ENTRELUGAR

A INSERÇÃO DO BACHAREL EM TURISMO NO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS: UM ESTUDO DOS RESTAURANTES ASSOCIADOS DA ABRASEL CAMPO GRANDE – MS

THE INSERTION OF THE BACHELOR IN TOURISM IN THIS SECTOR OF FOODS AND DRINKS: A STUDY OF ASSOCIATION RESTAURANTS OF ABRASEL CAMPO GRANDE -MS

LA INSERCIÓN DEL BACHILLER EN TURISMO EN EL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: UN ESTUDIO DE LOS RESTAURANTES ASOCIADOS DE ABRASEL CAMPO GRANDE-MS

Andressa Moraes Silva
Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul – UEMS;
andressa_m.s.v.@hotmail.com

Rodrigo Hakira Minohara
Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
rminohara@uems.br

Luana de Sousa Oliveira
Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale de Itajaí – UNIVALI
luana@ifto.edu.br

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar a visão dos gestores em relação a inserção dos bacharéis em Turismo no setor de Alimentos e Bebidas, com base em dados dos restaurantes associados da Abrasel em Campo Grande/MS, levando em consideração a formação dos egressos da UEMS. Esse estudo é de caráter qualitativo e exploratório, fez uso de pesquisa de campo, a qual teve como ferramenta entrevistas estruturadas realizadas com os gestores dos restaurantes associados, posteriomente analisadas a partir do método de análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC). Os resultados apontaram que as competências, conhecimentos e habilidades do bacharel em turismo são correspondentes às expectativas do mercado. Entretanto, uma grande parte

dos gestores desconhecem a profissão e papel que esse profissional pode desempenhar nos mais diversos empreendimentos.

Palavras Chave: Bacharel em Turismo; Alimentos e bebidas; Restaurantes; ABRASEL; Campo Grande- MS.

Abstract: This article aims to analyze the insertion of UEMS Tourism graduates in this sector the Foods and Drinks on data from restaurants association with Abrasel in Campo Grande/MS. This study is qualitative and exploratory and used field research, which had structured by interviews with the owners of the associated restaurants, which were analyzed using the method of analysis Collective Subject Discourse (DSC). The results showed that the skills, knowledge and abilities of the bachelor od tourism are corresponding to the expectations in the market. However, a large proportion of managers are unaware of the profession and role that business can play in various ventures.

Keywords: Bachelor in Tourism; Food and drinks; Restaurants; ABRASEL; Campo Grande/MS.

Resumen: Este artículo desear analizar la integración de los egresados de turismo de los antiguos estudiantes de la UEMS en el sector de alimentos y bebidas, basado en datos de asociados de restaurantes de Abrasel en Campo Grande/MS. Este estudio es de carácter cualitativo y exploratorio, que hicieron el uso de la investigación de campo, que tenía como una herramienta llevaron a cabo entrevistas estructuradas con los gerentes de restaurantes asociados, que fueron analizadas por el método de análisis el Discurso del Sujeto Colectivo (DSC). Los resultados mostraron que las habilidades, conocimientos y habilidades de la bachiller en turismo están correspondiendo a las expectativas en el mercado. Sin embargo, gran parte de los directivos son conscientes de la profesión y el papel que negocio puede juega en varios emprendimientos.

Palabras clave: Bachiller en turismo; Alimentos y bebidas; Restaurantes; ABRASEL; Campo Grande-MS

INTRODUÇÃO

O curso superior em Turismo é reconhecido por ser multidisciplinar, que faz o uso de várias ciências para compor seu aporte teórico. E todos esses atributos fazem com que o profissional da área tenha um leque de opções para sua inserção no mercado do trabalho.

Nesse sentido, pesquisas recentes como a de Rejowski e Ferro (2016) apontam a expansão da disciplina de gastronomia/A&B nos currículos de cursos de graduação em Turismo no Brasil. Na pesquisa citada foram selecionados 23 Projetos Pedagógicos de Cursos (PPCs) disponíveis nos domínios eletrônicos oficiais das instituições, onde ofertavam 34 disciplinas sobre a temática, nas quais os principais focos nominais foram Alimentos & Bebidas e Gastronomia. Os autores constataram ainda, que as disciplinas investigadas em geral se alinhavam principalmente a uma visão tecnicista e pouco relacionada ao turismo, sem o adequado aproveitamento de conteúdos teórico-práticos da arte da gastronomia de relevância à formação superior em turismo.

Corroborando assim, com Silva (2006) quando diz que o Ensino Superior em Turismo passa atualmente por crescentes mudanças no seu cenário "ensino-mercado", uma vez que o número de cursos nesta área se expande consideravelmente, muitas vezes, deixando de exercer o projeto pedagógico no seu sentido mais amplo.

É necessário, portanto, um refinamento da academia em conduzir dentro e fora da instituição uma explanação precisa da função do profissional no mercado de trabalho. Para que o bacharel em Turismo seja melhor compreendido pelos gestores do setor de A&B/Gastronomia conseguindo, assim o seu devido valor profissional, se posicionando como uma peça importante no planejamento e na gestão de empreendimentos em A&B, baseado nas suas competências e habilidades advindas de sua formação.

A pesquisa partiu de questionamentos em relação ao mercado de trabalho estar preparado e receptivo para o bacharel em turismo, devido ao leque de setores aos quais são aptos para atuação. Analisando os projetos pedagógicos existentes durante a pesquisa visualiza-se uma porcentagem considerável de cursos que comtemplam a área de gastronomia, vislumbrando assim uma importância de cunho acadêmico, para ampliar as perspectivas mercadológicas dos futuros egressos dos cursos de turismo no Brasil.

Dessa forma, mediante a pesquisa emergiram indagações: qual a possibilidade real de inserção do bacharel em Turismo dentro do setor de A&B? Qual a visão dos gestores dos restaurantes, em relação a esse profissional? De qual maneira ocorreria sua inserção no mercado de trabalho especificamente no setor de A&B? Qual o perfil do profissional desejado pelos gestores da área de Gastronomia?

Portanto, o presente estudo busca analisar a possível inserção do bacharel em turismo a partir da visão dos gestores do setor aqui em estudo, em relação à esses profissionais. Especificamente em Campo Grande-MS por dispor do Curso de Turismo na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, que oferece em sua matriz curricular a disciplina de Gastronomia na 4ª série, com carga horária total de 102 h/a. A distribuição dessa carga horária total acontece da seguinte forma: 80 h/a de atividades teóricas a fim de capacitar o discente para atuar nos procedimentos de planejamento, implantação, organização e administração de empreendimentos no setor de Alimentos e Bebidas, mas também, apresentam 22h/a de atividades práticas, que possibilitam a vivência prática dos conceitos teóricos, ativando a revisão dos conteúdos e vivenciando a realidade dos empreendimentos gastronômicos, identificando assim, como uma disciplina de conteúdo teórico-prático e por alocar a ABRASEL, a qual se apresenta comprometida com a expansão e engrandecimento do Turismo do MS. Buscando assim o início de discussões de caráter científico, tendo como objetivo gerar a união do mercado com a academia, abrindo caminho para novas pesquisas abrangendo todas as facetas ligadas ao setor. Conquistando um mercado apto para receber os profissionais durante e após a finalização da graduação.

