

Cursos de turismo: quantidade x qualidade O caso de Salvador/ Bahia

Cláudia Soares* e Éricka Almeida (erikaaa@terra.com.br)**

Resumo

Seguindo os actuais preceitos pregados diante de uma realidade mercadológica extremamente complexa e competitiva, o produto turístico deve ser oferecido com muito zelo pela qualidade. Assim, a actividade turística, composta fundamentalmente pela prestação de serviços, exige uma formação, qualificação e requalificação dos profissionais que a compõem. A recente valorização da actividade turística no Brasil (ocorrida apenas no final da década de 80), bem como o reconhecimento dos benefícios proporcionados nos diversos campos ligados ao desenvolvimento, ocasionaram uma crescente procura, por parte dos profissionais para atuação. Esse artigo busca expor a situação da cidade de Salvador (Bahia/Brasil), no que se refere à oferta, demanda e qualidade dos cursos superiores de turismo, assim como a inserção dessa mão-de-obra no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Turismo, educação, Salvador.

Abstract

Following the actual principles posed by the complex and competitive market reality of our time, the tourism product must be offered with extreme care in regards to quality. This way, the tourism activity, which is principally composed by service offerings, requires education, qualification and requalification of the professionals acting in this area. The recent valorization of the tourism activity in Brazil, which occurred at the end of the 80's, as well as the recognition of the benefits this activity entails in several areas related to development, have led professionals to increasingly search employment in this area. This article sheds a light on the situation of the offer, demand and quality of the undergraduate and graduate tourism courses in the city of Salvador (Bahia/Brazil), just as it deals with the penetration of the tourism professionals in the market.

Key-words: Tourism, education, Salvador.



Laboratório de Tecnologia e
Desenvolvimento Social



Introdução

A alta competitividade, característica marcante e cada vez mais presente no mercado mundial de viagens e turismo, tem exigido dos destinos, além de um diferencial, patamares mínimos de qualidade no produto que oferece.

A actividade turística, caracterizada necessariamente pela prestação de serviços, alcança a qualidade de produto não somente investindo nas instalações disponibilizadas, mas, especialmente, investindo na excelência do atendimento aos seus clientes (turistas).

Alcançar qualidade no produto turístico, então, requer, além de outros aspectos, a qualificação profissional. Nesse contexto, os cursos de turismo apresentam-se como um dos meios para o alcance dos padrões de qualidade nos serviços.

Partindo desse princípio, a oferta de cursos de graduação em turismo, por representar um componente importante no âmbito da qualificação profissional, deve ser adequada às exigências do mercado. Sendo assim, há validade na consideração de factores como adequação da oferta (cursos) com relação à demanda, a qualidade dos cursos oferecidos e papel desempenhado pelos profissionais enquanto atuantes no mercado de trabalho.

Entende-se por programas de capacitação profissional, "a qualificação e requalificação de pessoas, tornando-as capacitadas para atuar em determinadas áreas, mediante programas de formação e desenvolvimento profissional". Já a formação, normalmente faz referência "à atividade que objetiva aumentar ou aperfeiçoar conhecimentos, habilidades ou formas de comportamentos de uma ou várias pessoas das organizações", podendo ser: profissional, cognitiva, prática; técnica, superior; de educadores e de investigadores. A formação teorias, etc., enquanto a segunda leva

conhecimentos tanto da instrução quanto da prática (Reijowski; Carneiro, 2003).

Nos cursos superiores no Brasil, conforme apontam Reijowski e Carneiro (2003), a formação pode ser em nível de graduação e de pós-graduação. A graduação pode formar profissionais de nível universitário, no nível de bacharelato (equivale à licenciatura em outros países) e fornecendo diploma de curso superior, já a formação nos cursos seqüenciais (formação específica e educação continuada) que fornece apenas um certificado. A pós-graduação pode ocorrer como especializações, mestrados e doutorados.

Já os cursos técnicos em turismo, exigem o 2º grau (12º ano) completo ou em andamento como pré-requisito, e possibilitam a formação técnico-profissional dos alunos para atuarem na área, tendo como destaque o curso técnico de turismo e de guias de turismo.

