, dos turistas que visitaram o estado via Fortaleza, 4,53% eram de espanhóis e 8,72% eram argentinos (SETUR, 2016). No referente ao espanhol, apenas duas IES disponibilizam como disciplinas em suas matrizes. Alertamos também para o fato de que apenas a IES 3 oferece disciplinas para além do inglês instrumental, que serve apenas para que o aluno leia e interprete textos em língua estrangeira, mas pouco ajudam quando o assunto é conversação.

A disciplina de Fundamentos do Turismo, na qual se apresentam as diferentes visões acerca do Turismo, suas definições e aplicações, deveria estar presente em todas as matrizes curriculares das IES e não é o que percebemos pela análise do Quadro 11, duas IES não possuem esta disciplina. O mesmo acontece com a disciplina de Sistemas de Turismo, quando somente duas IES apresentam a disciplina em suas matrizes curriculares.

Nos chama atenção também a falta da disciplina de Sustentabilidade e Meio ambiente, visto que Fortaleza, entre todos os seus atrativos, explora mais o sol e o mar, comprovado também pela visão dos alunos sobre a relação Fortaleza e Turismo, no subcapítulo 6.1. Para a manutenção das atividades turísticas que envolvem, em sua maioria, a natureza é de suma importância à prática do Turismo sustentável que garanta que a atividade permaneça viável por longos anos, mesmo sabendo que Fortaleza tem potencial para explorar outras formas de fazer turismo.

Políticas públicas também deveria ser uma disciplina ministrada em todos os cursos, principalmente nas IES que inserem o planejamento público e consultorias na área de atuação dos seus alunos.

As demais disciplinas são justificáveis ou não na matriz dependendo do perfil do egresso desejado pela IES. Por exemplo, a IES 3 coloca como área de atuação o ensino de turismo, mas em sua matriz não disponibiliza disciplinas relacionadas à área de educação.

E finalmente o Quadro 12 apresenta quais disciplinas são exclusividade para cada IES.

**Quadro 12 – Disciplinas exclusivas por IES**

DISCIPLINAS EXCLUSIVAS	
IES 1	Nenhuma.
IES 2	Ciências Humanas e Sociais Responsabilidade Social nas Organizações Turísticas Turismo de Aventura e Ecoturismo Libras
IES 3	História da América do Sul Comunicação em inglês Gestão de custos Comunicação em espanhol Gestão de processos Projeto social Francês básico Cerimonial e protocolo Comunicação em francês
IES 4	Métodos Quantitativos Direito do Consumidor, Ética e Responsabilidade Social Turismo e Hospitalidade Projeto Integrado Multidisciplinar Promoção e Divulgação em Turismo Desenvolvimento Profissional
IES 5	Turismo e Desenvolvimento Gestão para Excelência
IES 6	Destinos turísticos internacionais Fundamentos das ciências sociais Pesquisa aplicada ao turismo Seminários integrados em turismo Consultoria em turismo e hotelaria Tópicos especiais em turismo

FONTE: Elaborado pela autora.

Cada IES oferece disciplinas de acordo com seu perfil do egresso, mas destacamos novamente a importância das línguas estrangeiras e que é trabalhada na IES 2 através das disciplinas de comunicação em inglês e espanhol. As demais disciplinas específicas estão relacionadas, principalmente, a gestão do Turismo.

Ainda retomando a pesquisa de Mota e Anjos (2013), o mercado de trabalho busca profissionais com habilidades interpessoais, mas nos PPCs, matrizes curriculares e demais informações dos sites pouco de fala em competências e habilidades a serem desenvolvidas pelos alunos. Vemos um pouco dessa preocupação nas disciplinas ligadas à ética, trabalho em equipe, responsabilidade social e liderança.

## 7 CONCLUSÕES

Este estudo que teve como objetivo identificar as definições de Turismo na visão dos alunos em formação na cidade de Fortaleza estabelecendo uma relação destes conceitos com os currículos e PPCs das IES nos mostrou que o aluno que deixa a graduação seguindo seu destino para o mercado de trabalho ainda apresenta lacunas em sua formação e as instituições não possuem muita unanimidade quanto aos seus currículos.

A descoberta do lugar como seu ou como do outro se faz necessária para que se façam discussões e se analisem as manifestações sociais e culturais. O Turismo não funciona de maneira diferente e, ao ocupar os lugares determinando-os como destinos turísticos, atinge diretamente os residentes. Na verdade, o lugar onde se faz o turismo se manifesta como o lugar de lazer, de entretenimento ou de negócios para alguns e como lugar de moradia para outros.

A perspectiva de lugar de Milton Santos (1986), de não-lugares de Mark Augé (1994) e a posteriori discussão de Carlos (2007) sobre o que é lugar para uns e não-lugares para outros, nos leva a ideia de pertencimento de Maingueneau (2004). Podemos pertencer a um determinado lugar, mas sem ter por ele o apego familiar e nos sentir estrangeiros em nossa própria terra. Podemos ainda não pertencer a um lugar, mas ter por ele o amor da terra natal. Iracema, a virgem dos lábios de mel tão aclamada por José de Alencar se via como um passarinho longe do ninho ao deixar a tribo dos tabajaras e nós não somos muito diferentes. As vezes nos sentimos “fora do ninho” mesmo em terras conhecidas.

O profissional que ingressará na área do Turismo precisa ter muito claro estas noções de lugar e não-lugar, de pertencimento ou não pertencimento ao trabalhar com a gestão do turismo, com a gestão dos equipamentos que fazem parte do destino, deste lugar turístico, precisa levantar questões sobre o que é bom para o seu lugar que também é bom para os outros que não pertencem a ele, mas que vem de outros lugares para conhecer o mundo, para se tornarem cidadãos dele.

Os profissionais do Turismo de Fortaleza precisam receber estes direcionamentos dentro das faculdades e universidades para saberem que caminhos querem trilhar e estes caminhos perpassam o currículo acadêmico que estão descritos nos PPCs e nas matrizes curriculares.

Seguindo os questionamentos propostos no início desta pesquisa, constatamos primeiramente que há ainda pouco interesse dos alunos e das próprias instituições de ensino na pesquisa e em estudar teoricamente o Turismo, impressão esta confirmada pela mínima quantidade de questionários respondidos e também pela falta de abertura das IES em disponibilizar seus PPCs e matrizes curriculares para análise e estudo.

Diferentemente do que pressupomos no início desta pesquisa, o concluinte dos cursos possui uma definição clara de Turismo, mesmo que divergentes entre as instituições. Os alunos reconhecem a descoberta do lugar e como este atrai e recebe o turista. Estes concluintes se apegam a ideia do tempo que o turista passa no destino e pouco, ainda, a ideia de experientiação, da descoberta do lugar, vendo muitas vezes o turismo como exclusiva atividade econômica. A dificuldade na definição de Turismo reside no fato de que não um consenso nem mesmo entre os teóricos, como já foi discutido, por ser o Turismo uma atividade multifacetada.

Também não conseguem ver na associação entre Turismo e Fortaleza a ideia de um lugar que proporciona aos seus visitantes uma cidade limpa e segura, com mobilidade urbana e com atrativos culturais, ou seja, ainda veem o Turismo em Fortaleza como aquele que da Terra do sol e do mar que advém também do planejamento e promoção que é feita da cidade. Infelizmente, ainda não se explora o lugar como cultural através de museus ou visitas pela centro da cidade, não se explora a história do povo cearense, do fortalezense.

Os alunos reconhecem a importância que as IES têm na construção das definições de Turismo, afirmando eles, que lhes são repassados através da qualificação dos professores e das aulas que mesclam a teoria e a prática.

É esta visão sobre o Turismo que é justamente repassada pelas próprias IES e que também não definem em seus PPCs suas filosofias de trabalho e nem que definição de Turismo regem estas filosofias. Recomendaríamos desta forma, que nos PPCs dos cursos de graduação constassem os nomes do autores que regem seu perfil do egresso e filosofias que estão por trás de suas metodologias de ensino.

Quanto ao questionamento seguinte, a que se propôs este trabalho, sobre o perfil do aluno concluinte dos cursos de graduação em Turismo de Fortaleza, de

acordo com os dados coletados, metade deles já atuam na área, percentual que deveria ser maior, visto que as IES disponibilizam o estágio em sua matriz e pregam a importância da teoria e da prática. Estes mesmos alunos têm trabalhado, principalmente, em agências de viagem e no turismo corporativo/negócios, são jovens entre 20 e 30 anos que conseguem terminar o curso no tempo médio de 3 a 4 anos, que residem em sua maioria em Fortaleza e que advêm de bairros periféricos, ou seja, com moradores de baixo poder econômico e grandes problemas sociais.

E no referente ao nosso último questionamento da pesquisa, quanto a em que aspectos as instituições de ensino superior em Turismo de Fortaleza atendem as demandas do mercado, percebemos que os PPCs, como já dito, trazem conceitos generalistas e os currículos da mesma forma, demonstram uma visão mais empresarial do Turismo sem fazer menção as outras formas de fazê-lo, como o turismo de base local.

Os currículos divergem bastante entre as IES, mas se comunicam ao disponibilizar disciplinas como teoria geral, economia, planejamento e marketing aplicados ao Turismo. Sentimos falta da disciplina de Fundamentos do Turismo e mais disciplinas relacionadas ao domínio de línguas estrangeiras, principalmente, o inglês e o espanhol. Além destas, alertamos para a importância de disciplinas relacionadas a sustentabilidade e meio ambiente, ao uso de tecnologias da informação e mídias de comunicação, além de disciplinas relacionadas as competências e habilidades exigidas pelo mercado de trabalho como habilidades interpessoais, ética, liderança, responsabilidade social e trabalho em equipe. Sugerimos ainda a disponibilidade de disciplinas opcionais como didática ou psicologia da educação, para aqueles que pretendem seguir a carreira de ensino e pesquisa no Turismo.

Insistimos na necessidade de estágios e que estes possam ser feitos em mais de uma área do Turismo, a partir de parcerias com os empresários do setor. Parcerias estas que podem ser feita junto ao SEBRAE ou FECORMÉRCIO e ainda que as IES incentivem *spin-offs* (empresas nascidas dentro das universidades) também em parceria com a iniciativa privada.

Reiteramos a necessidade de diálogo maior entre as instituições de ensino de Turismo de Fortaleza e seu corpo docente. Sugerimos ainda a criação de um curso de licenciatura em Turismo, visto que no Brasil temos apenas um na

cidade do Rio de Janeiro, para que possamos aprofundar as discussões teóricas acerca da área e preparar profissionais para ensinar e discutir o Turismo.

O mercado precisa de profissionais qualificados, mas muito mais do que o mercado, a cidade precisa de pessoas que pensem o Turismo de forma sustentável, com menos sazonalidade e mais qualidade de vida e de serviços para os turistas e residentes. Ainda ficam aqui outras inquietações para pesquisas futuras, entre elas o que leva os alunos a escolherem estudar Turismo ou para que áreas migram aqueles que não conseguem se inserir neste mercado de trabalho, por que não conseguem trabalhar em outras áreas para além do turismo corporativo e agências de viagens em Fortaleza e, ainda, a atual oferta de cursos na área de Turismo corresponde à demanda de profissionais qualificados requeridos pelo mercado cearense ou como e qual a oferta de cursos de Turismo em outras cidades do Ceará?