A FORMAÇÃO DO BACHAREL EM TURISMO

O ensino superior do turismo no Brasil passou por várias modificações desde suas origens, na década de 1970, para acompanhar o desenvolvimento da atividade turística, atender aos anseios dos bacharéis e estudantes de turismo e às necessidades do mercado carente de profissionais qualificados. A partir desse período, houve uma grande evolução, iniciando pelo processo de regulamentação da profissão de bacharel em turismo teve seu início na década de 1980, com um grupo de recém-formados do curso de turismo que acreditavam que as dificuldades enfrentadas no mercado de trabalho eram provenientes da inexistência da profissão (Matias, 2002).

Para tentar minimizar tais dificuldades, na década de 1990 foram criadas ferramentas normativas, as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação. Essas diretrizes buscaram "definir princípios, comparação e procedimentos básicos na educação superior em termos de organização, articulação e avaliação de suas abordagens pedagógicas" (Sogayar & Rejowski, 2015, p. 213).

Todavia, as competências e habilidades específicas do bacharel em turismo são amplas e complexas, possibilitando uma formação mais ampla e crítica para atuar em vários setores, tanto público quanto privado, e isto pode ser verificado nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) para os cursos superiores em turismo, resolução nº 13, de 24 de novembro de 2006, Art. 4º seções V e X. São elas:

> [...] V – domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
>
> [...] X – domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana. (Diário Oficial da União, Brasília, 28 de novembro de 2006, Seção 1, p.96).

Dessa forma, as diretrizes para o ensino superior de turismo, reassumiram objetivos claros para uniformizar o currículo e delimitar de tempo para completar o curso, a fim de facilitar a transferência entre universidades e assegurar oportunidades iguais para os candidatos no mercado de trabalho com diploma profissional reconhecido, sendo aplicadas apenas aos cursos de bacharelado (Brasil, 2006).

Recentemente um grande passo foi dado com relação a "profissionalização" do bacharel em turismo. No dia 18/01/2012 foi sancionada a lei 12.591 pela então Presidente da República Dilma Rouseff, que reconhece e define as atividades da profissão. O Art. 2º, seções I e III, consideram-se atividades do bacharel em turismo:

> [...] I - planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo;

> [...] III - atuar como responsável técnico em empreendimentos que tenham o turismo e o lazer como seu objetivo social ou estatutário (Diário Oficial da União, Brasília, 19 de janeiro de 2012, Seção 1, p.96).

Consequência disso, foi a inclusão da profissão na Classificação Brasileira de Ocupação (CBO), em março de 2012, que ocorreu após grande mobilização do Instituto Brasileiro de Turismólogos e seus afiliados. A CBO ainda faz a descrição sumária do turismólogo: dirigir as atividades dos serviços de turismo, de alojamento e de alimentação sendo representante dos proprietários e acionistas, ou por conta própria, planejando e executando projetos e programas que fazem parte da atividade turística na busca do desenvolvimento sustentável e do fomento ao turismo. A CBO apresenta as características do trabalho do turismólogo que consiste no desenvolvimento das atividades em equipe, sob supervisão ocasional, em ambientes fechados e no período diurno. Além disso, o documento destacou as competências pessoais requeridas para o turismólogo.

A INSERÇÃO DO BACHAREL EM TURISMO NO SETOR DE A&B: HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Diante das mudanças e das novas exigências, o mercado de trabalho necessita cada vez mais de profissionais que atuem como gestores e que possuem uma visão apurada e crítica relativo a sua área de atuação, assim deve existir articulação entre a qualificação demandada e os programas dos cursos de turismo, dando condições para que o egresso atenda mais que o aspecto quantitativo da demanda (ANSARAH, 2002, p. 20). Dessa forma, deve existir uma ligação bem elaborada entre setor público, trade e meio acadêmico, para que não ocorram disparidades entre o que se ensina e a realidade.

Atualmente, surgiram modelos educacionais focados no desenvolvimento de competências para assim atender o mercado, que necessita de profissionais adaptáveis pois o mundo está em constantes modificações: novas tecnologias, métodos, nichos de mercado surgem a todo o momento, principalmente quando se trata da atividade turística. Isso produz uma necessidade de se ampliarem as áreas de

conhecimento abordadas dentro da academia, para que esta se insira nessa realidade complexa e mutável.

Adorno (2000, p. 143) afirma "do ensino universitário devem surgir diretrizes para uma formação capaz de proporcionar uma adaptação do aluno à realidade. Entretanto, ele deve estar capacitado para que, ao se inserir nessa conjuntura, possa construir mecanismos melhores e não apenas ser submisso ao processo existente. É necessário, portanto, educar não só para seguir ordens, mas para criar novas realidades mais favoráveis à sociedade".

Para isso, é necessário refletir sobre as expectativas em relação ao bacharel em turismo, quando cogitamos um ensino amplo que compreenda todos os aspectos possíveis e necessários do setor, trazemos também uma grande responsabilidade para esse profissional egresso da universidade: ele deve possuir amplo conhecimento e habilidades, que quiçá não consiga apenas com a graduação, causando-lhe frustrações diversas.

Cooper e Shepard (1997) afirmam que o turismo é uma indústria baseada em pessoas e na qual o toque pessoal é o mais importante fato do serviço oferecido. A qualidade dos recursos humanos é, portanto, crítica para o sucesso de empresas e de indústrias como um todo.

Como inferido, o compromisso de atuação desse profissional torna-se fundamental visto a complexidade da atividade. Porém, essa não é a realidade imposta pelo mercado, devido o desconhecimento do profissional, no entanto seria de grande valia que os empresários conhecessem a relevância de mão de obra qualificada na área para gerir ou orientar a realização, a projeção e a execução de um empreendimento no setor.

Segundo a CBO (2012), as competências pessoais requeridas para o bacharel em turismo, são: trabalhar em equipe; Tomar decisões; Visualizar o futuro; Demonstrar visão de mercado e poder de convencimento; Demonstrar agilidade, criatividade e fluência em outro idioma; Demonstrar confiabilidade, liderança, objetividade, flexibilidade, proatividade e dinamismo. Apresentam ainda, as áreas de atividades do bacharel em turismo, dividindo em nove categorias:

a) Definir planos, políticas e diretrizes: [...] Definir parâmetros para cozinhas; Definir padrões da organização (móveis, uniformes, utensílios etc.);

b) Traçar plano operacional: [...] Autorizar planejamento de cozinhas; Estabelecer preços de produtos e serviços; Elaborar orçamentos;

c) Executar plano de negócios: [...] Pesquisar, contatar e negociar com fornecedores; Firmar contratos de compras; Aprovar orçamentos; Implementar parcerias; Gerir custos, recursos materiais e financeiros; Captar recursos, patrocínios e apoio;

d) Produzir resultados: [...] Monitorar metas e indicadores de desempenho; alterar produto conforme oscilação de custos e de preço final; Avaliar vendas, margem de lucros e comportamento dos resultados;

e) Coordenar equipes: [...] Selecionar, capacitar e orientar equipes; Avaliar desempenho de equipes;

f) Garantir qualidade de produtos e serviços: [...] Realizar visitas de inspeção; Cobrar padronização de produtos e serviços; Assegurar higiene dos funcionários, dos utensílios e do ambiente; Assegurar qualidade da matéria-prima; Assegurar salubridade dos alimentos processados;

g) Analisar mercado: [...] Acompanhar e comparar condições da concorrência; Detectar tendências de mercado;

h) Realizar pesquisas: [...] Identificar público alvo e nichos de mercado;

i) Comunicar-se: [...] Representar empresa em eventos.