O IV Congresso Panamericano de Escolas de Hotelaria e Turismo, realizado em 1994, em Montreal, apresentou debates na área de formação profissional, salientando as preocupações e recomendações ao setor educativo quanto às questões relacionadas à integração empresa-escola, ressaltando, ainda, que a formação deve abranger capacitações nos níveis básicos, médios e gerenciais, considerando as características regionais para constituição dos programas e propostas de formação e treinamento. Recomendou-se que aos profissionais a necessidade de visão clara do contexto no qual vão trabalhar, valorizando os conhecimentos necessários para um posicionamento competitivo no setor' (Reijowski; Carneiro, 2003).

Turismo em Salvador

A Bahia, localizada no Nordeste brasileiro, é o Estado com um dos maiores potenciais turísticos do país. Compondo a

* Turismóloga, Mestre em Análise Regional pela Universidade Salvador (Brasil), Docente e Consultora em Gestão e Planeamento de empresas e destinos turísticos.

** Turismóloga, Especialista em Marketing, Mestre em Gestão e Desenvolvimento pela Universidade de Aveiro, Docente nos cursos de Turismo e Marketing. E-mail: erikaaa@terra.com.br

oferta turística do estado, são identificados atrativos capazes de satisfazer aos mais distintos segmentos do mercado turístico, indo desde o segmento "sol e mar", o mais comum nessa região, até os atrativos culturais de notório reconhecimento (como o conjunto arquitetônico do Centro Histórico de Salvador, tombado em 1985 pela Unesco como Patrimônio da Humanidade), o turismo de negócios, de aventura, entre outros.

Obviamente, há maior demanda pelos atrativos naturais e culturais, pela própria imagem veiculada pelo Estado e, em especial da sua capital, a cidade de Salvador.

Salvador, a primeira capital do país, é conhecida por suas tradicionais festas populares (Bahiainvest, 2004). O carnaval, a maior delas, atrai cerca de 2 milhões de turistas em apenas 7 dias de festa.

Nos últimos anos, ainda, há um crescente investimento no turismo de eventos e negócios. Diversos hotéis têm investido em centro de convenções e espaços específicos e assumido uma posição importante na captação de eventos, contribuindo assim para a diminuição dos efeitos da sazonalidade.

No início dos anos 90, o governo estadual começou a investir maciçamente em obras de infra-estrutura, entendendo que essas melhorias beneficiarão tanto residentes quanto turistas (Gaudenzi, 2002 apud Queiroz, 2002).

Em 1991, iniciou-se o Prodetur-Ba, Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia, que englobava, principalmente, os estados do Nordeste do país e contava com financiamento do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento). Essa primeira versão do programa foi voltada para a melhoria da infra-estrutura básica, recuperação e preservação do patrimônio histórico e ambiental, visando uma melhoria da qualidade do produto turístico a oferecido ao turista.

O Prodetur, hoje, encontra-se na segunda fase, e tem como principais objectivos a complementação do Prodetur I e investimentos em capacitação de mão-de-obra turística, capacitação empresarial e da comunidade, melhoria da gestão municipal, elaboração de Planos Diretores, entre outros.

Nos últimos dez anos, o setor do Turismo na Bahia experimentou acelerado crescimento. Entre os anos de 1991 e 2001, o fluxo turístico receptivo global aumentou cerca de 104%, passando de 1,9 para 3,9 milhões de turistas no Estado (Bahiatursa, 2004).

No que se refere ao fluxo internacional, o incremento foi de 274% (de 160 mil turistas em 1991 para 556 mil, em 2000), ficando a cidade de Salvador como quarto portão de entrada de turistas estrangeiros no país. Com relação aos gastos, a receita turística global no estado da Bahia, em 1991, foi de US\$ 349 milhões e, no ano de 2001, essa receita alcançou US\$ 795 milhões, caracterizando um aumento de 127,5 %. Já em 2003, a Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) classifica Salvador na terceira posição no turismo receptivo internacional, recebendo 15,5% dos visitantes, ficando atrás do Rio de Janeiro (37%) e São Paulo (18,5%) (Bahiatursa, 2004).