## REFERÊNCIAS

- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria**: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil. São Paulo: Aleph, 2002.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Teoria geral do turismo. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo**: como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC, 2001. cap. 1, p. 11-33.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo e segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo**: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1999.
- ANJOS, Francisco Antonio dos; ANJOS, Sara Joana Gadotti dos; OLIVEIRA, Josildete Pereira de. A abordagem sistêmica no processo de planejamento e gestão de territórios urbanos turísticos. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, RS, v. 5, p. 390-407 jul./nov. 2003. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/2269/138>>. Acesso em: 14 jul. 2016.
- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2015-2016. Brasil: Ministério do Turismo. v. 43. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads\\_anuario/Anuario\\_Estatistico\\_de\\_Turismo\\_2016\\_Ano\\_base\\_2015\\_Excel.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_de_Turismo_2016_Ano_base_2015_Excel.pdf)>. Acesso em: 18 mai. 2016. 162 p.
- ARISTÓTELES. Livro IV. In: ARISTÓTELES. **Física**. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.tamulipas.gob.mx/archivos/descargas/31000000125.PDF>>. p. 109-168. Acesso em: 21 fev. 2017.
- AUGÉ, Mark. **Não Lugares**: Introdução a uma antropologia da supermordenidade. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- AVIGHI, Carlos Marcos. Turismo e comunicação: estudo do turismo na história da comunicação no século XIX. **Revista Turismo em análise**, São Paulo, SP, v. 3, n. 2, p. 22-27 nov. 1992.. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64154>>. Acesso em: 21 out. 2016.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2009.
- BARRETO, Margarita; REJOWSKI, Mirian. Considerações Epistemológicas sobre segmentação de mercado. In: PANOSSO NETTO, Alexandre e ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico**: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009, cap. 1, p. 3-18.

BARRETO, Margarita; TAMANINI, Elizabete; SILVA, Maria Ivonete Peixer da. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2004.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2004.

BRANDÃO, Hathsue Nagamine. Análise do discurso: um itinerário histórico. In: PEREIRA, Helena; ATIK, Maria Luiza (Orgs.) **Língua, Literatura e Cultura em Diálogo**. São Paulo: Mackenzie, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes Nacionais para a qualificação em Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. **A democratização e expansão da educação superior no país 2003-2014**. Brasília, DF, 2015. 106 p. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&category\\_slug=dezembro-2014-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&category_slug=dezembro-2014-pdf&Itemid=30192)>. Acesso em: 19 ago. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: o Turismo fazendo muito mais pelo Brasil 2013-2016**. Brasília, DF, 2013. 116 p. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano\\_nacional\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf)>. Acesso em: 16 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **O que é o Cadastur**. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.mtur#>>. Acesso em: 15 abr. 04 2017.

BRASIL. Câmara dos deputados. **Legislação brasileira sobre educação**. Brasília: Edições Câmara, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo: formação de gestores das políticas públicas do turismo**. Florianópolis, SC: SEAD/FAPEU/UFSC, 2009.

BRASIL. Ministério da Educação. **Parecer CNE/CES Nº 277/2006, 7 de dezembro de 2006**. Nova forma de organização da Educação Profissional e Tecnológica de graduação. Brasília, DF, jun. 2007. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/pces277\\_06.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/pces277_06.pdf)>. Acesso em: 29 dez. 2016.

BRASIL. Ministério Da Educação. **Resolução Nº 13, de 24 de novembro de 2006**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo. Brasília, DF, set. 2004. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13\\_06.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf)>. Acesso em: 29 dez. 2016.

BRASIL. Ministério da Educação. **Parecer CNE/CES Nº 0288/2003, 6 de novembro de 2006**. Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo. Brasília, DF, abr. 2004. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2003/pces288\\_03.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2003/pces288_03.pdf)>. Acesso em: 29 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003/2007**. Brasília, DF, abr. 2003. Disponível em: <<http://obsturpr.ufpr.br/artigos/planonacionaldoturismo.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2016.

BRASIL. Ministério da Educação. **Parecer CNE/CES Nº 436/2001, 2 de abril de 2001**. Cursos Superiores de Tecnologia – Formação de Tecnólogos Brasília, DF, abr. 2001. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0436.pdf>>. Acesso em: 29 dez. 2016.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Sociologia do lazer. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2001a. cap. 8, p. 235-275.

CAMARGO, Haroldo L. Fundamentos Multidisciplinares do turismo: história. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Org.) **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2001b, cap. 2, p. 33-85.

CANUTO, Ondina Maria Chagas; LEITINHO, Meirecele Calipe. O currículo como fio condutor do processo de educação. In: HOLANDA, Patrícia Helena Carvalho; LEITINHO, Meirecele Caliope (Org.). **Experiências de Avaliação Curricular: possibilidades teórico-práticas**. Fortaleza, CE: UFC, 2011. cap. 8, p. 136-157.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Labur, 2007.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). **Turismo: Espaço, paisagem e Cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999, p. 25-39.

CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

CEARÁ. Secretaria de Turismo. **Indicadores Turísticos 1995-2015**. Fortaleza: Célula de estudos e pesquisas da SETUR, 2016. 39p. Disponível em: <<http://www.setur.ce.gov.br/images/PDFs/ESTUDOS-PESQUISAS/Indicadores-1995-2015.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

CEARÁ. Departamento Estadual de Rodovias. **Mapa da Região Metropolitana de Fortaleza**. 2012-2013. Escala 1:16.5000.000. Disponível em: <<http://www.anuariodefortaleza.com.br/a-cidade/mapa-da-regiao-metropolitana-de-fortaleza.php>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

CEARÁ. Governo do Estado. **Mapa de Fortaleza**. Fortaleza, CE. Escala indeterminável. Disponível em: <<http://www.ceara.com.br/fortaleza/mapadefortaleza.htm>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

CELESTE FILHO, Marcioniro. A institucionalização do turismo como curso universitário – décadas de 1960 e 1970. **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, Penedo, RJ, v. 2, n. 2, p. 4-22, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/viewFile/574/436>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

CORIOLOANO, Luzia Neide; VASCONCELOS, Fábio Perdigão (Org.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza, CE: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, Luzia Neide e VASCONCELOS, Fábio Perdigão (Org.). **Turismo: território e conflitos imobiliários**. Fortaleza, CE: EdUECE, 2012.

CORIOLOANO, Luzia Neide. Litoral do Ceará: espaço de poder, conflito e lazer. **Revista da Gestão Costeira Integrada**, p. 277-287, set. 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/3883/388340124020/>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

CORIOLOANO, Luzia Neide. **Turismo e geografia: abordagens críticas**. Fortaleza, CE: EdUECE, 2005.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010, p. 383.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2010. p. 554.

FORTALEZA. Lei Nº 10.371 de 24 de junho de 2015. Aprova e sanciona o Plano Municipal de Educação. **Diário Oficial do Município**, Fortaleza, CE, n. 15.549, p. 1-48, jun. 2015. Disponível em: <[http://simec.mec.gov.br/sase/sase\\_mapas.php?uf=CE&tipoinfo=1](http://simec.mec.gov.br/sase/sase_mapas.php?uf=CE&tipoinfo=1)>. Acesso em: 15 dez. 2016.

FORTALEZA. **Localização das IES**. Dados do mapa@2017 Google Brasil. Escala indeterminável. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/dir/DeVry+Fanor+-+Campus+Dunas,+Av.+Santos+Dumont,+7800+-+Dunas,+Fortaleza+-+CE,+60191-156/Faculdade+Lourenço+Filho+-+FLF+-+Avenida+General+Osório+de+Paiva+-+Parangaba,+Fortaleza+-+CE/@-3.7448885,-38.5107676,14z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x7c7464413b87e13:0x1b783a7be7ba0d0!2m2!1d-38.4628877!2d-3.7499057!1m5!1m1!1s0x7c74ea723a67627:0x1ac66e77ed4785cb!2m2!1d-38.5668886!2d-3.7760859!3e1>>. Acesso em: 13 abr. 17

FLORES, Luiz Carlos da Silva; MENDES, Julio da Costa. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, SP, v. 8, n. 2, p. 222-237, maio/ago. 2014. Disponível em:

<[http://www.editoraatlas.com.br/atlas/webapp/detalhes\\_produto.aspx?prd\\_des\\_ean13=9788522480098](http://www.editoraatlas.com.br/atlas/webapp/detalhes_produto.aspx?prd_des_ean13=9788522480098)>. Acesso em: 08 jul. 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HALLAL, Dalila Rosa; MÜLLER, Dalila; GARCIA, Tania Elisa Morales; RAMOS, Maria da Graça Gomes. O contexto de criação dos cursos de bacharelado em turismo no Brasil. COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTIÓN UNIVERSITARIA EM AMÉRICA DEL SUR, 10., Mar del Plata. **Actas...** Argentina: [s.n.], 2010. p. 1-14. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/97077/O%20CONTEXTO%20DE%20CRIAC%C3%87%C3%83O%20DOS%20CURSOS%20DE%20BACHARELADO%20EM%20TURISMO%20N.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 03 ago. 2016.

HALLAL, Dalila Rosa; MÜLLER, Dalila. A Embratur e os Cursos Superiores de Turismo no Brasil. (1970-1976). **Revista Rosa dos Ventos**, v. 2, n. 6, p.164-179, abr./jun. 2014. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2528>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

HOLANDA, Patrícia Helena Carvalho e LEITINHO, Meirecele Caliope. Colocando em cena os autores da avaliação curricular. In: HOLANDA, Patrícia Helena Carvalho e LEITINHO, Meirecele Caliope (Org.). **Experiências de Avaliação Curricular: possibilidades teórico-práticas**. Fortaleza, CE: UFC, 2011. cap. 1, p. 13-20.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores 2014**. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. 97 p. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94935.pdf>>. Acesso em: 19 ago. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia do Turismo: uma perspectiva Macroeconômica 2005-2007**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. 51 p. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv46374.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Censo da educação superior 2013: resumo técnico**. Brasília: MEC, 2015. 82 p. Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2013/resumo\\_tecnico\\_censo\\_educacao\\_superior\\_2013.pdf](http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2013/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2013.pdf)>. Acesso em: 19 ago. 2016.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Mapa das regionais de Fortaleza**. Escala indeterminável. Disponível em: <[http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/pdf/Mapa\\_Regionais\\_Fortaleza.pdf](http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/pdf/Mapa_Regionais_Fortaleza.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2017.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. **Mapa da região metropolitana de Fortaleza**. Escala indeterminável. Disponível em: <[http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/pdf/regiao\\_metropolitana\\_fortaleza.pdf](http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/pdf/regiao_metropolitana_fortaleza.pdf)>. Acesso em: 25 abr. 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LEITINHO, Meirecele Caliope; HOLANDA, Patrícia Helena Carvalho; FREITAS, Francisco Emilio Campelo; MOITA, Aline Maria Loureiro Muniz. Metodologias aplicadas nas experiências de avaliação curricular: síntese provisória. In: HOLANDA, Patrícia Helena Carvalho; LEITINHO, Meirecele Caliope (Orgs.). **Experiências de Avaliação Curricular: possibilidades teórico-práticas**. Fortaleza, CE: UFC, 2011. cap. 11, p. 194-200.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Apleph, 2012.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso Literário**. São Paulo: Contexto, 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. Paratopia e suas sombras. In: POSSENTI, Sírio; SILVA, Maria Cecília Perez Souza e (Orgs.). **Doze conceitos em análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 157-170.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas, SP: Pontes: Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MAX-NEEF, Manfred. **Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones**. Barcelona: Icaria Editorial, 1998.

MENEZES, Adriano Sarquis Bezerra de; MEDEIROS, Cleyber Nascimento de. **Perfil Socioeconômico de Fortaleza**. Fortaleza-CE: IPECE, 2012.

MOESCH, Marutschka; BENI, Mário Carlos. Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do Turismo. In: 14 SEMINÁRIO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, Natal, RN, 2015,. **Anais eletrônicos...** Natal, RN: ANPTUR, 2015. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&>>

uact=8&ved=0ahUKEwiK8fPiyN\_NAhVMiiwKHX2eAQAQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.anptur.org.br%2Fanptur%2Fanais%2Fv.11%2FDFP1\_pdf%2F48.pdf&usg=AFQjCNEI3ddqpAOAhOGmH0Oa720H5o5Dnw&sig2=gmltehWq7Zps6rGtGnou\_A>. Acesso em: 06 jul. 2016.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MORIN, Edgar. **Educação e complexidade: os sete saberes e outros ensaios**. São Paulo: Cortez, 2009.