A partir disso, apresentam-se inúmeras possibilidades e oportunidades para todos aqueles que souberem explorar esse segmento, seja empreendendo, gerindo, especializando-se, ou até mesmo incorporando-se profissionalmente ao setor direta ou indiretamente. Mas principalmente, o pensar na inserção do bacharel em turismo no setor de A&B.

Dessa forma é possível pensar na gastronomia como um nicho de mercado. O turismo gastronômico pode ser entendido como "uma forma de turismo cultural que permite conhecer os hábitos e estilo de vida da comunidade visitada através das suas performances gastronómicas" (Mascarenhas & Gândara, 2010, p. 779). Isso pode ser motivado por eventos, estabelecimentos, roteiros e circuitos, que deverão estar ligados à culinária local.

A relação entre gastronomia e turismo reside nos aspectos culturais e sociais dos alimentos. A gastronomia é um patrimônio cultural que envolve a inclusão de diversos grupos culturais (Cruz & Simões, 2010). Isso significa que a comida e seu objetivo de produção e consumo compreendem elementos geográficos, sociais, políticos e econômicos, os quais influenciam o processo de mudanças sociais locais. A gastronomia, nesse cenário, evidencia as diferenças, as semelhanças e crenças da comunidade a que pertence, por carregar marcas da cultura.

Tribe (2015) insiste em diversas vertentes sobre a complexidade do turismo. Uma delas é o jogo de interesses entre mercado e academia. De um lado da balança curricular exige-se o conhecimento e as competências mercadológicas para sanar o interesse e as necessidades do mercado em absorver mão de obra especializada. Contudo, essas exigências dependem exclusivamente da estruturação dos Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPC) de Turismo.

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO (PPC) DE TURISMO

Atualmente, observa-se uma grande procura no ensino superior em turismo e na diversificação da oferta de cursos nesta área. Contudo, existe uma maior consciência dos projetos pedagógicos sobre a necessidade de estabelecer um vínculo entre teoria e prática acadêmica, além da preocupação com a construção do futuro, diante do qual as novas gerações deverão estar preparadas, com novas habilitações, conhecimentos e ideais, especialmente, para o processo da interdisciplinaridade (ANSARAH, 2004).

Contudo, para Shigunov Neto & Maciel (2002), a formação dos egressos deve ocorrer conforme especificidades, ou seja, de acordo com as necessidades do mercado e com as diretrizes e objetivos institucionais das próprias universidades ofertantes dos cursos. Tais linhas de formação também podem ser interpretadas em

áreas já reconhecidas pela presença do turismólogo como agenciamento, hotelaria, eventos, transporte, alimentos e bebidas, planejamento, gestão de serviços turísticos e licenciatura.

Howel 'e Uysal (1987) afirmam ainda que existem duas áreas básicas em que o ensino em turismo pode ser segmentado: o treinamento vocacional (*vocational training*) e educação profissional (*professional education*). A primeira se refere ao treinamento do pessoal da linha de frente, de manutenção e de apoio. O conteúdo desses cursos tende a ser pouco teórico e mais voltado para o desenvolvimento de habilidades práticas, como, por exemplo, recepcionistas, garçons, *chefs* de cozinha, cozinheiros, agentes de viagem, guias de turismo e outros.

Entretanto, Silva & Beraldo (2008) afirmam que para as instituições de ensino superior darem um retorno positivo e imediato às demandas do mercado, é preciso formar profissionais criativos, inovadores, dinâmicos, competitivos e preparados para ingressar no mundo do trabalho cada vez mais seletivo e exigente. Para tanto fazem necessário projetos pedagógicos empreendedores e inovadores que tendem a nascer de simples ações, onde a criatividade e a visão sistêmica se manifestam através da interdisciplinaridade e da integração entre as diversas áreas do conhecimento, conseguindo, contudo, criar vínculos satisfatórios entre a teoria e a prática ou, ainda, agregando o sistema academia x mercado (Silva, 2006).

Vale lembrar que o Projeto Pedagógico de Curso (PPC) é elaborado a partir das normas vigentes para cada uma das modalidades – bacharelado ou tecnologia - e outros projetos atrelados às instituições de ensino, como o Projeto Político Pedagógico (PPP) e o Projeto Pedagógico Institucional (PPI). Concentra-se nas normativas do processo educacional e de formação profissional, em diálogo com os outros projetos da instituição, ou seja, incorporando os valores neles definidos. É um documento restrito a um determinado curso, uma referência a todas as ações e decisões a serem tomadas neste (Silva, 2000).

Nesse sentido, o Projeto Pedagógico (2014) do curso de Turismo - Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas, Bacharelado da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UEMS, Unidade Universitária de Campo Grande, busca oferecer aos discentes uma formação teórica e prática no que tange às ações de pesquisa, ensino, extensão para que estes possam atuar nas diversas funções que a atividade proporciona e

obtenham maiores oportunidades de inserção no mercado. Que ainda destaca que a integração é essencial para o desenvolvimento de ideias que atendam demandas da sociedade local.

A concepção do Ensino Superior em Turismo na UEMS, Unidade Universitária de Campo Grande, devem aprovar novos encaminhamentos e diretrizes, favorecendo o intercâmbio e a socialização de ideias, metas e novas ações, planejadas à luz das diretrizes nacionais, para o ensino da graduação, das tendências mais atuais nas áreas profissionais e de mercado, norteando a construção das diretrizes de ensino para uma prática pedagógica dinâmica, tendo sido concebido numa parceria entre dirigentes, corpo docente e discentes do curso (PROJETO PEDAGÓGICO CURSO DE TURISMO, 2014).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente artigo é qualitativo de caráter exploratório, que fez uso da pesquisa de campo para coleta de dados. Para a pesquisa de campo foi utilizada a entrevista estruturada, que conforme Marconi e Lakatos (2010) tem um roteiro previamente estabelecido, de maneira que as perguntas realizadas aos entrevistados sejam pré-determinadas. O roteiro foi composto por quatro perguntas: 1 - Obtém o conhecimento sobre o bacharel em turismo e sua área de atuação dentro do setor de alimentos e bebidas? Se sim, em qual função? 2 - Quais características se espera de um profissional para que ele se insira no setor A & B? 3 - Sentiu necessidade em algum momento em sua trajetória empreendedora (na criação, planejamento, execução ou gestão de sua empresa) de um profissional qualificado para lhe dar consultoria ou gerir seu empreendimento? 4 - No seu ponto de vista o conhecimento obtido na academia oferece suporte suficiente para se inserir no mercado? Se não, o que pode ser anexado a esse conhecimento?