Também nesses últimos anos, a Bahia apresentou um crescimento no número de vôos internacionais regulares, recebendo sete vôos semanais de Lisboa (TAP), quatro vôos semanais de Madri (Air Europa), oito semanais de Buenos Aires (Varig) e um semanal de Santiago do Chile (Lan Chile), isso sem contabilizar o aumento do número de vôos charters. (Bahiatursa, 2004). Certamente, o número de vôos regulares precisa ser incrementado porque ainda representa, entre outros, um fator limitante para o aumento da demanda internacional para o Estado.

Ainda procurando investir na qualidade do produto turístico, o Governo do Estado criou, recentemente, o programa Qualitur. Reunindo organizações como PQB (Programa Qualidade Bahia), BVQI (Bureau Veritas Quality International) e IH (Instituto de Hospitalidade), desenvolveu esse programa de certificação de qualidade que fornecerá, gratuitamente, consultoria e capacitação dos prestadores de serviço às empresas turísticas (meios de hospedagens, restaurantes, agências de viagens e operadoras). Posteriormente, essas empresas serão submetidas a uma auditoria rigorosa e, atingindo os níveis de qualidade exigidos, receberão o selo de qualidade.

É nesse contexto de produto global que se inserem os profissionais egressos dos 17 cursos de turismo de Salvador, que a priori, tem como objectivo capacitar tecnicamente profissionais de nível superior, contribuindo assim para a qualidade do produto Bahia.

Cursos de turismo no Brasil

Inicialmente caracterizado pelo próprio trade turístico como dispensáveis, superficiais e pouco eficientes, os cursos de turismo somente começaram a surgir na década de 70, sendo pioneiro na Faculdade de Turismo do Morumbi (São Paulo). Segundo Trigo (1999), os alunos iam desde "pessoas genuinamente interessadas na área e também daqueles folclóricos que congregam desde as tribos das peruas deslumbradas até os românticos idealistas que vêem o turismo como uma missão".

Trigo (1999) aponta ainda que, no final da década de 60, alguns municípios do sul do Brasil "preocupavam-se" em estar de acordo com a evolução do turismo e implantaram secretarias municipais de turismo onde eram empregados parentes que, de preferência, tivessem ido ao Nordeste do país ou à Flórida.

Atualmente, ainda são identificadas

situações semelhantes às ocorridas nas décadas de 60 e 70, especialmente quando considerados municípios turísticos de menor dimensão e com baixos índices de desenvolvimento, havendo maior concentração destes na região nordeste do Brasil.

Acreditava-se, como ainda hoje se pode ouvir de pessoas que ocupam altos cargos públicos do turismo, que o sucesso na atuação em turismo era devido exclusivamente à vida prática e que os cursos de formação (mesmo os superiores) eram destinados apenas aos níveis operacionais.

Sem querer entrar na antiga rixa entre práticos e acadêmicos, o que se pretende evidenciar e criticar é que os extremos ocorridos há décadas atrás, ainda hoje podem ser visto nos municípios brasileiros. Pior que isso, evidenciar a irresponsabilidade de colocar a actividade turística 'nas mãos' de leigos, podendo comprometer patrimônios naturais, culturais, assim como a economia local e a própria qualidade de vida da população local. Na década de 60 e 70 ainda era compreensível e aceitável a atuação de profissionais de áreas distantes ou mesmo de área alguma, já que não existia formação adequada e não se reconhecia internamente a importância do turismo.

Nos dias de hoje, o turismo já é visto com seriedade, inclusive encarado como um dos sectores prioritários pelo Governo Federal. É também através da actividade turística que o Governo espera distribuir de forma mais equitativa os recursos entre as regiões brasileiras, assim como desenvolver regiões mais pobres, em particular a região Nordeste.

No Plano Nacional de Turismo (PNT) 2003-2007 é diagnosticada a "qualificação profissional deficiente dos recursos humanos do setor, tanto no âmbito gerencial quanto nas habilidades específicas operacionais" e um dos macroprogramas propostos inclui o programa de qualificação profissional que destaca o fundamental papel das

instituições educativas na formação de profissionais em todos os níveis do sector.

Certamente, para enveredar por esses caminhos é necessária, entre outras coisas, a actuação de profissionais competentes, com formação apropriada, de forma que tanto a oferta quanto a demanda turística sejam cuidadas adequadamente.