MOTA, Karol Monteiro. **Formação superior em Turismo na UNIFOR: proposta, realidade e reflexos**. 2007. 106 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/handle/11338/266>>. Acesso em: 15 jun 2016.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico**. Fortaleza: IFCE, 2013a.

MOTA, Keila Cristina Nicolau; SILVA, Aline Ribeiro. Competências para o mercado de trabalho em turismo e hotelaria: Perfil dos profissionais requerido em Fortaleza. **Conexões Ciência e Tecnologia**, Fortaleza, CE, v. 7, n. 1, p. 9-30, mar. 2013b.

MOTA, Keila Cristina Nicolau; VIANNA, Silvio Luiz Gonçalves; ANJOS, Francisco Antonio dos. **Competitividade das destinações turísticas: estudo de casos brasileiros**. Rio de Janeiro, RJ: Atlas, 2013c.

MOTA, Keila Cristina Nicolau e ANJOS, Francisco Antonio dos. Análise dos cursos superiores no nordeste brasileiro: bacharelado versus tecnológico. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL – TURISMO E PAISAGEM: RELAÇÃO COMPLEXA, 7., Caxias do Sul, RS, 2012. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul, RS: Universidade de Caxias do Sul, 2012. Disponível em: <[https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_7/arquivos/01/05\\_Mota\\_Anjos.pdf](https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/01/05_Mota_Anjos.pdf)>. Acesso em: 25 mai. 2016.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. As implicações das Políticas Públicas na gestão da educação superior em Turismo e Hotelaria no Brasil. In: SHINUGOV NETO, A; MACIEL, L. **Ensino Superior em Turismo e Hotelaria: reflexões sobre a docência e a pesquisa de qualidade**. Ilhéus, BA: Editus, 2006.

NACIONES UNIDAS. División de Estadística de las Naciones Unidas. **Cuenta satélite de turismo (CST): Recomendaciones sobre el marco conceptual**, n. 80, 2001. 114 p. Disponível em: <[http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1s.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1s.pdf)>. Acesso em: 06 jul. 2016.

ONZI, Lucia; BATOMÉ, Silvio Paulo. Características do ensino superior de graduação em Turismo: a organização do conhecimento como critério de planejamento da formação profissional. **Revista Turismo em análise**, v. 16, n. 2, p. 133-156, nov. 2005. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63733>>. Acesso em: 17 set. 2016.

PAKMAN, Elbio Troccoli. Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à história do pensamento turístico. SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO DA UECE, 11., Fortaleza, CE, 2014. **Anais eletrônicos...** Fortaleza, CE: UECE, 2014. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwifxPK8q9\\_NAhXGHJAKHeVjBDkQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.anptur.org.br%2Fnovos\\_portal%2Fanais\\_anptur%2Fanais\\_2014%2Farquivos%2DFDP%2DFDP1%2F034.pdf&usq=AFQjCNHO9DlcUPlcjoMeax4e0JPpLCo3A&sig2=hM2Uf7aRFHNnDNwaCt\\_\\_0A](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwifxPK8q9_NAhXGHJAKHeVjBDkQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.anptur.org.br%2Fnovos_portal%2Fanais_anptur%2Fanais_2014%2Farquivos%2DFDP%2DFDP1%2F034.pdf&usq=AFQjCNHO9DlcUPlcjoMeax4e0JPpLCo3A&sig2=hM2Uf7aRFHNnDNwaCt__0A)>. Acesso em: 05 jul. 2016

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Segmentação em turismo: panorama atual. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009, cap. 1. p. 19-43.

PANOSSO NETTO, Alexandre. Filosofía del Turismo: una propuesta epistemológica. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 16, n. 4, oct. 2007, p. 389-400. Buenos Aires, Argentina. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713898001>>. Acesso em: 07 jul. 2016.

RODRIGUES, Adyr. Lugar, não-lugar e a realidade virtual no turismo globalizado. **Revista do Departamento de Geografia**, São Paulo, SP, v. 10, p. 73-78, nov. 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/53705>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço e Tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. São Paulo: HUCITEC, 1986a.

SANTOS, Milton. Espacio y Metodo. **Cuadernos críticos de geografia humana**, Barcelona, Espanha, n. 65, sep.1986b. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/texap-6.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2016.  
SCHMIDT, Mario Furley. **Nova história do Brasil: 500 anos de história mal contada**. São Paulo: Nova Geração, 1997.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Aline Ribeiro; MOTA, Keila Cristina. Competências para o mercado de trabalho em Turismo e Hotelaria: perfil dos profissionais requerido em Fortaleza. **Conexões, Ciência e Tecnologia**, Fortaleza, CE, v. 7, n.1, p. 9-30, mar. 2013.

Disponível em:

<<http://conexoes.ifce.edu.br/index.php/conexoes/article/view/541/360>>. Acesso em: 30 dez. 2016.

SONAGLIO, Kerlei Eniele. Turismo espacial: do sonho à realidade do homem contemporâneo. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009. cap. 29, p. 505-521.

SOUZA NETO, Gerardo Facundo de; CORIOLANO, Luzia Neide. Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional de Aracati. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS. **CRISES, PRÁXIS E AUTONOMIA: ESPAÇOS DE RESISTÊNCIA E DE ESPERANÇAS**, 16., Porto Alegre, RS, 2010. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre, RS: Associação dos Geógrafos Brasileiros, 2010. p. 1-9. Disponível em:

<[https://www.google.com.br/search?client=safari&rls=en&q=pol%C3%ADticas+públicas+de+turismo+Aracati&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe\\_rd=cr&ei=7k9UWJ6aA4WF8QfN6qGIBw#](https://www.google.com.br/search?client=safari&rls=en&q=pol%C3%ADticas+públicas+de+turismo+Aracati&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe_rd=cr&ei=7k9UWJ6aA4WF8QfN6qGIBw#>)>. Acesso em: 16 dez. 2016.

TARDIF, Maurice. **Saberes docentes e formação profissional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TEIXEIRA, Sergio Henrique Azevedo. **Cursos Superiores de Turismo: condicionantes sociais de sua implantação: uma abordagem histórica (1968/1976)**. 2007, 70 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-graduação *Scripto Senso* em Educação, Universidade de São Francisco, Itatiba, SP, 2007.

TEIXEIRA, Sérgio Henrique Azevedo. Cursos superiores de Turismo: uma abordagem histórica (1970/1979). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, 4., Goiania, GO. **Anais eletrônicos...** Goiania, GO: Sociedade Brasileira de História da Educação, 2006. p. 1-9. Disponível em:

<<http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe4/individuaiscoautorais/eixo05/Sergio%20Henrique%20Azevedo%20Teixeira%20-%20Texto.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A Sociedade Pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1998.

TRIBE, John. Turismo, conhecimento e currículo. In: AIREY, David e TRIBE, John. **Educação internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC, 2008.

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer, viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico**: receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

## **ANEXOS**

<b>QUADRO NORTEADOR DA PESQUISA</b>			
<b>TEMA: DEFINIÇÃO DE TURISMO PARA EGRESSOS DOS CURSOS DE TURISMO EM FORTALEZA</b>			
<b>QUESTÃO CENTRAL</b>	<b>HIPÓTESE GERAL</b>	<b>OBJETIVO GERAL</b>	<b>METODOLOGIA</b>
Qual a definição turismo na visão dos turismólogos formandos na cidade de Fortaleza	O aluno egresso do curso de turismo não tem uma definição clara sobre o que é o turismo, quem é o turista e que lugar é esse que recebe a nomenclatura de destino turístico. Este aluno tem uma visão superficial sobre o que faz um destino se tornar turístico e quais características este destino deveria possuir para ser considerado como tal.	Analisar os conceitos de turismo, as características de um destino turístico e a relação do turismo com o setor público na visão dos alunos egressos dos cursos de turismo de Fortaleza.	Primeiro, será realizada uma revisão bibliográfica a cerca das noções de lugar, não-lugar, paratopia e definições de marketing de lugar, destino turístico, turismo e turista e também uma comparação entre os conceitos de diversos autores sobre a definição de lugar e de turismo. Segundo, será realizada uma categorização quantitativa das instituições de ensino e dos cursos de turismo de Fortaleza por modalidade, grau e periodicidade. Após será aplicado um questionário com uma amostra dos alunos dos cursos de turismo de Fortaleza. E por último, será feita uma análise do discurso nos questionários aplicados aos alunos egressos dos cursos de turismo de Fortaleza.
<b>DESDOBRAMENTOS</b>			
<b>QUESTÕES</b>	<b>HIPÓTESES</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>METODOLOGIA</b>
Qual o perfil do aluno egresso dos cursos de turismo de Fortaleza?	Em sua maioria, os alunos saem da faculdade, sem ter feito nenhum estágio ou ter trabalhado em algum setor da cadeia produtiva do turismo, desta maneira saindo absorto de conhecimentos teóricos e pouca prática, mesmo nos cursos que se intitulam tecnológicos.	Descrever o perfil socioeconômico dos alunos egressos dos cursos de turismo de Fortaleza, identificando em que instituições têm se formado, qual modalidades de ensino têm cursado, quanto tempo levam entre o ingresso e a formatura, o que os leva a fazer cursos na área de turismo e que têm experiência na cadeia produtiva do turismo.	Primeiramente, será feito um levantamento das instituições de ensino de cursos na área do turismo que sejam cadastradas junto ao MEC e quais cursos estão em funcionam. Posteriormente, será realizada uma categorização quantitativa das instituições de ensino e dos cursos de turismo de Fortaleza por modalidade, grau e periodicidade e

			também será aplicado um questionário com uma amostra dos alunos dos cursos de turismo de Fortaleza. Finalmente, será feita uma análise do discurso nos questionários aplicados aos alunos egressos dos cursos de turismo de Fortaleza.
Em que aspectos os currículos das instituições de ensino do Turismo de Fortaleza atendem às demandas exigidas pelo mercado de trabalho?	Os currículos das instituições de ensino de turismo não apresentam de maneira clara as definições mais atuais acerca da noção de turismo e não os prepara de maneira prática para exercerem a atividade no mercado de trabalho. A compreensão do turismo que é apresentada pelos currículos atualmente é limitada e antiquada, não preparando seus profissionais para o mundo tecnológico e informatizado da atualidade. Além disso, o aluno desconhece os eixos do turismo e sai sem conhecimentos para se tornar um empreendedor na área.	Analisar os projetos políticos pedagógicos (PPPs), das instituições de ensino de turismo em Fortaleza, assim como analisar as propostas curriculares dos cursos e as ementas das disciplinas com vistas a identificar onde estão as falhas e em que eles precisam melhorar para atender as demandas do mercado de trabalho turístico tecnológico e informatizado.	Primeiro será realizado um levantamento dos PPPs, propostas curriculares e emendas das disciplinas dos cursos de turismo em Fortaleza. Posteriormente, será realizada uma categorização quantitativa das instituições de ensino e dos cursos de turismo de Fortaleza por modalidade, grau e periodicidade e também será aplicado um questionário com uma amostra dos alunos dos cursos de turismo de Fortaleza e finalmente será realizada a análise dos PPPs, propostas curriculares e emendas, o que elas têm em comum e em que divergem e também uma comparação com as diretrizes exigidas pelo MEC.