Nesta perspectiva investigativa, para que se atingisse o objetivo proposto desta pesquisa, foi necessário selecionar os entrevistados, assim, para a realização da mesma, foi adotada a amostragem não probabilística que, para Dencker (2000), qualquer tipo de amostragem em que a possibilidade de escolher um determinado elemento do universo é desconhecida. Elegendo-se então a amostragem por conveniência, onde selecionaram-se os membros acessíveis do universo desta pesquisa

composto de 58 gestores dos restaurantes associados (classificação estabelecida através de uma ficha cadastral pertencente a própria entidade) da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Seccional de Mato Grosso do Sul (ABRASEL/MS) de acordo com os dados de julho de 2018 da própria Associação, todos localizados em Campo Grande/MS.

A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Seccional de Mato Grosso do Sul (ABRASEL/MS) ainda conta com mais 53 associados (total de 111), sendo divididos 14 grupos (total de 15): Bares (13); *Buffets* (3); Cafeteria (2); Casas Noturnas (0); Churrascaria (3); Conveniência (2); Doceria (1); *Fast-Food* (3); Fornecedores (0); Lanchonete (19); Loja de Atacado (0); Padaria (1); Pizzaria (5); Sorveteria (1).

A referida Associação foi selecionada por atuar no *trade* turístico de Campo Grande/MS há 11 anos com o intuito de unificar os empresários do setor e trabalhar de forma conjunta a favor de todos que compõem essa área. Além disso, dentro dessa categoria, encontram-se os empreendimentos com maior tempo de atuação no mercado, o que lhes possibilita uma opinião clara da situação econômica e mercadológica atual de Campo Grande/MS. Entretanto, de um universo de 58 restaurantes, apenas 6 gestores tiveram interesse em participar desta pesquisa, visto que uma parte dos gestores alegaram a escassez de tempo e uma outra parte não houve consentimento para a aplicação desta pesquisa, visto na abordagem que não havia compreensão da conexão entre o curso de turismo e o setor de atuação. Todas as entrevistas foram realizadas nos empreendimentos dos respectivos entrevistados, gravadas em aparelho digital e em seguida realizado sua transcrição literal. Por ter-se utilizado de questionário contendo somente perguntas abertas, a devolutiva teve como caracteristicas clareza e amplitude nas explanações.

Para a análise dos utilizou-se o método de análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), uma técnica metodológica que permite o resgate de discursos coletivos de forma qualitativa. Por conseguinte, foram utilizadas 4 figuras metodológicas: expressão-chave, ideia central, ancoragem e o discurso do sujeito coletivo. Para Lefèvre, Marques e Lefèvre (2005), as expressões chaves são trechos do discurso que devem ser destacados pelo pesquisador em cada depoimento, e que revelam a essência do conteúdo do discurso. As Idéias Centrais descrevem da maneira mais sintética e

precisa os sentidos presentes na etapa anterior descrita as Expressões Chave e também no conjunto de discursos de diferentes sujeitos, que possuem semelhança de sentido, possuindo uma função discriminadora, classificatória permitindo assim identificar e distinguir os vários sentidos ou posicionamentos contidos nos depoimentos. A ancoragem, são expressões sintéticas que descrevem as ideologias, os valores e as crenças presentes nos depoimentos individuais ou agrupados, configurados como afirmações genéricas enquadradas em circunstâncias particulares.

Este tipo de método de pesquisa, engloba depoimentos sintetizados e analisados, redigidos na primeira pessoa do singular e expressando o pensamento coletivo por meio do discurso dos sujeitos. Dessa forma, ao se extrair vários depoimentos percebem-se elementos comuns que delineiam este discurso, que são as Representações Sociais que caracterizam um determinado grupo. Consequentemente, esta técnica busca expressar uma determinada opinião ou posicionamento sobre um tema, levando em consideração o aspecto social e cultural.

Tal metodologia se fundamenta na Teoria das Representações Sociais, que versa sobre esquemas sociocognitivos que as pessoas utilizam para emitirem, no seu cotidiano, juízos ou opiniões, como uma forma de conhecimento socialmente elaborado e partilhado de uma realidade comum a um conjunto social e que consiste em extrair as ideias presentes nos discursos individuais e as expor em sua coletividade (MOREIRA, 2001, p. 175).

Para se chegar ao discurso síntese, foram criados quadros para cada pergunta da entrevista: contendo a transcrição da Expressão-Chave, Ideia Central, Ancoragem e a DSC, a qual foi elaborado a partir da união das ideias centrais de cada pergunta.

Devemos ressaltar que a escolha por esse método de análise deu-se em função do objetivo deste trabalho, que busca compreender a visão dos gestores da área de A&B sobre a inserção do bacharel em turismo no setor em questão, que tem a função de tabular e organizar opiniões e posicionamentos diversos, resolvendo o desafio da Pesquisa Qualitativa.

ANÁLISE DE RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa expostas no formato de quadros (1 ao 4), com tabulação e análise dos dados coletados.

Quadro 1 - Análise do discurso/Pergunta 1.

Gerentes e Proprietários			
Pergunta 1 - Obtém o conhecimento sobre o bacharel em turismo e sua área de atuação dentro do setor de alimentos e bebidas? Se sim, em qual função?			
Expressão-chave		**Ideia Central**	**Ancoragem**
Entrevista 1	Na verdade, eu tenho conhecimento do Bacharel em Turismo, [..] Não sabia nem que era esse nome [....] Achei que saía formado já pronto para exercer e não sabia que tinha especialização em áreas diferentes, num caso tão específico quanto alimentação e bebidas.	Tenho conhecimento sobre o curso, mas não sobre sua relação com o setor de Alimentos e Bebidas nem sobre qual será a atuação desse profissional.	Não conhecimento das especificidades do profissional bacharel em turismo, não entendendo portanto a sua função dentro do estabelecimento.
Entrevista 2	Eu conheço, tanto é que eu sou um bacharel em Turismo e eu acho que eu vejo a parte de alimentos e bebidas como uma das partes, uma das abas do Turismo, [..]. Eu acho que o Turismólogo, ele é um cara que meio que sabe um pouco, ele sabe um pouco de tudo, mas não sabe muito de nada [...].	Tenho conhecimento, pois sou formado na área. Penso que o profissional tem um pequeno conhecimento sobre vários assuntos dos setores nos quais ele pode atuar.	Conhecimento sobre o profissional, porém acredita que seu conhecimento seja compacto em relação a cada área que ele pode atuar.
Entrevista 3	[...] o que eu entendo das viagens que eu faço que a pessoa que é meu guia sempre me indica os lugares para comer, [...], os meus guias sempre me indicam um lugar para alimentação, não sei se é valido. Sabia do curso sim, tem uma colega que faz.	Sei da existência do curso, porém enxergo o Bacharel em Turismo como Guia de Turismo.	Possui conhecimento da existência do curso, porém não do seu aporte teórico e da gama de possíveis meios de atuação que profissional possui.
Entrevista 4	Eu tenho conhecimento do que é ser Bacharel em Turismo e imagino a área de atuação mais em agências de viagem ou em receptivos, né? Ou até mesmo em montar trades não em restaurantes, pra mim eu nunca pensei nisso como um profissional ligado à área de gastronomia	Tenho o conhecimento sobre o profissional, no entanto, até o momento, não enxergava como ele poderia se inserir no setor de Alimentos e Bebidas.	Não visualização da ligação das áreas gastronomia e turismo.
Entrevista 5	Não, eu sinceramente não sabia [...] A gente imagina que quem mexe com Turismo já tá ligado com alimentação fora do lar, né? Uma coisa puxa a outra, mas assim, dentro desse, da formação, ele teria que ter esse conhecimento, eu não sabia.	Entendo que o Turismo está ligado à alimentação fora do lar, porém não tinha o conhecimento que o setor era abordado dentro da formação do Bacharel em Turismo.	Não visualizava a ligação entre alimentação fora do lar e turismo.
Entrevista 6	Não, não tenho, não sei nada sobre isso, não sei nada. Sim, claro que sim conhecia o curso	Somente possuo conhecimento sobre a existência do curso de Turismo.	Conhecimento inexistente sobre o tema.