Para Trigo (1999), "é inegável que após 1995 os cursos de turismo no Brasil passaram por uma verdadeira explosão na quantidade, mas não, infelizmente, na qualidade". Segundo o autor, esse aumento quantitativo tenta suprir a crescente necessidade de especialização e segmentação apresentando, porém, inúmeros problemas.

Não se trata de discutir a quantidade de formandos por ano, haja vista que o número de graduados no Brasil é muito baixo, além de muitos acabarem por não seguir carreira relacionada ao curso que concluiu o 3º grau. Trata-se de discutir em que premissas esses cursos estão embasados, no atendimento das necessidades de mercado ou nas pretensões que um curso superior se propõe.

Os debates sobre estes aspectos são inúmeros quando se trata do curso de turismo, porém essa discussão tem perseguido todos os educadores, professores e gestores de instituições, principalmente as privadas que são a maioria.

Trigo (1999) aponta como principal problema a falta de professores, principalmente quando se considera a titulação (mestres e doutores) e a falta de uma visão estratégica coerente com o dinamismo e sofisticação dos setores de viagens e turismo. Essa falta de docentes reflete na qualidade dos cursos oferecidos no país, sendo freqüentemente encontrados professores das mais diversas áreas lecionando para o curso de turismo. O que ocorre é uma falta de

investimentos por parte das instituições de ensino e pelos próprios docentes na formação mais qualificada.

Segundo pesquisa sobre capacitação de Recursos Humanos em Turismo e Hotelaria realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) em 1995 foi identificada e analisada as ofertas de cursos e programas de educação formal em cinco cidades brasileiras: Florianópolis, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Manaus, sendo constatado (Reijowski & Ruschmann, 1995, p.55 apud Reijowski; Carneiro):

"há incompatibilidade desses (cursos e programas) com as necessidades do mercado de trabalho, motivada pelo sistema de ensino falho, (...), as estruturas curriculares são inadequadas às exigências do mercado e os docentes não têm a necessária qualificação teórica e prática.

(...) para os próximos anos será indispensável uma melhor qualificação de recursos humanos que possa aumentar o poder de competitividade das empresas turísticas no mercado nacional e internacional. E, mais, as decisões serão tomadas cada vez mais, com base nos resultados de estudos e pesquisas e segundo diretrizes traçadas por um planejamento".

O Brasil hoje possui um total de 529 cursos superiores de turismo e/ou hotelaria, dos quais: 13 de Bacharelados em Administração com ênfase em Turismo ou Hotelaria, 31 de Superior em Tecnologia e 485 de Bacharelados em Turismo. Esses cursos apresentam ênfases como Ecoturismo, Planejamento, Eventos, Turismo Ambiental, Empreendedorismo, Marketing e Entretenimento, ou ainda podem ser generalistas (Bensuaschi, 2004).

Através da análise dos dados disponíveis na tabela acima, é possível verificar o aumento acelerado na oferta de

cursos a partir do início dos anos 90, dando espaço aos questionamentos quanto à qualidade desses cursos e, conseqüentemente, dos profissionais que estão sendo formados.

Tabela 1 - Número de aberturas de Cursos de Turismo por Período

PERÍODO	QUANTIDADE
de 1970 até 1979	18
de 1980 até 1989	10
de 1990 até 1999	115
de 2000 até 2004	342
TOTAL:	485

Fonte: Bensuaschi, 2004

Bensuaschi (2004) aponta que dos 485 cursos, apenas 23% têm o reconhecimento pelo Ministério da Educação, já que para isso é necessária a conclusão da primeira turma. Do total de cursos disponíveis, apenas 31 são públicas (cerca de 6%), evidenciando, segundo o autor, a falta de investimento em educação pelo governo.

No que se refere à distribuição geográfica, Bensuaschi (2004) afirma que as cidades do interior têm 283 cursos contra 202 nas capitais e, fazendo análise por regiões, o Sudeste domina com 274 cursos, seguido pelo Nordeste com 93, Centro-Oeste com 50, Sul com 45 e o Norte com 23. Entre as cidades com maior ofertas do curso de turismo estão São Paulo com (42 cursos), Rio de Janeiro (17), Salvador (15), Curitiba (13) e Belo Horizonte (12).