**Relatório da Consulta Avançada**  
**Resultado da Consulta Por : CURSO**  
**Total de Registro(s) : 32**

Instituição(IES)	Nome do Curso		Grau	Modalidade	CC	CPC	ENADE	Situação
(1807) IFCE	(101074) AGENCIAMENTO DE VIAGENS E TURISMO		Tecnológico	Presencial	-	-	-	Extinto
(95) UVA	(85218) GESTÃO DE NEGÓCIOS EM HOTELARIA E TURISMO		Sequencial	Presencial	-	-	-	Em Extinção
(163) UNESA	(1182939) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	A Distância	4	-	-	Em Atividade
(167) UMESP	(106790) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	A Distância	-	-	-	Em Atividade
(298) UNOPAR	(97331) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	A Distância	-	-	-	Em Extinção
(403) UCB	(106266) GESTÃO DE TURISMO	Texto	Tecnológico	A Distância	-	4	3	Em Atividade
(555) UNIFOR	(1172343) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(671) UNIDERP	(106998) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	A Distância	-	-	-	Extinto
(1491) UNINTER	(1204009) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	A Distância	-	-	-	Em Atividade
(1807) IFCE	(63389) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	4	-	-	Em Atividade
(2240) FAFOR	(150330) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(2497) FATE	(73610) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	4	2	2	Em Atividade
(2497) FATE	(5000819) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(3680) FDR	(75682) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	3	3	4	Em Atividade
(13106) FATEC FLF	(1053311) GESTÃO DE TURISMO		Tecnológico	Presencial	4	-	-	Em Atividade
(1658) FGF	(56220) GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO		Sequencial	Presencial	-	-	-	Em Extinção
(403) UCB	(87796) TURISMO		Bacharelado	A Distância	-	4	4	Em Atividade
(494) UNISUL	(95223) TURISMO		Bacharelado	A Distância	-	3	3	Em Atividade
(555) UNIFOR	(11729) TURISMO		Bacharelado	Presencial	-	SC	2	Em Atividade
(1107) Estácio FIC	(18007) TURISMO		Bacharelado	Presencial	4	3	3	Em Atividade
(1107) Estácio FIC	(1205866) TURISMO		Bacharelado	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(1191) IESF	(121032) TURISMO		Bacharelado	Presencial	3	-	3	Em Atividade
(1425) FACE	(21077) TURISMO		Bacharelado	Presencial	5	2	3	Em Atividade
(1501) FLATED	(60594) TURISMO		Bacharelado	Presencial	4	SC	SC	Em Atividade
(1647) FAECE	(46339) TURISMO		Bacharelado	Presencial	5	-	SC	Em Atividade

Instituição(IES)	Nome do Curso	Grau	Modalidade	CC	CPC	ENADE	Situação
(1772) FANOR	(90760) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	4	5	Em Atividade
(1807) IFCE	(1166595) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	-	-	Em Atividade
(2169) FACEFOR	(117564) TURISMO	Bacharelado	Presencial	-	-	-	Extinto
(2240) FAFOR	(58615) TURISMO	Bacharelado	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(2410) FAC	(75390) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	3	3	Em Atividade
(555) UNIFOR	(94949) TURISMO E HOTELARIA	Bacharelado	Presencial	5	SC	2	Em Atividade
(1647) FAECE	(75898) TURISMO RECEPTIVO	Tecnológico	Presencial	-	SC	3	Em Atividade