DSC 1
Possuem conhecimento sobre a existência do Curso de Turismo, porém não sabia que o setor de Alimentos e bebidas era abordado dentro da formação nem enxergo o Bacharel em Turismo no setor, não visualizando como ele pode atuar.

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

A DSC 1 confirmou a hipótese apresentada: de que os gestores do setor não possuem o conhecimento sobre as possíveis contribuições do bacharel em turismo nos processos de planejamento, implantação, organização e administração no setor A&B.

Essa atual situação dificulta a inserção do turismólogo nesta área de estudo, entretanto essa situação é compreensível, já que a atividade turística começa a ganhar reconhecimento e "profissionalismo" neste século XXI. Os gestores dos empreendimentos do setor de A&B deveriam vislumbrar as vantagens e qualidades dos bacharéis em turismo; todavia, desconhecem sua existência, tornando assim visível a necessidade de divulgação o curso, do profissional e da sua área de atuação. Assim, o desconhecimento da profissão pode afetar duas vertentes importantes nesse processo de inserção: academia e mercado.

No quadro 2 é possível visualizar o perfil desejado na contratação de recursos humanos para atuação no setor de A&B, de acordo com a visão dos gestores dos restaurantes selecionados na amostragem neste trabalho.

Quadro 2 - Análise do discurso/Pergunta 2.

Gerentes e Proprietários			
Pergunta 2 - Quais características se esperam de um profissional para que ele se insira no setor A & B?			
Expressão-chave		**Ideia Central**	**Ancoragem**
Entrevista 1	Eu espero, no caso das pessoas que vão interagir com o público aqui, uma pessoa que seja cordial, que seja educada e que atenda às necessidades do que o cliente precisa, [...] Que ele consiga entender o que o cliente precisa para poder fazer com que o cliente saia mais satisfeito dentro das nossas possibilidades [..] na verdade nós formamos aqui os nossos atendentes, os nossos colaboradores, [..] A gente não exige nenhum tipo de conhecimento técnico, a pessoa com pouco tempo de trabalho aqui ela consegue conhecer todos nossos produtos e todas as nossas particularidades...	O profissional que é contratado e que irá trabalhar com o público deve ser cordial e proativo, dentro das possibilidades do estabelecimento. O restaurante acaba formando seus funcionários a partir do dia a dia, não buscando assim conhecimentos específicos.	Baixa expectativa em relação aos funcionários.

Entrevista 2	Comprometimento, pontualidade, higiene pessoal e vontade de crescer.	Busca por características pessoais bem específicas.	Espero o básico de um profissional/características pessoais.
Entrevista 3	Então, aqui depende de cada setor: se é para cozinha tem que ter o conhecimento de pratos, conhecimento de disposição de alimentos, conhecimentos de boas práticas. Se é para atendimento, tem que ter um bom atendimento, uma boa conversa, ter paciência com clientes, então depende muito de setor.	Para cada setor, espera-se determinada característica. No atendimento o funcionário deve ter paciência, educação e cordialidade, no setor da cozinha deve ter conhecimento sobre manipulação de alimentos.	Entende a importância de agregar conhecimento para o crescimento da empresa.
Entrevista 4	Eu acho que três pilares são necessários pra quem mexe com gastronomia. O primeiro é entender de manipulação de alimentos[...]O segundo pilar é a questão de relacionamento: não adianta nada a pessoa ser um excelente profissional e não ter relacionamento com os outros porque restaurante é relacionar-se tanto com o público externo quanto com público interno, com os colegas [..] E o terceiro pilar é a pessoa realmente é ter isso como ofício porque não é uma profissão apenas mexer com gastronomia...	O profissional deve atender os três pilares esperados: ter conhecimento sobre manipulação de alimentos, relacionar-se de forma agradável com todos e ter escolhido por ofício a área da Gastronomia (amá-la).	Idealiza três aspectos principais: o conhecimento sobre a manipulação de alimentos, saber se relacionar é o amor pelo oficio.
Entrevista 5	Queria que ele fosse um cara engajado, [...].Eu acredito que ele, sendo engajado com o que ele quer fazer, ele vai somar mais.. Que realmente venha trabalhar nesse ramo, que realmente ele goste disso, que seja dinâmico, que seja uma pessoa como se diz bem relacionada, alegre, né?	O profissional deve ser comprometido com o setor, contribuindo assim de forma satisfatória e ter afeição pelo setor, ser dinâmico e alegre.	Espera dinamismo, interação eficaz com seu entorno e comprometimento.
Entrevista 6	Bom, o que eu espero dele: conhecimento primeiro, porque a gente precisa das pessoas com qualificação, honestidade. Eu escolho muito perfil assim, sabe, eu sinto a pessoa pra mim contratar, então não sei te falar assim, uma pessoa boa, uma pessoa calma.	Espera-se um profissional qualificado para área de Alimentos e Bebidas, honesto e calmo, avaliado a partir de percepções pessoais.	Espera qualificação profissional.
DSC 2 Espera-se um profissional educado, paciente, dinâmico, proativo, esforçado, comprometido e honesto quando este lida com os clientes. Dentro da cozinha, é esperado que tenha conhecimento e experiência sobre manipulação de alimentos. Porém, não é difícil o dia a dia dentro do restaurante, com pouco tempo no empreendimento, dá para se formatar o funcionário de acordo com necessário. Acima de tudo o funcionário deve apreciar a área que escolheu para atuar.			

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Profissionais proativas, polivalentes, dinâmicas e comprometidas no setor A&B se mostrarm necessários para os gestores, corroborando com as afirmações de Barretto (2006), que expõe que as empresas na área do Turismo precisam de

colaboradores com flexibilização vertical e especialização horizontal, profissionais que possam trabalhar em qualquer função, não importando o cargo que possuam. Essas características esperadas pelos gestores são encontradas nos Turismólogos como podemos visualizar no quadro 3. Portanto, não importa o cargo desejável, é de suma importância ter esses atributos para o mercado absorver o profissional.