Apesar do conhecimento do número de vagas disponíveis, há dificuldade na contabilização dos bacharéis em turismo, assim como quantos estão em formação hoje no Brasil, mas uma estimativa é possível fazer considerando que cada instituição tenha pelo menos 100 alunos matriculados, gerando assim um número mínimo de 48.500 graduandos anualmente (Bensuaschi, 2004).

Cursos de turismo e o mercado de trabalho em Salvador

A dialética Mercado X Academia levou às instituições adotarem inúmeras posições e a redefinirem seu papel enquanto lugar do saber/conhecer. Investimento em pesquisa e

extensão é um ponto comum em todas elas.

Porém, há que se destacar alguns pontos importantes identificados por duas pesquisas, ainda em anda-mento,

que se propõe analisar o nível de empregabilidade do egresso do curso de turismo, em Salvador, através de técnicas de análises que se basearam na apreciação curricular do curso, o foco adotado, as disciplinas específicas e a experiência do docente que a lecionou. A pesquisa investigou todas as IES (Instituições de Ensino Superior) com cursos de turismo e, para confrontar dados, buscou analisar as empresas, iniciando a pesquisa pelas Agências de Turismo (Rattmann; Galvão, 2004) e Meios de Hospedagens (Almeida; Almeida, 2004) da cidade. Nesta primeira etapa foi detectado um nível de empregabilidade baixo, considerando que menos de 30% das agências entrevistadas dispunha de profissionais egressos do curso de turismo ou estagiário.

Esse dado tornou-se preocupante, mas as causas podem estar nas IES que não adequam seus currículos às necessidades de mercado. Todas as instituições apresentam apenas uma disciplina com conteúdo de Agencia de Viagens, exceto uma universidade que possui, inclusive, uma agência-escola em suas instalações. As instituições não incluem a disciplina Agenciamento e disciplinas similares ou afins, por entender que não é necessário habilitar o profissional a esta atividade. As instituições acreditam que este é um empreendimento em extinção, face ao crescimento do número de agências virtuais, crescente número de sites de informação turística e de outros

serviços que possibilitam os 'turistas' buscarem seus próprios destinos, assim como montar seu próprio roteiro, sem a necessidade do intermediador.

Sem avançar nesse ponto de discussão, por entender que não se constitui o foco do trabalho, é válido destacar, no entanto, a importância dos distribuidores no movimento e funcionamento do Sistema Turístico global.

Já na Hotelaria, os números indicam resultados positivos. A aceitação e empregabilidade dos egressos do curso de turismo ultrapassam os 60% em cargos de supervisão, gerência e estágio. O mesmo quadro se apresenta para a análise da oferta da disciplina e a forma como é lecionada, passando inclusive pela experiência do docente. Todas as instituições oferecem a disciplina "Meios de Hospedagem", ou "Hotelaria", geralmente acrescida de uma outra disciplina complementar intitulada "Laboratório de Meios de Hospedagem / Hotelaria".

Esse quadro, em especial, nos remete a inúmeros questionamentos. Um deles parte da necessidade de oferecer uma melhor qualificação e preparação, tanto teórico/científica quanto técnica, desses profissionais para que possam, de fato, vir a contribuir para melhorar o Produto Global Bahia, uma vez que a qualidade do serviço turístico é diretamente proporcional à qualidade dos Recursos Humanos. As considerações sobre planejamento, estratégias de mercado, novos produtos, empreendimentos, inovação nas instalações e muitos outros, passam inevitavelmente pelo item Recursos Humanos.

Uma outra pesquisa que se propunha identificar a qualidade das informações nos Postos de Informação da Bahiatursa (órgão oficial de turismo do estado da Bahia), que recentemente foi eleito o melhor serviço de informação no país - vale lembrar que é o único em efetivo funcionamento - detectou que mais de 70% dos clientes não recebem as

informações com a precisão desejada e este fato se deve não apenas aos controles e sistemas operacionais diários, mas, principalmente, à falha relacionada à seleção dos Recursos Humanos. As principais falhas do ponto de vista do gerenciamento interno do setor foram: forma de contratação que não exigia conhecimentos reais sobre a cidade/localidade que se trabalha; baixo nível de conhecimentos dos estagiários contratados, tanto de informações específicas sobre a cidade de Salvador quanto do relacionamento interpessoal, motivação, extroversão, além do pouco conhecimento de outro idioma (Araújo et al, 2004).