## Relatório da Consulta Textual

Resultado da Consulta Por : **ENDEREÇO(LOCAL DE OFERTA) -> MUNICÍPIO**

Total de Registro(s) : 126

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
1072272	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	Barão de Studart	Rua João Carvalho, 630 - Aldeota	60140-140	Fortaleza	CE
1059273	FACULDADE DE FORTALEZA (FAFOR)	Batista Aldeota	Rua Desembargador Leite Albuquerque, 1.056 - Aldeota	60150-150	Fortaleza	CE
658918	FACULDADE METROPOLITANA DA GRANDE FORTALEZA (FAMETRO)	Campus Conselheiro Estelita	Rua Conselheiro Estelita, 500 - Centro	60010-260	Fortaleza	CE
1036719	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ (IFCE)	Campus de Fortaleza	Avenida Treze de Maio, 2081 - Benfica	60040-531	Fortaleza	CE
657688	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ (UECE)	CAMPUS DO ITAPERI	Av. Dr. Silas Munguba, 1700, Campus Universitário - Serrinha	60740-000	Fortaleza	CE
205	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ (UECE)	Campus FÁTIMA	AV. LUCIANO CARNEIRO,, 345 - AEROPORTO	60410-691	Fortaleza	CE
1067855	FACULDADE FARIAS BRITO (FFB)	CAMPUS - FFB CENTRAL	RUA Barão do Rio Branco, 2424 - FATIMA	60025-062	Fortaleza	CE
1055646	FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO (FLATED)	CAMPUS FLATED	Rua Caio Prado,, 152 - Parangaba	60720-000	Fortaleza	CE
658471	FACULDADE EVOLUTIVO (FACE)	CAMPUS - FORTALEZA - ALDEOTA	Avenida Heráclito Graça, 826 - Aldeota	60140-061	Fortaleza	CE
658533	FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO (FLATED)	CAMPUS - FORTALEZA - ALDEOTA	Rua Dona Leopoldina, 907 - Aldeota	60110-001	Fortaleza	CE
658128	FACULDADE DE CIÊNCIAS TECNOLÓGICAS DE FORTALEZA (FCTFOR)	CAMPUS - FORTALEZA - ALDEOTA	Rua D. Leopoldina, 912 - Aldeota	60110-001	Fortaleza	CE
702819	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO VALE DO ACARAÚ (UVA)	CAMPUS - FORTALEZA - ALDEOTA	RUA COSTA BARROS, 850 - ALDEOTA	60160-280	Fortaleza	CE
659951		CAMPUS - FORTALEZA - ALDEOTA	Avenida Dom Luis, 300, conjunto de salas 339 - Aldeota	60150-170	Fortaleza	CE
698616	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO VALE DO ACARAÚ (UVA)	CAMPUS - FORTALEZA - ALDEOTA	Rua Tenente Benévolo, 251 - Aldeota	60160-040	Fortaleza	CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
659270		CAMPUS - FORTALEZA - CENTRO	Avenida Duque de Caxias, 101 - Centro	60035-110 Fortaleza		CE
659944	FACULDADE DE TECNOLOGIA EVOLUÇÃO (FECET)	CAMPUS - FORTALEZA - CENTRO	Avenida Pedro I, 1.276 - Centro	60135-101 Fortaleza		CE
659584	FACULDADE PADRE DOURADO - FDR (FDR)	CAMPUS - FORTALEZA - CENTRO	Avenida Heráclito Graça, 400 - Centro	60140-060 Fortaleza		CE
688003	FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS DE FORTALEZA (FCHFOR)	CAMPUS - FORTALEZA - CENTRO	RUA DONA LEOPOLDINA, 895 - CENTRO	60110-001 Fortaleza		CE
702093	FACULDADE LOURENÇO FILHO (FLF)	CAMPUS - FORTALEZA - CENTRO	Rua Major Facundo, 1520 - Centro	60025-062 Fortaleza		CE
658227	FACULDADE LOURENÇO FILHO (FLF)	CAMPUS - FORTALEZA - CENTRO	Rua Barão do Rio Branco, 2101 - Centro	60025-062 Fortaleza		CE
658853	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	CAMPUS - FORTALEZA - DIONÍSIO TORRES	Rua Israel Bezerra, 630 - Dionísio Torres	60135-460 Fortaleza		CE
657967	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)	CAMPUS - FORTALEZA - EDSON QUEIROZ	Avenida Washington Soares, 1321 - Edson Queiroz	60811-905 Fortaleza		CE
700939	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO VALE DO ACARAÚ (UVA)	CAMPUS - FORTALEZA - MEIRELES	AV. DOM LUIS, 300, 13º ANDAR - MEIRELES	60160-230 Fortaleza		CE
708009		CAMPUS - FORTALEZA - PARANGABA	Rua General Osório de Paiva, 395 - Parangaba	60720-001 Fortaleza		CE
659020		CAMPUS - FORTALEZA - PARQUELÂNDIA	Rua General Piragibe, 242 - Parquelândia	60450-250 Fortaleza		CE
658786	FACULDADE FARIAS BRITO (FFB)	CAMPUS - FORTALEZA - VARJOTA	Rua Castro Monte, 1364 - Varjota	60175-230 Fortaleza		CE
1055273	FACULDADE METROPOLITANA DA GRANDE FORTALEZA (FAMETRO)	Campus Guilherme Rocha	Rua Conselheiro Estelita, 264 - Centro	60010-260 Fortaleza		CE
1055291	FACULDADE METROPOLITANA DA GRANDE FORTALEZA (FAMETRO)	Campus Padre Ibiapina	Avenida Padre Ibiapina, 1243 - Jacarecanga	60010-690 Fortaleza		CE
1065365	Faculdade Paulo Picanço (FAPP)	Campus Principal	Rua Joaquim Sá, 900 - Dionísio Torres	60135-222 Fortaleza		CE
1050630	FACULDADE DE GESTAO E NEGOCIOS DE FORTALEZA (FGNF)	Campus Principal	Rua Joaquim Torres, 185 - Joaquim Tavora	60135-130 Fortaleza		CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
1067872	RATIO - FACULDADE TEOLÓGICA E FILOSÓFICA (RATIO)	Campus Rogaciano Leite	Avenida Rogaciano Leite, 340 - Salinas	60810-786 Fortaleza		CE
1036470	FACULDADE EDUCACIONAL DA LAPA (FAEL)	CE - Fortaleza - Polo EaD	Rua Ildefonso Albano, 1575 - Meireles	60115-000 Fortaleza		CE
1041230	FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO (FATEC FLF)	CENTRO	Rua Barão do Rio Branco, 2101 - Centro	60025-062 Fortaleza		CE
1071933	Centro Universitário Estácio do Ceará (Estácio FIC)	CENTRO (CE)	Avenida Duque de Caxias, 101 - Centro	60035-111 Fortaleza		CE
102260	FACULDADE NORDESTE (FANOR)	DUNAS - Unidade Sede - NEAD	Rua Antonio Gomes Guimarães, 150, Prédio - Dunas	60191-195 Fortaleza		CE
35030	UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ (UNESA)	EAD FORTALEZA - MOREIRA CAMPOS CE	Rua Vicente Linhares, 308 - Aldeota	60135-270 Fortaleza		CE
8006	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)	EXCLUSIVO CURSO "EXPANSÃO LETRAS-LIBRAS" - UFC	Av. da Universidade, 2853 Benfica, 1, sl do curso Letras-LIBRAS - Campus do Benfica	60020-181 Fortaleza		CE
658576	FACULDADE SETE DE SETEMBRO (FA7)	FA7 Sul	Rua Almirante Maximiano da Fonseca, 1395 - Eng. Luciano Cavalcante	60811-020 Fortaleza		CE
659133	FACULDADE CEARENSE (FAC)	Faculdade Cearense	Avenida João Pessoa, 4005 - Damas	60425-810 Fortaleza		CE
1031921	FACULDADE CEARENSE (FAC)	Faculdade Cearense	Avenida João Pessoa, 3884 - Damas	60425-680 Fortaleza		CE
1047253	CENTRO UNIVERSITÁRIO MAURÍCIO DE NASSAU (UNINASSAU)	Faculdade Maurício de Nassau de Fortaleza	Avenida Visconde do Rio Branco, 2078 - Joaquim Távora	60055-171 Fortaleza		CE
9854	FACULDADE SÃO LEOPOLDO MANDIC	Faculdade São Leopoldo Mandic - Unidade Fortaleza	Rua Padre Valdevino, 1415 - Aldeota	60135-040 Fortaleza		CE
1067912	FACULDADE SETE DE SETEMBRO (FA7)	FACULDADE SETE DE SETEMBRO (FA7) - CENTRO	Avenida Imperador, 1330 - Centro	60015-050 Fortaleza		CE
659060	Faculdade Stella Maris - FSM (FSM)	Faculdade Stella Maris	Avenida Antônio Justa, 3.180 - Meireles	60165-090 Fortaleza		CE
600051	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Avenida da Abolição, 3207 - Meireles	60165-081 Fortaleza		CE
600034	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Rua Campus do Pici, s/n - Pici	60455-760 Fortaleza		CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
1059843	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Universidade Federal do Ceará - Campus da UFC - Bloco 320, Parque Esportivo - Pici	60440-900 Fortaleza		CE
600052	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Avenida Mister Hull, 2977 - Pici	60021-970 Fortaleza		CE
600041	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Rua Waldery Uchôa, 01 - Benfica	60020-110 Fortaleza		CE
1033805	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Av. da Universidade, 2853, Benfica., 2853 - Benfica	60020-181 Fortaleza		CE
600047	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Avenida da Universidade, 2890 - Benfica	60020-181 Fortaleza		CE
24500	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Av. Mister Hull, s/n, Parque Esportivo, s/n, Bloco 320 - Pici	60455-760 Fortaleza		CE
600044	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Avenida da Universidade, 2799/2800 - Benfica	60020-180 Fortaleza		CE
600043	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Rua Meton de Alencar, s/n - Centro	60035-160 Fortaleza		CE
133808	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Fortaleza	Rua Alexandre Baraúna, 949 - Rodolfo Teófilo	60430-160 Fortaleza		CE
2008479	UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP (UNIDERP)	FORTALEZA	Av. Santos Dumont, 5335, 5º andar Sala 510	60190-800 Fortaleza		CE
696081	FACULDADE INTEGRADA DA GRANDE FORTALEZA (FGF)	FORTALEZA	Av. Porto Velho, 401 - João XXIII	60510-040 Fortaleza		CE
1063085	CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ - UNICESUMAR (UNICESUMAR)	FORTALEZA	Rua Adolfo Campelo, 20 - Jacarecanga	60010-440 Fortaleza		CE
7266	UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP (UNIDERP)	FORTALEZA	Rua Costa Barros, 1161 - Aldeota	60160-281 Fortaleza		CE
2316	FACULDADE AIEC (AIEC / FAAB)	FORTALEZA	Rua Dr. Ataulpa Barbosa de Lima, 500 - Praia de Iracema	60450-250 Fortaleza		CE
23020	UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP (UNIDERP)	FORTALEZA	Av. Visconde do rio Branco, 2801 - Joaquim Távora	60055-171 Fortaleza		CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
35118	UNIVERSIDADE CASTELO BRANCO (UCB)	FORTALEZA 4	Rua Antônio Sales, 116 - Dionízio Torres	60135-100	Fortaleza	CE
35119	UNIVERSIDADE CASTELO BRANCO (UCB)	FORTALEZA 7	Rua Emílio de Menezes, 315 - Bonsucesso	60541-420	Fortaleza	CE
1064389	CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ - UNICESUMAR (UNICESUMAR)	FORTALEZA - BOM JARDIM	Rua Doutor Fernando Augusto, 123A, - até 889/890 - Bom Jardim	60543-375	Fortaleza	CE
1073086	CENTRO UNIVERSITÁRIO PLANALTO DO DISTRITO FEDERAL - UNIPLAN (UNIPLAN)	FORTALEZA/CE	Rua Caetano Ximenes Aragão, 110 - Engenheiro Luciano Cavalcante	60813-620	Fortaleza	CE
2008478	UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP (UNIDERP)	FORTALEZA/CE	Avenida Santos Dumont, 5335, 5º andar - Sala 510 - Papicu	60190-800	Fortaleza	CE
1064385	CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ - UNICESUMAR (UNICESUMAR)	FORTALEZA - CENTRO	Rua Pedro I, 1278, - de 933/934 ao fim - Centro	60035-101	Fortaleza	CE
6028	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA (UCB)	FORTALEZA - FACULDADE CATÓLICA DO CEARÁ	Avenida João Pessoa, 4279 - Damas	60425-813	Fortaleza	CE
5741	UNIVERSIDADE NORTE DO PARANÁ (UNOPAR)	Fortaleza I	Rua Ildefonso Albano, 1575 - Meireles	60115-000	Fortaleza	CE
9614	UNIVERSIDADE PAULISTA (UNIP)	FORTALEZA I	Avenida Treze de Maio, 389 - Fátima	60040-530	Fortaleza	CE
9903	UNIVERSIDADE PAULISTA (UNIP)	FORTALEZA II	Rua Maria Tomásia, 22 - Aldeota	60150-170	Fortaleza	CE
1061147	UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP (UNIDERP)	Fortaleza ( Messejana)/CE	Avenida Frei Cirilo, 4454 - Messejana	60840-285	Fortaleza	CE
1053218	Faculdade de Tecnologia Apoena (FTA)	FTA - CE	Avenida Domingos Olímpio, 1550 - FARIAS BRITO	60040-081	Fortaleza	CE
1061804	CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO CAMILO (SAO CAMILO)	Hospital Cura D'ars	Rua Costa Barros, 833 - Centro	60160-280	Fortaleza	CE
658651	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ (FAECE)	Instituto de Ensino Superior do Ceará - IESC	Rua Caetano Ximenes Aragão, 110 - Água Fria	60813-620	Fortaleza	CE
658260	Centro Universitário Estácio do Ceará (Estácio FIC)	MOREIRA CAMPOS	Rua Vicente Linhares, 308 - Aldeota	60135-270	Fortaleza	CE
1046258	FACULDADE NORDESTE (FANOR)	NORTH SHOPPING - Unidade Acadêmica - Polo EAD	Av. Bezerra de Menezes, 2450 - São Gerardo	60325-902	Fortaleza	CE
1059665	Centro Universitário Estácio do Ceará (Estácio FIC)	PARANGABA	Avenida Senador Fernandes Távora, 137-A - Jóquei Clube	60510-111	Fortaleza	CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
1045829	UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)	Pólo de Apoio Presencial da UAB em Fortaleza dos Nogueiras	Rua Raimundo Braúna, S/N - NOVA FORTALEZA	65805-000	Fortaleza dos Nogueiras	MA
1045951	UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA (UNISUL)	Polo de Fortaleza - CE	Rua Dona Mendinha, 1350, Colégio Manoel da Silva - Álvaro Weyne	60336-035	Fortaleza	CE
2003385	CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)	PÓLO EAD - FORTALEZA	Avenida Bezerra de Menezes, 260 - Farias Brito	60325-005	Fortaleza	CE
1055654	CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE SANTA CATARINA - ESTÁCIO SANTA CATARINA	POLO EAD- VIA CORPVS	Rua Eliseu Uchoa Becco, 600	60810-270	Fortaleza	CE
17258	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO (UMESP)	Polo Fortaleza	Av. Dr. José Martins Rodrigues, 65 - Edson Queiroz	60811-520	Fortaleza	CE
27155	UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL (ULBRA)	Polo FORTALEZA	Rua Eliseu Oriá, 94 - Edson Queiroz	60834-366	Fortaleza	CE
2002285	UNIVERSIDADE POTIGUAR (UNP)	Polo - Fortaleza - Messejana	Rua Padre Pedro de Alencar, 540 - Messejana	60840-280	Fortaleza	CE
1056496	UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ (UNESA)	Polo Fortaleza - Parangaba	Avenida Senador Fernandes Távora, 137 - A - Jóquei Clube	60510-111	Fortaleza	CE
2007168	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO (UNIFESP)	Polo UAB - FORTALEZA	Av. João Pessoa, 5609, Campus do Imparh - Damas	60425-682	Fortaleza	CE
700449	UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO (UEMA)	Polo UAB - FORTALEZA DOS NOGUEIRAS	Rua Raimundo Braúna, S/N, Escola Municipal São Raimundo Nonato - Nova Fortaleza	65805-000	Fortaleza dos Nogueiras	MA
1072559	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ (IFCE)	REITORIA IFCE	Avenida Rui Barbosa, S/N, - de 2101/2102 ao fim - Joaquim Távora	60115-222	Fortaleza	CE
1069903	FACULDADE MAURÍCIO DE NASSAU DE FORTALEZA (FMN Fortaleza)	SAVANAH	Rua Major Facundo, 403, - até 1137/1138 - Centro	60025-100	Fortaleza	CE
1067702	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	SEDE BENFICA	Rua Princesa Isabel, 1920, - de 995/996 ao fim - Centro	60015-061	Fortaleza	CE
1067704	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	SEDE DAMAS	Avenida João Pessoa, 295, BAIRRO DAMAS - Montese	60425-682	Fortaleza	CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
3281	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	Sede Dom Luís	Av. Dom Luís, 911 - Meireles	60160-230 Fortaleza		CE
3349	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	Sede Parque Ecologico	Rua João Adolfo Gurgel, 133 - Papicu	60190-060 Fortaleza		CE
1067703	CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS (UNICHRISTUS)	SEDE PARQUELÂNDIA	RUA VINTE E UM DE ABRIL, 295 - BELA VISTA	60442-610 Fortaleza		CE
1054591	FACULDADE DE TECNOLOGIA SENAC FLORIANÓPOLIS (SENAC FLORIANÓPOLIS)	Senac Fortaleza	Avenida Tristão Gonçalves, 1245 - Centro	60015-002 Fortaleza		CE
1058639	Faculdade Talles de Mileto - Sede Dragão do Mar (FAMIL)	Unidade	Rua Antônio Gentil Gomes, 408, - até 489/490 - Cambeba	60822-235 Fortaleza		CE
1056112	FACULDADE ATENEU (FATE)	Unidade Acadêmica Lagoa de Messejana	Rua Manuel Arruda, 70 - Messejana	60863-300 Fortaleza		CE
1062976	FACULDADE ATENEU (FATE)	Unidade Acadêmica Lagoa de Messejana	Rua Manuel Arruda, 70 - Messejana	60863-300 Fortaleza		CE
659178	FACULDADE ATENEU (FATE)	Unidade Acadêmica Messejana	Avenida Coletor Antônio Gadelha, 621 - Messejana	60871-170 Fortaleza		CE
1068314	FACULDADE ATENEU (FATE)	Unidade Acadêmica Montese	Rua Pe. João Piamarta, 161 - Montese	60140-410 Fortaleza		CE
1043549	FACULDADE ATENEU (FATE)	Unidade Acadêmica São Vicente	Rua São Vicente de Paulo, 300 - Antonio Bezerra	60348-730 Fortaleza		CE
1001438	FACULDADE EVOLUTIVO (FACE)	Unidade Centro	Rua 24 de maio, 1345 - Centro.	60020-001 Fortaleza		CE
1056257	RATIO - FACULDADE TEOLÓGICA E FILOSÓFICA (RATIO)	Unidade Dionisio Torres	Rua Isac Amaral, 420 - Dionisio Torres	60130-120 Fortaleza		CE
659051	FACULDADE DE FORTALEZA (FAFOR)	UNIDADE - FORTALEZA - ÁGUA FRIA	Rua Caetano Ximenes Aragão, 110 - Água Fria	60813-620 Fortaleza		CE
659929	FACULDADE CDL	Unidade Fortaleza - Centro	Rua 25 de Março, 882 - Centro	60060-120 Fortaleza		CE
658310	INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA (IESF)	UNIDADE - FORTALEZA - CENTRO	Rua Dona Leopoldina, 912 - Centro	60110-001 Fortaleza		CE
1061547	Faculdades de Ciências e Tecnologia do Nordeste LTDA (FACINE)	Unidade Sede	Rua Professor Jacinto Botelho, 1080, Sala 12A 14, 16, 38 Sala 101 a 114 Sala 201 A 212, 216, 217, Sala 218, 219, 220, 221 Sala 222 - Guararapes	60810-050 Fortaleza		CE