Todavia, não há qualificações específicas almejadas por parte dos gestores, dando assim a oportunidade de inserção do bacharel em turismo, mas também, de lapidar o colaborador de acordo com o cotidiano do restaurante; o que realmente é levado em consideração: a paixão do profissional pela área na qual decidiu atuar e sua dedicação.

Quadro 3 - Análise do discurso/Pergunta 3.

Gerentes e Proprietários			
Pergunta 3 - Sentiu necessidade em algum momento em sua trajetória empreendedora (na criação, planejamento, execução ou gestão de sua empresa) de um profissional qualificado para lhe dar consultoria ou gerir seu empreendimento?			
Expressão-chave		**Ideia Central**	**Ancoragem**
Entrevista 1	O proprietário é o senhor Sérgio. [...]. Ele buscou ajuda profissional, sim, em diversos momentos vieram alguns consultores, alguns, é, nós mesmos, os colaboradores, os funcionários, a gente vem de diversas áreas e cada um foi agregando alguma coisinha...	Com 33 anos no mercado, foram necessários consultores. Entretanto, os próprios colaboradores também contribuíram, cada um na sua área de formação, trazendo conhecimentos.	Sucesso a partir do dom de ouvir a todos e extrair o melhor e aproveitar essas informações no seu dia a dia.
Entrevista 2	Nós já tivemos algumas consultorias e é sempre importante a gente ter pessoas que saibam mais que a gente ou que vejam a nossa operação de um outro ângulo do que o nosso. Eu precisei na parte de precificação, na parte fomento de precificação, eu precisei na parte de higiene e manipulação, né, segurança alimentar e precisei já algumas vezes na parte de vendas e atendimento.	Utilizei de consultoria, acho muito importante, pois traz novos olhares. Utilizei para precificação, higiene, manipulação de alimentos, vendas e atendimento.	Acredita na junção de conhecimentos para o sucesso.
Entrevista 3	Sim, temos consultoria para alimentação. A gente tem consultoria para atendimento, a gente sempre participa de alguns treinamentos do SEBRAE, a gente trabalha com consultoria, sim.	Utiliza consultorias para atendimento e alimentação; em somatória, os colaboradores participam de treinamentos do SEBRAE.	Entende a importância de agregar conhecimento para o crescimento da empresa.
Entrevista 4	Com certeza eu já tive aqui pessoas que nos ensinaram a trabalhar com vinhos, desde enólogo, outros que já trabalharam cafés pra gente ter	Utilizo constantemente, os profissionais trazem esse conhecimento e passam em formato de curso para os	Utiliza-se de profissionais qualificados para aumentar o leque de conhecimento (de funcionários e gestor) sobre o

	uma noção, né? A questão de atendimento, a montagem de mesa: como que monta uma mesa, como que serve as pessoas, então já teve inclusive nutricionistas, tenho o acompanhamento desses cursos de higiene e manipulação, então são vários profissionais envolvidos, desde o manejo de comida, de bebida, ao se portar em uma mesa, questão de atendimento quem vem de fora que dão cursos. Isso inclusive é constante. Utilizo esse tipo de serviço constantemente, constantemente assim a cada seis meses a gente tem esses profissionais dando curso aqui.	colaboradores em diversos segmentos: vinho, café, higiene e manipulação de alimentos, atendimento, entre outros.	setor.
Entrevista 5	Então, a gente... Eu sempre estou buscando, né? Eu, há um tempo atrás, eu senti muita falta, mas depois eu mesmo, eu por mim busquei, estou indo sempre no SEBRAE, na Abrasel, estou sempre procurando, né? Me formar e tá se especializando e passando isso pra minha equipe, né? Não, eu mesmo que busquei	Eu busco o conhecimento específico que estou necessitando e passo para minha equipe.	Busca aumentar o conhecimento individual para melhor gerir e poder orientar e preparar.
Entrevista 6	Sim, eu já. Não. Na realidade assim, estou dentro de restaurante desde os sete anos, mas eu já contratei várias consultorias do SEBRAE de nutrição, financeiro, marketing	Mesmo estando inserida no setor há muitos anos, busquei consultorias no SEBRAE, na área de nutrição, financeiro e marketing.	Reconhece a necessidade de ampliação do conhecimento em áreas na qual n possui domínio.
DSC 3 É Importante a utilização de consultorias, um olhar diferente sempre é pertinente e proveitoso, até mesmo apreender algo novo, o qual pode ser uma deficiência na empresa para poder repassar para equipe é válido. Utilizo consultoria na área de manipulação de alimentos, vendas, atendimento, vinho, café, nutrição, financeiro e marketing.			

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Esses consultores contribuem de maneira eficaz tanto para os gestores como para os colaboradores, através principalmente de palestras e aulas de conhecimentos específicos que ajudam na maximização do desempenho no dia a dia dos colaboradores. Os consultores contratados são profissionais do SEBRAE, pois não temos o conhecimento de outros profissionais que podem desempenhar tal papel com eficiência e eficácia. No entanto, os colaboradores têm total liberdade para contribuir com seus conhecimentos específicos de suas formações profissionais e complementares a fim de agregá-los ao cotidiano da empresa.

Dessa forma, o Projeto Pedagógico do Curso de Turismo – Ênfase em Políticas Públicas e Empreendedorismo – UEMS/UUCG (2014) – prevê que o egresso

está apto para atuar como consultor e gestor no ramo de A&B, pois está presente em sua grade curricular, através das disciplinas ofertadas pelo curso durante os 8 semestres, as quais dão suporte para a maior dos conteúdos específicos (Fundamentos da Administração; Gestão de Pessoas; Estatística Aplicada ao Turismo; Contabilidade Gerencial; Gestão de Marketing em Turismo; Gestão Empreendedora em Turismo; Elaboração de Projetos Turísticos) e os conteúdos teóricos-práticos (Gastronomia), compondo assim, as áreas em que os gestores visualizam um *déficit* no seu empreendimento. Assim, é pertinente a inserção do bacharel em turismo, no papel de consultor, pois através de suas habilidades e competências poderá suprir vários setores com uma visão ampla, devido a multidisciplinaridade acadêmica apresentada, ou até mesmo atuando na gestão.

Quadro 4 - Análise do discurso/Pergunta 4.