O que se deve considerar é que o serviço turístico ainda não atende às exigências dos clientes (turistas) e as falhas, para além das anteriormente apontadas, também estão nas IES, que têm o importante papel de auxílio na inserção dos seus alunos no mercado de trabalho, e nos próprios profissionais, que devem se tornar "empregáveis", preparados e diferenciados.

Os cursos devem atender o mercado, mas também formar pessoas, cidadãos éticos e capazes de atuar no mercado em que se insere, propondo-se um equilíbrio entre o "saber e o fazer".

Já existe uma tendência do próprio mercado em aceitar o turismólogo e investir nesse profissional através de conteúdos nos quais as IES ainda relutam em proporcionar, como por exemplo, os sistemas operacionais de distribuição (Amadeus, SABRE, etc.) ou mesmo práticas relativas à hospitalidade, de níveis operacionais, como governança, cozinha, mensageiro.

Para além das questões levantadas no nível nacional (aumento do número de cursos e, conseqüentemente, poucos profissionais qualificados para atuarem como docentes), Salvador também apresenta problemas específicos como inserção e

atuação dos profissionais que concluem o bacharelato em turismo, como foi anteriormente analisado.

Muitos profissionais ainda reclamam que oportunidade de trabalho nos níveis gerenciais, principalmente em hotelaria, é reduzida, já que muitos dos que ocupam esses cargos são de origem do sul do país ou mesmo do exterior. Por outro lado, as empresas se defendem afirmando que além da mão-de-obra disponível na cidade ter pouca experiência no sector, é verificada a alta rotatividade dos funcionários, o que faz com que sejam "importados" profissionais.

Com tudo isso, muito se vê profissionais desmotivados e graduados em turismo migrando para outras áreas. Não aprofundando nessa questão, cabe também às IES a apresentação aos estudantes sobre qual o papel de um turismólogo, assim como as suas possibilidades no mercado de trabalho. Profissionais desmotivados e insatisfeitos não sintonizam com a palavra qualidade e afastam os cursos disponibilizados pelas IES de uma das suas principais propostas, a qualificação de profissionais.

Considerações finais

Assim como afirmam Reijowski e Carneiro (2003), por conta das mudanças e tendências à universalização da informação, a educação deve ter o propósito de reavaliar sua própria constituição, apresentando estruturas curriculares mais flexíveis, abordagens de conteúdo interdisciplinares e enfoque pedagógico que contemplem uma visão global de mundo e sustentabilizem sua cultura original.

Porém, segundo os autores, a globalização e a competição também exigem a constante atualização dos profissionais para que estejam preparados para os novos paradigmas mercadológicos, de forma a enfrentar desafios e aproveitar oportunidades.

Nesse contexto, há também de se considerar que o curso de turismo é relativamente novo: cerca de 30 anos, na Bahia, o primeiro curso surgiu em 1974, o segundo apenas 22 anos depois e os demais foram surgindo ano a ano após a abertura do segundo curso.

Esse ponto indica alguns caminhos para análises e o maior deles é a falta de identidade desses cursos que surgem já que são muito parecidos com o que se pensou primeiramente, além da escassez de profissionais egressos desses cursos com habilitações ao ensino. O MEC (Ministério da Educação) faz exigências com relação à titulação docente, porém não se detém no item que ainda nos preocupa, a análise dos conteúdos específicos e como estes são mal interpretados e repassados sem uma análise científica adequada ao propósito do curso.

Ainda hoje considera-se pequeno o número de pesquisadores na área. O Brasil conta, hoje com cerca de 23 doutores em turismo (considerando turismólogos de formação com titulação), fazendo desses os únicos capazes, por exemplo, de lecionar em mestrados na área. Por outro lado, o Brasil tem superado as expectativas em produções bibliográficas, sendo hoje o país da América do Sul que mais produz livros específicos na área.

A falta de um órgão regulamentador é outro ponto a ser considerado. Inevitavelmente a sua falta aponta para uma possível pulverização de esforços, no que tange discussões pertinentes à temáticas como desse artigo (qualidade, formação e nível de empregabilidade), o que atinge, contudo, a qualidade do Produto Turístico tanto nacional quanto estadual.