Código Endereço	Instituição(IES)	Local de Oferta	Endereço	CEP	Município	UF
1056864	FACULDADE ARI DE SÁ (FAS)	Unidade Sede	Avenida Heraclito Graça, 826 - Centro	60140-060	Fortaleza	CE
100010	FACULDADE OBOÉ - FACO (FACO)	Unidade SEDE	Av. Rua Maria Tomásia, 531 - Aldeota	60150-170	Fortaleza	CE
1061761	Faculdade CEPEP	Unidade SEDE	Rua General Sampaio, 1746, Lote 2 - Centro	60035-110	Fortaleza	CE
1045290	Faculdade Stella Maris - FSM (FSM)	Unidade SEDE	Avenida Dom Luís, 300, 4º Andar - Aldeota	0-170	Fortaleza	CE
1000010	FACULDADE OBOÉ - FACO (FACO)	Unidade SEDE	Av. Dom Luis, 300, conjunto de salas 339 - Aldeota	60150-170	Fortaleza	CE
140811	FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO (FATEC FLF)	Unidade SEDE	Rua General Osório de Paiva, 395 - Parangaba	60720-001	Fortaleza	CE
1005330		Unidade SEDE	Clarindo de Queiroz, 125 - Centro	60035-130	Fortaleza	CE
1045309	FACULDADE MAURÍCIO DE NASSAU DE FORTALEZA (FMN Fortaleza)	Unidade SEDE	Avenida Visconde do Rio Branco, 2078 - Joaquim Távora	60055-171	Fortaleza	CE
695782	RATIO - FACULDADE TEOLÓGICA E FILOSÓFICA (RATIO)	Unidade SEDE	Avenida Visconde do Rio Branco, 2.801 - Joaquim Távora	60055-171	Fortaleza	CE
696071	FACULDADE DE TECNOLOGIA DO NORDESTE (FATENE)	Unidade SEDE	Rua Matos Vasconcelos, 1626 - Damas	60426-110	Fortaleza	CE
1005538	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ (FAECE)	Unidade SEDE	Rua Barão do Rio Branco, 2101 - Centro	60025-060	Fortaleza	CE
659729	FACULDADE DE TECNOLOGIA INTENSIVA (FATECI)	Unidade SEDE	Rua Barão de Aratanha, 51 - Centro	60050-070	Fortaleza	CE
1006422	FACULDADE CATÓLICA DE FORTALEZA (FCF)	Unidade SEDE	Avenida Dom Manuel, 03, Seminário da Prainha - Centro	60001-970	Fortaleza	CE
659440	FACULDADE DE TECNOLOGIA INFORMÁTICA (FATI)	UNIDADE SEDE	Rua D. Leopoldina, 912 - Aldeota	60110-001	Fortaleza	CE
1045869	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ (FAECE)	Unidade Sede - Fátima	Av. 13 de maio, 389 - Fátima	60004-053	Fortaleza	CE
2004059	UNIVERSIDADE SALVADOR (UNIFACS)	UNIFACS - FORTALEZA	Avenida 13 de Maio, 2022 - Benfica	60040-212	Fortaleza	CE
1042410	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)	Universidade de Fortaleza - Polo Sede	Avenida Washington Soares, 1321 - Edson Queiroz	60811-905	Fortaleza	CE
1870	Centro Universitário Estácio do Ceará (Estácio FIC)	VIA CORPVS	Rua Eliseu Uchoa Becco, 600 - Água Fria	60810-270	Fortaleza	CE

## Relatório da Consulta Avançada

Resultado da Consulta Por : **CURSO**

Total de Registro(s) : 3

Instituição(IES)	Nome do Curso	Grau	Modalidade	CC	CPC	ENADE	Situação
(555) UNIFOR	(1172342) EVENTOS	Tecnológico	Presencial	5	-	-	Em Atividade
(1647) FAECE	(75483) EVENTOS	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(1772) FANOR	(112270) EVENTOS	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade

**Relatório da Consulta Avançada**  
**Resultado da Consulta Por : CURSO**  
**Total de Registro(s) : 30**

Instituição(IES)	Nome do Curso	Grau	Modalidade	CC	CPC	ENADE	Situação
(1807) IFCE	(101074) AGENCIAMENTO DE VIAGENS E TURISMO	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Extinto
(163) UNESA	(1182939) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	A Distância	4	-	-	Em Atividade
(167) UMESP	(106790) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	A Distância	-	-	-	Em Atividade
(298) UNOPAR	(97331) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	A Distância	-	-	-	Em Extinção
(403) UCB	(106266) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	A Distância	-	4	3	Em Atividade
(555) UNIFOR	(1172343) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(671) UNIDERP	(106998) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	A Distância	-	-	-	Extinto
(1491) UNINTER	(1204009) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	A Distância	-	-	-	Em Atividade
(1807) IFCE	(63389) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	4	-	-	Em Atividade
(2240) FAFOR	(150330) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(2497) FATE	(73610) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	4	2	2	Em Atividade
(2497) FATE	(5000819) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(3680) FDR	(75682) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	3	3	4	Em Atividade
(13106) FATEC FLF	(1053311) GESTÃO DE TURISMO	Tecnológico	Presencial	4	-	-	Em Atividade
(403) UCB	(87796) TURISMO	Bacharelado	A Distância	-	4	4	Em Atividade
(494) UNISUL	(95223) TURISMO	Bacharelado	A Distância	-	3	3	Em Atividade
(555) UNIFOR	(11729) TURISMO	Bacharelado	Presencial	-	SC	2	Em Atividade
(1107) Estácio FIC	(18007) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	3	3	Em Atividade
(1107) Estácio FIC	(1205866) TURISMO	Bacharelado	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(1191) IESF	(121032) TURISMO	Bacharelado	Presencial	3	-	3	Em Atividade
(1425) FACE	(21077) TURISMO	Bacharelado	Presencial	5	2	3	Em Atividade
(1501) FLATED	(60594) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	SC	SC	Em Atividade
(1647) FAECE	(46339) TURISMO	Bacharelado	Presencial	5	-	SC	Em Atividade
(1772) FANOR	(90760) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	4	5	Em Atividade
(1807) IFCE	(1166595) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	-	-	Em Atividade

Instituição(IES)	Nome do Curso	Grau	Modalidade	CC	CPC	ENADE	Situação
(2169) FACEFOR	(117564) TURISMO	Bacharelado	Presencial	-	-	-	Extinto
(2240) FAFOR	(58615) TURISMO	Bacharelado	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(2410) FAC	(75390) TURISMO	Bacharelado	Presencial	4	3	3	Em Atividade
(555) UNIFOR	(94949) TURISMO E HOTELARIA	Bacharelado	Presencial	5	SC	2	Em Atividade
(1647) FAECE	(75898) TURISMO RECEPTIVO	Tecnológico	Presencial	-	SC	3	Em Atividade

## Relatório da Consulta Avançada

Resultado da Consulta Por : **CURSO**

Total de Registro(s) : 4

Instituição(IES)	Nome do Curso	Grau	Modalidade	CC	CPC	ENADE	Situação
(555) UNIFOR	(1191872) HOTELARIA	Tecnológico	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(1647) FAECE	(54426) HOTELARIA	Bacharelado	Presencial	-	-	-	Em Atividade
(1807) IFCE	(70606) HOTELARIA	Tecnológico	Presencial	4	-	-	Em Atividade
(555) UNIFOR	(94949) TURISMO E HOTELARIA	Bacharelado	Presencial	5	SC	2	Em Atividade

# ANEXO C - Categorização dos cursos

## CURSOS DE TURISMO EM FORTALEZA

NOME DO CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE	GRAU	CH	DESDE DE	PERIODICIDADE	AUTORI	COORDENADOR	ENDEREÇO	TELEFONE
EVENTOS	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1920	2008	SEMESTRAL (4.0)	100	GERALDO MAGELA ALVES	Av. 13 de maio 389	85 3038-1138
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1600	2008	SEMESTRAL (4.0)	200	LARISSA CAVALCANTE ALBUQUERQUE	Rua Antonio Gomes Guimaraes 150 Prédio	(85) 3052 4864
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1620	2012	SEMESTRAL (4.0)	100	MILENA REIS AUIP BARBOSA	Avenida Washington Soares 1321	(85) 3477-3400
GESTÃO DE TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL	UNINTER	A DISTÂNCIA	TECNOLÓGICO	1824	2013	QUADRIMESTRAL	3000	GRAZIELLE UENO MACOPPI	Avenida Bezerra de Menezes 260	
	FACULDADE ATENEU	FATE	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1700	2005	SEMESTRAL (4.0)	100	TEREZA NEUMA MARTINS ABREU	Avenida Coletor Antônio Gadelha 621	
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1600	2007	SEMESTRAL (4.0)	200	GERALDO MAGELA ALVES	Rua Caetano Ximenes Aragão 110	(85) 4009-3420
	FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO	FATEC FLF	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	2000	2011	SEMESTRAL (4.0)	100		Rua General Osório de Paiva 395	(85) 3455-9006
	FACULDADE PADRE DOURADO	FDR	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1600	2005	SEMESTRAL (4.0)	100	THALITA NATASHA FERREIRA DAMASCENO	Avenida Heráclito Graça 400	(85) 3535-1555
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	2540	2002	SEMESTRAL (6.0)	120	SUSANA DANTAS COELHO	Avenida Treze de Maio 2081	(85) 3401-2500
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	A DISTÂNCIA	TECNOLÓGICO	1650	2007	SEMESTRAL (4.0)	250	SIEGRID GUILLAUMON DECHANDT	Avenida João Pessoa 4279	
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1620	?	SEMESTRAL (4.0)	100	MILENA REIS AUIP BARBOSA	Avenida Washington Soares 1321	(85) 3477-3400
	UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ	UNESA	A DISTÂNCIA	TECNOLÓGICO	1604	2012	SEMESTRAL (4.0)	2550	SARA SEVERINA MAURICIO	Rua Vicente Linhares 308	
	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO	UMESP	A DISTÂNCIA	TECNOLÓGICO	1600	2007	SEMESTRAL (4.0)	600	FULVIO CRISTOFOLI	Av. Dr. José Martins Rodrigues 65	
HOTELARIA	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL	BACHARELADO	2400	2009	SEMESTRAL (6.0)	100	GERALDO MAGELA ALVES	Rua Caetano Ximenes Aragão 110	(85) 4009-3400
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	2600	2003	SEMESTRAL (6.0)	70	SUSANA DANTAS COELHO	Avenida Treze de Maio 2081	(85) 3401-2500
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1620	?	SEMESTRAL (4.0)	100	MILENA REIS AUIP BARBOSA	Avenida Washington Soares 1321	(85) 3477-3400
TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ	ESTÁCIO FIC	PRESENCIAL	BACHARELADO	2828	1998	SEMESTRAL (8.0)	150	LETICIA NEVES SOUZA	Rua Vicente Linhares 308	(85) 3456-4165
	FACULDADE CEARENSE	FAC	PRESENCIAL	BACHARELADO	2600	2005	SEMESTRAL (8.0)	100	MANSUETO DA SILVA BRILHANTE	Avenida João Pessoa 4005	(85) 3201-7013
	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL	BACHARELADO	2400	2009	SEMESTRAL (6.0)	150	GERALDO MAGELA ALVES	Rua Caetano Ximenes Aragão 110	(85) 4009-3419
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	PRESENCIAL	BACHARELADO	2400	2009	SEMESTRAL (6.0)	100	GERALDO MAGELA ALVES	Rua Caetano Ximenes Aragão 110	(85) 4009-3420
	FACULDADE EVOLUTIVO	FACE	PRESENCIAL	BACHARELADO	2400	2000	SEMESTRAL (6.0)	150	ROBERTO CARLOS FREDERICO	Rua 24 de maio 1345	
	FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO	FLATED	PRESENCIAL	BACHARELADO	3168	2003	SEMESTRAL (8.0)	100	JOSE AIRTON DE CASTRO BEZERRA	Rua Caio Prado, 152	(85) 3454 1299
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	PRESENCIAL	BACHARELADO	2424	2003	SEMESTRAL (6.0)	100	FABIO AUGUSTO DE LUCCA MOREIRA	Rua Antonio Gomes Guimaraes 150 Prédio	(85) 3052 4864
	INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA	UNICE	PRESENCIAL	BACHARELADO	2740	2010	SEMESTRAL (6.0)	180	SYLVIA HELENA TARTUCE	Rua Dona Leopoldina 912	(85) 3226 6446
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	BACHARELADO	2640	2012	SEMESTRAL (8.0)	50	SUSANA DANTAS COELHO	Avenida Treze de Maio 2081	(85) 3401-2500
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	A DISTÂNCIA	BACHARELADO	2530	2005	SEMESTRAL (7.0)	350	JAIRO ALANO DE BITTENCOURT	Avenida João Pessoa 4279	
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL	BACHARELADO	3240	1985	SEMESTRAL (8.0)	110	MILENA REIS AUIP BARBOSA	Avenida Washington Soares 1321	(85) 3477-3400
	UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	UNISUL	A DISTÂNCIA	BACHARELADO	2460	2006	SEMESTRAL (6.0)	200	LUIZ GUILHERME BUCHMANN FIGUEIREDO	Rua Dona Mendinha 1350 Colégio Manoel da Silva	
TURISMO E HOTELARIA	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL	BACHARELADO	3060	2006	SEMESTRAL (8.0)	100	MILENA REIS AUIP BARBOSA	Avenida Washington Soares 1321	(85) 3477-3400
TURISMO RECEPTIVO	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL	TECNOLÓGICO	1920	2008	SEMESTRAL (4.0)	100	GERALDO MAGELA ALVES	Av. 13 de maio 389	(85) 4009-3400
GUIA DE TURISMO	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2010	ANUAL	134		Rua Moreira de Sousa, 327	(85) 3238-6521
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARECHAL JUAREZ TÁVORA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2009		130		Rua Ministro Joaquim Bastos, 747	(85) 3271-6529
	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE		PRESENCIAL	TÉCNICO		2009		119		Avenida Tristão Gonçalves, 1245	(85) 3452-7005
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2009		42		Rua Julio Siqueira, 390	(85) 3101-2072
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2009		54		Avenida Monsenhor Hélio Campos, s/n	(85) 3101-5088
	ESCOLA DE TURISMO DO CEARÁ		PRESENCIAL	TÉCNICO		2009		164		Rua João Cordeiro, 824	(85) 3252-3422
	CENTRO REFERENCIAL DE EDUCAÇÃO		PRESENCIAL	TÉCNICO		2014		107		Avenida da Universidade, 2487	(85) 3052-5090
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2009		78		Rua 44, nº 97	(85) 3275-6593
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	TÉCNICO		2010	ANUAL	141	FRANCISCA MARGARETH GOMES ARAÚJO	Avenida Treze de Maio 2081	(85) 3401-2500
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2010		38		Rua Jorge Dumar, 1841	(85) 3101-7823
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2009		70		Rua José Martins, 2246	(85) 3101-7749
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2009		273		Rua Saldária, s/n	(85) 3238-6592
HOSPEDAGEM	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1240	2010		123		Rua Moreira de Sousa, 327	(85) 3238-6521
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1240	2010		228		Avenida Monsenhor Hélio Campos, s/n	(85) 3101-5088
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1360	2010		185		Rua Jorge Dumar, 1841	(85) 3101-7823
EVENTOS	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE		PRESENCIAL	TÉCNICO		2010		27		Avenida Tristão Gonçalves, 1245	(85) 3452-7005
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1220	2011		59		Rua Julio Siqueira, 390	(85) 3101-2072
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1220	2011		168		Rua 44, nº 97	(85) 3275-6593
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	TÉCNICO		2011		0		Avenida Treze de Maio 2081	(85) 3401-2500
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1220	2011		149		Rua José Martins, 2246	(85) 3101-7749
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA		PRESENCIAL	TÉCNICO INTEGRADO	1220	2012		45		Rua Saldária, s/n	(85) 3238-6592
	INSTITUTO CENTRO DE ENSINO TECNOLÓGICO	CENTEC	PRESENCIAL	TÉCNICO		2005				Rua Silva Jardim, 515	(85) 3066-7000