Gerentes e Proprietários			
Pergunta 4 - No seu ponto de vista, o conhecimento obtido na academia oferece suporte suficiente para se inserir no mercado? Se não, o que pode ser anexado a esse conhecimento?			
Expressão-chave		**Ideia Central**	**Ancoragem**
Entrevista 1	Olha, o conhecimento acadêmico é importante sim, A gente não pode desprezar isso de maneira alguma, mas o know-how, o conhecimento que você adquire ao longo do tempo, o como se faz na verdade, meter a mão na massa, na verdade, acho que é tão importante quanto o acadêmico.	O conhecimento acadêmico é importante, mas a experiência também: ter a somatória dos dois deixa o profissional completo.	Valorização da experiência profissional. Não compreensão da importância do conhecimento teórico para o empreendimento.
Entrevista 2	Eu acho que quem faz a academia é o aluno. Acho que não é só em algumas horas dentro da Universidade [..] que vai moldar o profissional, acho que vai depender de cada profissional fazer por onde, fazer pesquisa, trabalha e procurar conhecer mais sobre o meio, sobre o trade que ele vai trabalhar e sobre a economia no geral.	O nível de conhecimento que o profissional terá dependerá dele e não da universidade, mas deve somar a isso esforços extras, conhecer o setor que escolheu. O sucesso de cada profissional dependerá de seu esforço pessoal.	Acredita na importância do conhecimento teórico para área porém intende que o esforço de cada um é que vai diferenciar o profissional no mercado.
Entrevista 3	É assim, hoje eu tenho duas estagiárias de Nutrição aqui, a gente sempre pega estagiário nessa área porque o nosso foco maior como sendo restaurante é a cozinha e quando elas saem de lá, elas saem com uma outra, com uma visão totalmente diferente do trabalho do dia a dia, então é necessário ela ter essa visão que ela aprendeu na faculdade e no dia a dia, ela aprender conforme cada casa trabalha.	Quando o profissional sai da academia não possui a visão do dia a dia, e são necessárias as duas visões: a teoria e a prática.	A pratica e a teoria são importantes, entrelaça-las gera um excelente profissional.

Entrevista 4	[...] nenhuma escola te prepara, só que ninguém pode dizer que ela não é necessária porque a escola, ela te dá os caminhos e uma visão da onde você pode chegar, mas o que vai te preparar é a lida do dia a dia. Só a academia não vai levar a pessoa a lugar nenhum, só prática vai ser um conhecimento empírico e também não vai levar a lugar nenhum, então as duas coisas são necessárias e importantes: você unir a academia e unir uma visão prática das coisas pra não ficar só na teoria, aí você vai ser a grande profissional do mercado	Nenhuma escola prepara para o lida, só ela te fornece os caminhos e a visão de onde chegar, somando com a lida do dia a dia, se constrói um grande profissional para o mercado.	É necessário a junção do dia a dia com o conhecimento adquirido na academia para formar um profissional qualificado para atuar de forma eficaz no mercado.
Entrevista 5	Acho que além da academia é importante. Acho que o que mais ele precisa, mais é do trabalho em si, do trabalho a campo mesmo, é a prática. Porque tem muita gente, por exemplo, que faz curso no SENAC de cozinheiro, aí ele faz um curso lá, aí ele chega aqui pra trabalhar, ele já acha que ele é cozinheiro, ele já quer ser melhor, ele não aceita muito[...]. Lá no curso, lógico, você tem toda formação acadêmica, mas para você por isso em prática muitas vezes o mercado aqui fora não condiz com o que você aprendeu lá, [...] É muito importante ter a formação, mas o mais importante é a prática em si, eu sempre bato nessa tecla.	É importante ter a teoria e a prática. A humildade também é importante para se adaptar à realidade do mercado, entender que a teoria não o torna incontestável.	A junção do campo com a academia é necessária para formar um bom profissional.
Entrevista 6	Não, eu acho que vale, mas a gente sempre tem que estar estudando, sempre, não para, porque conhecimento... Entre conhecimento e experiência: eu escolheria com experiência, é claro.	Sempre bom estudar e manter-se ampliando o conhecimento, mas na contratação, se necessário escolher, optaria pela prática.	O estudo é essencial, a busca de conhecimento deve ser constante. Porém a experiência em campo vale mais.
DSC 4 O conhecimento acadêmico é importante, pois delineia os caminhos para se obter resultados, contudo somente isso não é suficiente, a prática/experiência no setor também é importante, a somatória de ambos deixa o profissional completo. Fora isso, esse profissional deve ser humilde ao sair do meio acadêmico, entendendo que só a teoria não o torna incontestável.			

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Contudo, esses resultados demonstram que o egresso deve apresentar outras atribuições como um diferencial competitivo, nesse caso, a experiência, o aprimoramento e a qualificação complementar no setor, para que essa inserção seja facilitada no mercado de trabalho. Assim, o profissional deve ter a consciência de que a IES e o diploma não o tornam detentor de todo conhecimento, sendo importante

considerar a soma dos conhecimentos, buscando constantemente novos saberes e experiências.

Para Bourdie e Boltanski (1998, p. 132), o diploma confere direitos universais e atemporais e garante uma competência de direito que pode ou não corresponder a uma competência de fato. Existe assim uma relação mais harmônica entre o sistema educativo e o produtivo quando o portador de diploma está habilitado por direito e também por corresponder à capacitação requerida para desempenhar seu papel no mercado. Pontanto a relação entre academia e mercado deve ser de extrema sintonia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar o turismo enquanto atividade mercadológica e acadêmica é vislumbrar como fenômeno em todas as suas dimensões, com seus muitos atores, criando-se a necessidade de entender o papel que cabe a cada um. A formação acadêmica na área do Turismo surgiu pela necessidade que o setor, em seu desenvolvimento, apresentou de profissionais qualificados para atender o mercado, porém ainda há um caminho longo a ser trilhado na questão de reconhecimento desse profissional, visualizando sua importância, potencial e possíveis contribuições, pois só assim ocorrerá sua inserção significativa em todas as áreas que o Turismo abrange.

Os cursos de turismo e sua multidisciplinaridade não só proporcionam ao acadêmico um leque de opções para o seu futuro profissional, mas também geram um senso de dinamismo e polivalência, características que são esperadas pelo setor. Essa mesma particularidade pode gerar dúvidas aos gestores de algumas áreas sobre como o profissional se encaixaria dentro da perspectiva mercadológica de um setor específico, no entanto a busca em esclarecer essa multidisciplinaridade por parte do profissional serve de suporte para todos os setores do Turismo se aprofundarem e buscarem uma sincronia com o mercado de trabalho.

Mesmo com uma adesão baixa por parte dos gestores para participação da pesquisa, que ocorreu devido à falta de tempo ou por desinteresse ocasionada pelo desconhecimento sobre a formação do profissional e sua ligação com o setor de A&B, fator esse que pode acarretar uma desmotivação por parte dos egressos em optar pelo setor como área de trabalho, contudo podemos através da análise dos resultados

visualizar a possibilidade da inserção do bacharel em Turismo egresso da UEMS/UUCG no setor A&B em Campo Grande/MS, tendo em vista que a instrução teórica oferecida pela academia se enquadra na expectativa do mercado.

Foi possível observar que esse mercado não tem expectativas em relação à qualificação (graduação) e sim à experiência prática nessa área de atuação. Isso demonstra que o egresso do curso de Turismo que almeja atuar no setor de A&B, deve investir em cursos técnicos a fim de adquirir experiências e competências práticas. O mercado de trabalho exige dos egressos do curso, muito mais do que conhecimento e habilidades teóricas, ou seja, os gestores observam que as atividades práticas (22h/a) da disciplina de Gastronomia do curso são insuficientes para a atuação imediata no setor. Autores como Trigo, 2000 e Ansarah, 2002 já expressaram em seus trabalhos a importância da união entre academia e mercado de trabalho.