Vale considerar que a actual EMBRATUR e ainda a ABBTUR (Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo) têm ações bastante efectivas no campo, inclusive no

que se refere ao repensar do papel dos cursos de turismo na actualidade.

Não obstante, por discursos motivados a função agregadora que a ABBTUR pretende, acaba atingindo em sua maioria docentes e em menor número os 'profissionais de mercado' que, de acordo com o nosso entendimento, deve trocar experiências no sentido de direcionar o tipo de profissional que deve ser lançado no mercado.

Certamente, a discussão com esse mercado, mesmo nos seus diversos níveis, não é suficiente na actual conjuntura brasileira. Alguns debates tendem a criticar o número de IES privadas, sendo lançadas a cada semestre, o que nos remete ao levantamento de algumas questões como: Existem docentes suficientes para atender a essa demanda tão aumentada? Qual a real preparação dos profissionais que estão atuando na docência?

Em maio de 2004, Sr. Ministro da Educação decretou a suspensão por 180 dias da abertura e reconhecimento de novos cursos, em todas as áreas, como forma de rever critérios de qualidade estabelecidos para a abertura desses cursos face ao crescente número de cursos já existentes e da necessidade de uma constante avaliação destas IES e da forma como tem ocorrido.

Por outro lado, a discussão deve-se voltar a cada docente e dirigente das IES, pelo apelo e dimensão que atinge o Produto Bahia e quanto à importância da manutenção da imagem positiva e credibilidade já inclusive alcançada, considerando a abrangência do turismo global que o produto atinge.

Considerando que o mercado e as ameaças levam os destinos a repensarem por todo momento suas posições que demandam, sobretudo, uma consciência do papel do profissional que está apto a analisar e transformá-lo em todos os seus níveis, seja ele operacional ou das esferas de planejamento

e gerência. Já a pesquisa, que por enquanto encontra-se em crescimento, ascenderá proporcionalmente à qualidade do ensino e estratégias que desenvolvam as melhores habilidades de investigação no discente.

Apontamos a proposta de repensar os modelos antigos como tarefa necessária, constante e urgente!

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Adriana; ALMEIDA, Stela dos S. Empregabilidade no mercado de meios de hospedagem para o bacharel em turismo de Salvador. FTC: Salvador, 2004.
- ARAÚJO, Renata; LOBO, Isadora; MASCARENHAS, Fernanda. Profissionalizar o sistema de atendimento de informações turísticas na cidade de Salvador - Propondo um novo modelo de auto-atendimento. FTC: 2004.
- BAHIATURSA. Estatísticas do turismo. Disponível em: <<http://bahiatursa.gov.br>> Acessado em: 16/05/04.
- BAHIAINVEST. Salvador, a capital. Disponível em: <<http://bahiainvest.com.br>>. Acessado em: 16/05/04.
- BENSUASCHI, Márcio. A cada 4 dias 1 curso de turismo é criado no Brasil: Educação ou lucro? Disponível em <<http://www.turismologia.com.br>> Acessado em: 16/05/04.
- CARVALHO, Carlos Luiz (2004). Coisa da Bahia. Disponível em <<http://www.sobreturismo.com.br>> Acessado em: 16/05/04.
- QUEIROZ, Lúcia Aquino de. Turismo na Bahia - Estratégias para o desenvolvimento. Secretaria de Cultura e Turismo: Salvador, 2002.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional do Turismo - Diretrizes, metas e programas 2003- 2007. Brasília, 2003.
- RATTMANN, Isabela de S.; GALVÃO, Milena M. Aceitação dos egressos do curso de

turismo nas agências de turismo. FTC: Salvador, 2004.

- REJOWSKI, Mirian; CARNEIRO, Janaína Britto. Formação e capacitação de recursos humanos em turismo: ações inovadoras e estratégias. In: REJOWSKI, Mirian; COSTA, Benny Kramer (2003). Turismo contemporâneo - Desenvolvimento, estratégia e gestão. Atlas: São Paulo, 2003.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. A importância da educação para o turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE (2000), Paulo César/ Turismo: teoria e prática. Atlas: São Paulo, 1999.