POR GRAU DE ENSINO

TECNOLÓGICO			
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE
EVENTOS	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
GESTÃO DE TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL	UNINTER	A DISTÂNCIA
	FACULDADE ATENEU	FATE	PRESENCIAL
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	PRESENCIAL
	FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO	FATEC FLF	PRESENCIAL
	FACULDADE PADRE DOURADO	FDR	PRESENCIAL
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	A DISTÂNCIA
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÃO PAULO	UNESA	A DISTÂNCIA
	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO	UMESP	A DISTÂNCIA
HOTELARIA	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
TURISMO RECEPTIVO	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL

BACHARELADO			
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE
HOTELARIA	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL
TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ	ESTÁCIO FIC	PRESENCIAL
	FACULDADE CEARENSE	FAC	PRESENCIAL
	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	PRESENCIAL
	FACULDADE EVOLUTIVO	FACE	PRESENCIAL
	FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO	FLATED	PRESENCIAL
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	PRESENCIAL
	INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA	IESF	PRESENCIAL
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	A DISTÂNCIA
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	UNISUL	A DISTÂNCIA
TURISMO E HOTELARIA	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL

TÉCNICO				
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE	
GUIA DE TURISMO	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARECHAL JUAREZ TÁVORA		PRESENCIAL	
	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN		PRESENCIAL	
	ESCOLA DE TURISMO DO CEARÁ		PRESENCIAL	
	CENTRO REFERENCIAL DE EDUCAÇÃO		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR		PRESENCIAL	
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA		PRESENCIAL	
	HOSPEDAGEM	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA		PRESENCIAL
		ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN		PRESENCIAL
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI		PRESENCIAL	
EVENTOS	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR		PRESENCIAL	
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA		PRESENCIAL	
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA		PRESENCIAL	
	INSTITUTO CENTRO DE ENSINO TECNOLÓGICO	CENTEC	PRESENCIAL	

POR MODALIDADE DE ENSINO

CURSOS À DISTÂNCIA			
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	GRAU
GESTÃO DE TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL	UNINTER	TECNOLÓGICO
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	TECNOLÓGICO
	UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ	UNESA	TECNOLÓGICO
TURISMO	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO	UMESP	TECNOLÓGICO
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	BACHARELADO
	UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	UNISUL	BACHARELADO

CURSOS PRESENCIAIS				
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	GRAU	
EVENTOS	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	TECNOLÓGICO	
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	TECNOLÓGICO	
GESTÃO DE TURISMO	FACULDADE ATENEU	FATE	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO	FATEC FLF	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE PADRE DOURADO	FDR	TECNOLÓGICO	
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	TECNOLÓGICO	
HOTELARIA	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	BACHARELADO	
	INSTITUTO DEFERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	TECNOLÓGICO	
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	TECNOLÓGICO	
	TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ	ESTÁCIO FIC	TECNOLÓGICO
TURISMO	FACULDADE CEARENSE	FAC	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE EVOLUTIVO	FACE	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO	FLATED	TECNOLÓGICO	
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	TECNOLÓGICO	
	INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA	IESF	TECNOLÓGICO	
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	TECNOLÓGICO	
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	BACHARELADO	
	TURISMO E HOTELARIA	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	BACHARELADO
	TURISMO RECEPTIVO	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	TECNOLÓGICO

GUIA DE TURISMO	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA		TÉCNICO INTEGRADO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARECHAL JUAREZ TÁVORA		TÉCNICO INTEGRADO
	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE		TÉCNICO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO		TÉCNICO INTEGRADO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN		TÉCNICO INTEGRADO
	ESCOLA DE TURISMO DO CEARÁ		TÉCNICO
	CENTRO REFERENCIAL DE EDUCAÇÃO		TÉCNICO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR		TÉCNICO INTEGRADO
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	TÉCNICO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI		TÉCNICO INTEGRADO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA		TÉCNICO INTEGRADO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA		TÉCNICO INTEGRADO
	HOSPEDAGEM	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA	
ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN			TÉCNICO INTEGRADO
ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI			TÉCNICO INTEGRADO
EVENTOS	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE		TÉCNICO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO		TÉCNICO INTEGRADO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR		TÉCNICO INTEGRADO
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	TÉCNICO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA		TÉCNICO INTEGRADO
TURISMO	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA		TÉCNICO INTEGRADO
	INSTITUTO CENTRO DE ENSINO TECNOLÓGICO	CENTEC	TÉCNICO

PERIODICIDADE SEMESTRAL (4.0)			
TECNOLÓGICOS			
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE
EVENTOS	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
GESTÃO DE TURISMO	FACULDADE ATENEU	FATE	PRESENCIAL
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	PRESENCIAL
	FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO	FATEC FLF	PRESENCIAL
	FACULDADE PADRE DOURADO	FDR	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	A DISTÂNCIA
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ	UNESA	A DISTÂNCIA
HOTELARIA	UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO	UMESP	A DISTÂNCIA
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
TURISMO RECEPTIVO	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL

PERIODICIDADE SEMESTRAL (6.0)			
TECNOLÓGICO			
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE
GESTÃO DE TURISMO	INSTITUTO DEFERLAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECN	IFCE	PRESENCIAL
HOTELARIA	INSTITUTO DEFERLAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECN	IFCE	PRESENCIAL
BACHARELADO			
HOTELARIA	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL
TURISMO	FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	PRESENCIAL
	FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	PRESENCIAL
	FACULDADE EVOLUTIVO	FACE	PRESENCIAL
	FACULDADE NORDESTE	FANOR	PRESENCIAL
	INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA	IESF	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	UNISUL	A DISTÂNCIA

PERIODICIDADE SEMESTRAL (8.0)			
BACHARELADO			
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE
TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ	ESTÁCIO FIC	PRESENCIAL
	FACULDADE CEARENSE	FAC	PRESENCIAL
	FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO	FLATED	PRESENCIAL
	INSTITUTO DEFERLAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECN	IFCE	PRESENCIAL
	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL
TURISMO E HOTELARIA	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	PRESENCIAL

PERIODICIDADE SEMESTRAL (7.0)				
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE	GRAU
TURISMO	UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	A DISTÂNCIA	BACHARELADO
POR PERIODICIDADE				

PERIODICIDADE QUADRIMESTRAL				
CURSO	INSTITUIÇÃO	SIGLA	MODALIDADE	GRAU
GESTÃO DE TURISMO	CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL	UNINTER	A DISTÂNCIA	TECNOLÓGICO

PROFISSIONALIZANTES INTEGRAIS (ANUAL)	
CURSO	ESCOLA
GUIA DE TURISMO	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARECHAL JUAREZ TÁVORA
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA
HOSPEDAGEM	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM NOGUEIRA
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MARVIN
EVENTOS	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO VI
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JOAQUIM ANTONIO ALBANO
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL MÁRIO ALENCAR
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL ICARO DE SOUSA MOREIRA
	ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PAULO PETROLA

OUTRAS INSTITUIÇÕES TÉCNICAS	
CURSO	INSTITUIÇÃO
GUIA DE TURISMO	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE
	CENTRO REFERENCIAL DE EDUCAÇÃO
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
EVENTOS	SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO FREIRE
	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
	INSTITUTO CENTRO DE ENSINO TECNOLÓGICO