Algumas ações poderiam advir da academia em relação a essas problemáticas, como: aumento de carga horária na disciplina de Estágio ou incentivo ao acadêmico na procura para além do previsto em matriz curricular; se pocisionar como ponte para a interação dos associados de entidades ligadas ao turismo como a ABRASEL, ABAV (Associação Brasileira de Agências de Viagens), ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos), por meio de palestras e visitas *in loco*; incentivo para cursos técnicos específicos para área de maior interesse do profissional ainda quando aluno, o aproximando do mercado com a realidade acadêmica.

Percebe-se, portanto, que há opções para a inserção desse profissional, no entanto não ocorrendo aceitação dos gestores em relação a importância do bacharel em turismo, teremos um mercado que valoriza outros profissionais com menor nível de instrução e qualificação.

Esse trabalho não é um todo conclusivo, mas o início de uma discussão sobre a inserção do bacharel em Turismo no setor de A&B e visão dos gestores em relação a esses profissionais e sua formação, sendo visível a baixa adesão em relação a essa temática visto que há uma escassez de fontes biliográficas. Assim, há necessidade de ampliar essa discussão em trabalhos futuros, tentando, se possível, trazendo o posicionamento do egresso em relação ao mercado e suas oportunidades. Além disso, a continuidade dessa discussão pode contribuir para a construção de um caminho de reconhecimento desse profissional e suas diversas possibilidades de inserção no

mercado de trabalho, até mesmo alterações nos planos pedagógicos conduzindo para um olhar mais focado e amplo para o setor da gastronomia.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

ANSARAH, M. G. R. **Formação e capacitação profissional em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2002.

_____. **Turismo: como aprender, como ensinar.** 3.ed. São Paulo, SP: SENAC, 2004.

BARRETTO, M. (Org.). **Anuário de pesquisa do programa de mestrado em turismo – 2005**. Rio Grande do Sul: EDUCS, 2006.

BARRETTO, M., TAMANINI, E.; SILVA, M. I. P. da. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. São Paulo: Papirus, 2004.

BRASIL. Ministério da Educação. **Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo e dá outras providências**. Resolução CNE/CES nº 13, de 24 de novembro de 2006. Disponível em: < http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf> Acesso em: 10/06/2018.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes curriculares nacionais de curso de graduação em turismo.** Resolução CNE/CES nº 13, de 24 de novembro de 2006. Recuperado em 20 de maio, 2018 de http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf

COOPER, C.; SHEPARD, R. The relationship between tourismeducation and the tourism industry: implications for tourism education. **Tourism Recreation Research**. v. 22, n. 1, 1997.

Cruz, M. S. R.; SIMÕES, M. L. N. Patrimonio cultural gastronómico y políticas públicas. Inmigración, hibridación e interculturalidad (Región Sur de Bahia-Brasil). **Estudios y Perspectivas en Turismo**. V. 19. N. 6. p. 1136-1149, 2010.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2002.

HOWEL, R.; UYSAL, M. Tourism education fordeveloping countries. **Tourism Management**, V. 8, N. 1, p 62- 64, 1987.

LEFEVRE, Fernando; MARQUES, Maria C. da Costa; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti; (*et.al*.). Representação social da Vigilância Sanitária pela população do município de Águas de Lindóia: análise da percepção de alguns riscos relevantes". **Revisa**, V. 1, N. 1. p. 22-30, 2005.

LIMA, A. V. B.; SILVA, S. D. C. M. Bacharel em turismo: profissional sem formação de mercado ou mercado sem conhecimento da profissão? *In:* Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 4, São Paulo, **Anais...,** ANPTUR, 2007.

LIMA, J. R.; REJOWSKI, M. Ensino superior em turismo no Brasil: a produção acadêmica de dissertações e teses (2000-2009). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. V.5. N.3. p. 406-432, 2011.

MARCONI, M. A., & LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MASCARENHAS, T. R. G.; GÂNDARA, G. J. M. Producción y transformación territorial: La gastronomía como atractivo turístico. **Estudios y Perspectivas en Turismo.** V. 19. N. 5. p. 776-791, 2010.

MATIAS, Marlene. **Turismo:** formação e profissionalização. Barueri: Manole, 2002.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Parecer nº CES/CNE 146/2002: **Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação em Direito, Ciências Econômicas, Administração, Ciências Contábeis, Turismo, Hotelaria, Secretariado Executivo, Música, Dança, Teatro e Design.** Brasília: MEC. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/ arquivos/pdf/CES0146.pdf. Acesso em: 20/01/2018.

MOREIRA, A. S. P. **Representações sociais:** teoria e prática. João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

OGANAUSKAS, D. S. N.; GOMES, B. M. A.; ANDRUKIU, A. M. G**.** Bacharelado em Turismo no Brasil: História e contribuições da Universidade Federal do Paraná. **Turismo e Sociedade,** V. 5. N. 2. p. 563-583, 2012.

RAMOS, M. G. G.; GARCIA, T. E. M. Ensino superior de turismo no Brasil: algumas reflexões. **UNIrevista (UNISINOS),** V. 1. N. 2. p. 1-10, 2006.

SANTOS, Edimiria Góes César. **O despertar de um sonho: a inserção do turismólogo no mercado de trabalho de Salvador - Ba**./ Edimiria Góes César Santos.- Salvador: UNIFACS, 2015. 130 f.

SCHLUTER, R. G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2006.

SILVA, H. H. M. Subsídios para a elaboração do projeto político-pedagógico. *In:* M. D. Almeida (Org). **Projeto político-pedagógico**. Natal: EDUFRN, 2000.

SILVA, M. E. M. da. Projetos Interdisciplinares Como uma Proposta Pedagógica: caso do Curso de Turismo e Hotelaria – UNIVALI / SC. **Turismo - Visão e Ação** - V. 8. N.2 p. 331 – 340, maio /ago. 2006.

SILVA, M. das G. M. da.; BERALDO, T. M. L. Universidade, sociedade do conhecimento, educação: o trabalho docente em questão. In: BITTAR, M; OLIVEIRA, J. F. de; MOROSINI, M. C. (Orgs). **Educação Superior no Brasil:** 10 anos pós-LDB. Brasília: INEP, 2008.

SOGAYAR, R. L.; REJOWSKI, M. Ensino superior em Turismo em busca de novos paradigmas educacionais: problemas, desafios e forças de pressão. **Revista Turismo Visão e Ação**, V. 13. N. 3. p. 282–298, 2011.

_____. Tourism, hospitality and events curriculum in higher education in Brazil: reality and challenges. In D. Dredge, D. Airey & M. J. Gross. **The Routledge handbook of tourism and hospitality education**. Abingdon: Routledge. p. 210-224, 2015.

Recebido para publicação em outubro de 2018

Aceito para publicação em novembro de 2018