## ANEXO D - Delimitação do universo de pesquisa

PESQUISA DE CURSOS EM FUNCIONAMENTO

TECNOLOGICOS E BACHARELADOS	SIGLA	CURSOS	GRAU	TELEFONE	TURMAS	FUNCION
FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ	FAECE	EVENTOS	TECNOLOGICO	(85) 3038-1138	-	NÃO
		TURISMO RECEPTIVO	TECNOLOGICO		-	NÃO
		HOTELARIA	BACHARELADO		-	NÃO
		TURISMO	BACHARELADO		-	NÃO
FACULDADE NORDESTE	FANOR	EVENTOS	TECNOLOGICO	(85) 3052-4864	-	
		TURISMO	BACHARELADO		1	SIM
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	UNIFOR	EVENTOS	TECNOLOGICO	(85) 3477-3400	23	SIM
		GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO		-	NÃO
		HOTELARIA	TECNOLOGICO		-	NÃO
		TURISMO	BACHARELADO		-	NÃO
		TURISMO E HOTELARIA	BACHARELADO		-	NÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL	UNINTER	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3023-1887		SIM
FACULDADE ATENEU	FATE	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3474-5151	-	NÃO
FACULDADE DE FORTALEZA	FAFOR	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 4009-3420	-	NÃO
		TURISMO	BACHARELADO		-	NÃO
FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO	FATEC FLF	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3455-9006	1	SIM
FACULDADE PADRE DOURADO	FDR	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3535-1555	1	SIM
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3401-2500	-	NÃO
		HOTELARIA	TECNOLOGICO		6	SIM
		TURISMO	BACHARELADO	3307-3707	7	SIM
		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	3307-3639	3	SIM
		EVENTOS	TÉCNICO		-	NÃO
UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA	UCB	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(11) 97538-8822	-	NÃO
		TURISMO	BACHARELADO	ZAP	-	NÃO
UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ	UNESA	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3456-4100	?	SIM
		TURISMO	BACHARELADO		?	SIM
UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO	UMESP	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLOGICO	(85) 3241-2090	-	NÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ	ESTÁCIO FIC	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3456-4165		
FACULDADE CEARENSE	FAC	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3201-7013	1 - NOITE	SIM
FACULDADE EVOLUTIVO	FACE	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3275-2302		NÃO
FACULDADE LATINO AMERICANA DE EDUCAÇÃO	FLATED	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3454 1299		NÃO
INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA	IESF	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3226 6446		SIM
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	UNISUL	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3051 7790		EAD
<b>TÉCNICOS</b>						
<b>ESCOLAS ESTADUAIS PROFISSIONALIZANTES</b>						
JOAQUIM NOGUEIRA		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3238-6521	-	NÃO
		HOSPEDAGEM	TÉCNICO		2	SIM
MARECHAL JUAREZ TÁVORA		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3271-6529	-	NÃO
JOAQUIM ANTONIO ALBANO		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3101-2072	-	NÃO
		EVENTOS	TÉCNICO		1	SIM
MARVIN		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3101-5088	-	NÃO
		HOSPEDAGEM	TÉCNICO		3	SIM
MÁRIO ALENCAR		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3275-6593	-	NÃO
		EVENTOS	TÉCNICO		3	SIM
PAULO VI		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3101-7823	-	NÃO
		HOSPEDAGEM	TÉCNICO		2	SIM
ICARO DE SOUSA MOREIRA		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3101-7749	-	NÃO
		EVENTOS	TÉCNICO		3	SIM
PAULO PETROLA		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3238-6592	3	SIM
		EVENTOS	TÉCNICO		-	NÃO
<b>OUTROS</b>						
ESCOLA DE TURISMO DO CEARÁ		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3252-3422	1 NOITE	SIM
CENTRO REFERENCIAL DE EDUCAÇÃO		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3052-5090	-	NÃO
SENAC FORTALEZA - CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL JESSÉ PINTO F		GUIA DE TURISMO	TÉCNICO	(85) 3433-1847	-	NÃO
		EVENTOS	TÉCNICO	(85) 3433-3884	-	NÃO
INSTITUTO CENTRO DE ENSINO TECNOLÓGICO		EVENTOS CULTURAIS	TÉCNICO	(85) 3066-7000	-	NÃO
				(85) 3066-7056		

## IES PESQUISADAS

<b>TECNOLÓGICOS E BACHARELADOS</b>	<b>SIGLA</b>	<b>CURSOS</b>	<b>GRAU</b>	<b>TELEFONE</b>	<b>ENDEREÇO</b>	<b>TURMAS</b>
FACULDADE NORDESTE	FANOR	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3052-4864	Rua Antonio Gomes Guimarães 150 Prédio	1
FACULDADE DE TECNOLOGIA LOURENÇO FILHO	FLF	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLÓGICO	(85) 3455-9006	Rua General Osório de Paiva 395	1
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA	IFCE	HOTELARIA	TECNOLÓGICO	RUBIA	Avenida Treze de Maio 2081	6
		TURISMO	BACHARELADO	3307-3707		7
UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ	ESTÁCIO	GESTÃO DE TURISMO	TECNOLÓGICO	(85) 3456-4100	Rua Vicente Linhares 308	?
		TURISMO	BACHARELADO			?
FACULDADE CEARENSE	FAC	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3201-7013	Avenida João Pessoa 4005	1 - NOITE
INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE FORTALEZA	UNICE	TURISMO	BACHARELADO	(85) 3226 6446	Rua Dona Leopoldina 912	

## Pesquisa - Concluintes dos cursos de Turismo em Fortaleza

Pesquisa realizada para o Mestrado de Gestão em Empreendimentos Turísticos da Universidade Estadual do Ceará - UECE.

1. Qual a sua definição de Turismo?

---

---

---

---

---

2. Marque abaixo S para SIM e N para NÃO, nas alternativas que para você são aspectos da relação Fortaleza-Turismo.

*Marque todas que se aplicam.*

- Sol e Mar
- Festas diárias
- Limpeza
- Trânsito
- Placas informativas
- Acesso
- Serviços de restaurante
- Hospedagem
- Museus

3. Cite 3 (três) palavras que para você estabelecem uma relação entre o PODER PÚBLICO e o TURISMO.

---

---

---

---

---

4. **Em que aspectos a instituição em que você estuda contribui para a formação da definição de Turismo que você tem hoje?**

---

---

---

---

---

5. **Você já trabalha na área?**

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

6. **Se SIM, em que segmento?**

---

7. **Qual a sua idade?**

---

8. **Em que bairro em que reside?**

---

9. **Qual o nome da Instituição em que estuda?**

---

10. **Modalidade**

*Marcar apenas uma oval.*

Tecnológico

Bacharelado

11. **Data de ingresso no curso**

*Exemplo: 15 de dezembro de 2012*

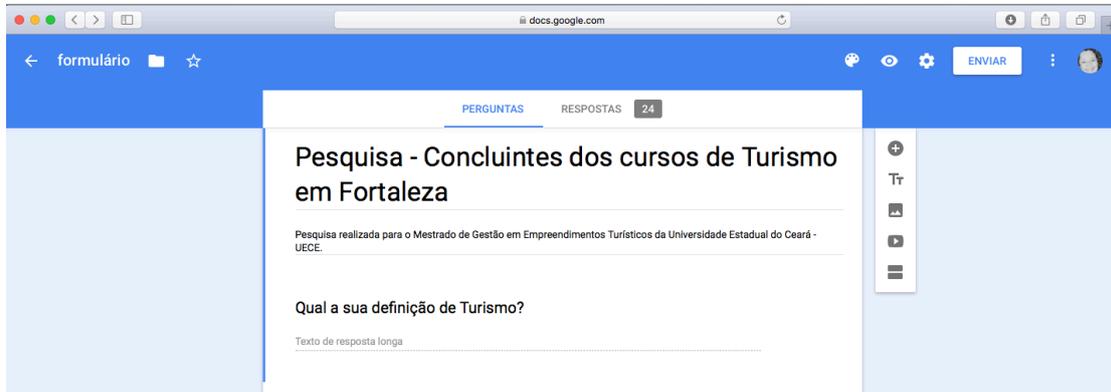
12. **Provável data de formatura**

*Exemplo: 15 de dezembro de 2012*

## ANEXO F - Prints do Google Formulários

Link da pesquisa:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf\\_wcDdh9H2-U0x82uTDMifNNSfeOq9-Jyi3AkVZ6XP05nSfQ/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf_wcDdh9H2-U0x82uTDMifNNSfeOq9-Jyi3AkVZ6XP05nSfQ/viewform?usp=sf_link)



formulário

docs.google.com

← formulário

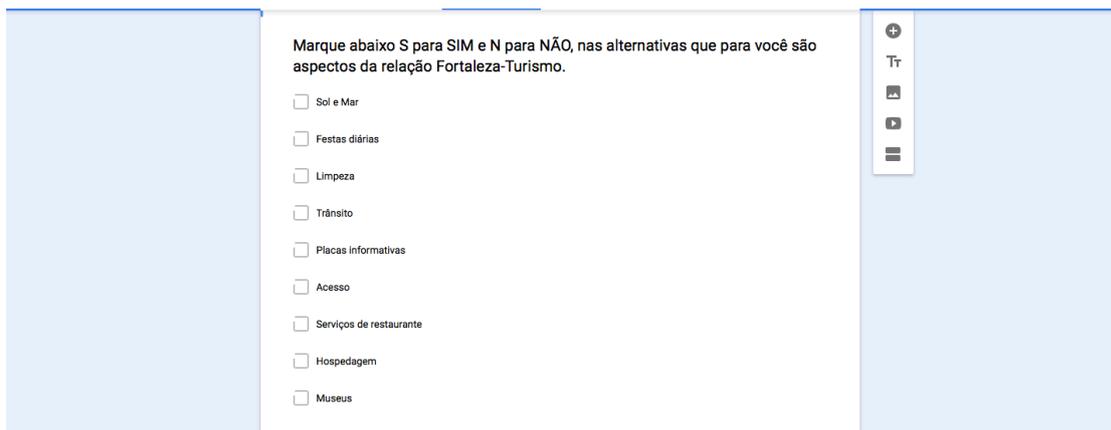
PERGUNTAS RESPOSTAS 24

### Pesquisa - Concluintes dos cursos de Turismo em Fortaleza

Pesquisa realizada para o Mestrado de Gestão em Empreendimentos Turísticos da Universidade Estadual do Ceará - UECE.

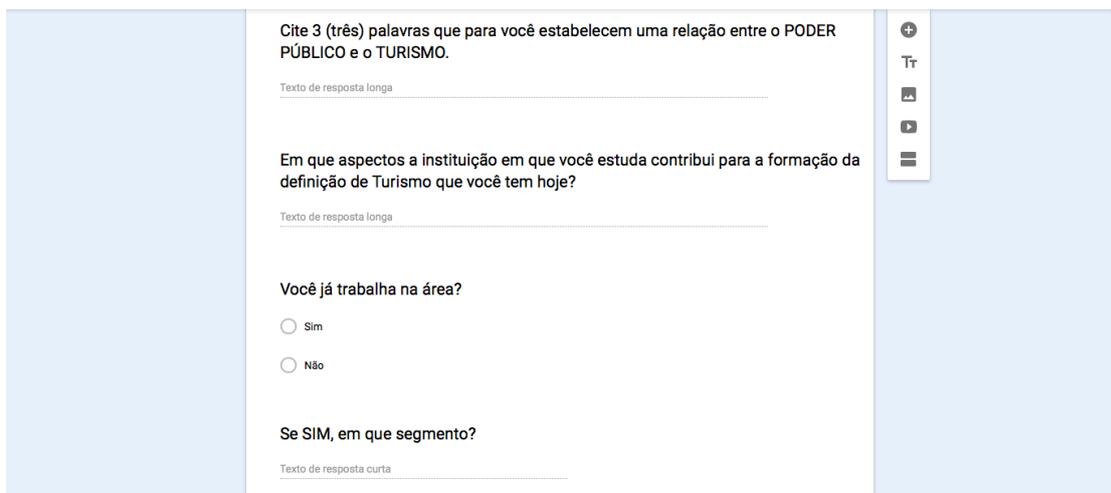
Qual a sua definição de Turismo?

Texto de resposta longa



Marque abaixo S para SIM e N para NÃO, nas alternativas que para você são aspectos da relação Fortaleza-Turismo.

- Sol e Mar
- Festas diárias
- Limpeza
- Trânsito
- Placas informativas
- Acesso
- Serviços de restaurante
- Hospedagem
- Museus



Cite 3 (três) palavras que para você estabelecem uma relação entre o PODER PÚBLICO e o TURISMO.

Texto de resposta longa

Em que aspectos a instituição em que você estuda contribui para a formação da definição de Turismo que você tem hoje?

Texto de resposta longa

Você já trabalha na área?

Sim

Não

Se SIM, em que segmento?

Texto de resposta curta

**Qual a sua idade?**

Texto de resposta curta

**Em que bairro em que reside?**

Texto de resposta curta

**Qual o nome da Instituição em que estuda?**

Texto de resposta curta

**Modalidade**

- Tecnológico
- Bacharelado



**Data de ingresso no curso**

Mês, dia, ano 

**Provável data de formatura**

Mês, dia, ano 