

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

**LUCAS GUEDES VIEIRA FLORIM**

**Mercado de trabalho em turismo: contribuições a partir das trajetórias  
profissionais de egressos da ECA-USP**

**SÃO PAULO**

**2025**

LUCAS GUEDES VIEIRA FLORIM

**Mercado de trabalho em turismo: contribuições a partir das trajetórias  
profissionais de egressos da ECA-USP**

Trabalho de conclusão do curso de  
bacharelado em turismo, apresentado ao  
Departamento de Relações Públicas,  
Propaganda e Turismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Débora Cordeiro Braga

SÃO PAULO

2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Nome: FLORIM, Lucas Guedes Vieira

Título: Mercado de trabalho em turismo: contribuições a partir das trajetórias profissionais de egressos da ECA-USP

Trabalho de conclusão do curso de bacharelado em turismo, apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo.

Aprovado em: 02/12/2025

Banca Examinadora

Prof. Dr.

---

Instituição:

---

Julgamento:

---

Prof. Dr.

---

Instituição:

---

Julgamento:

---

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos os professores nas diversas etapas da minha formação que transmitiram parte de seu conhecimento para mim. À professora Débora, em especial, por acompanhar de perto meu retorno ao curso e pelas ideias, auxílios e dicas fundamentais que moldaram este trabalho, tão gratificante de fazer. Outro agradecimento especial aos egressos que aceitaram, com tamanho entusiasmo, participar desse projeto e compartilhar suas experiências. Foi ótimo conhecer outras pessoas do curso e reencontrar os “velhos conhecidos”. Aos meus pais, por não deixarem a “peteca cair” e me apoiarem desde sempre. À Renata, pela admiração e incrível edição do vídeo final.

## RESUMO

O presente trabalho narra as experiências de egressos do curso de turismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, ECA/USP, quanto à inserção, transição e tendências do mercado de trabalho em turismo, em seus respectivos segmentos atuantes. O objetivo foi contribuir com reflexões acerca da carreira profissional dos estudantes de turismo, a partir do relato de experiências de egressos do curso. Foram realizadas entrevistas com 6 ex-alunos e o resultado foi compilado em um vídeo, disponibilizado no *YouTube*. Para fundamentar o roteiro de perguntas e definir as temáticas investigadas junto aos egressos, foi realizada pesquisa bibliográfica que engloba o histórico de formação do curso de turismo da ECA/USP, as legislações vigentes na área, pesquisas acadêmicas, a questão do impacto da pandemia de COVID-19 no turismo e as tendências para o mercado de trabalho. A partir das entrevistas constatou-se a importância da graduação na formação e ampliação do conhecimento individual, o papel crucial das experiências de estágio como consolidador do profissional de turismo e a exigência do desenvolvimento de *soft skills* e da união da tecnologia ao turismo que, paradoxalmente, acaba por acentuar a valorização do fator humano. Esses resultados, os quais estão majoritariamente alinhados com os dados da pesquisa bibliográfica, reforçam a percepção das forças e fraquezas observadas pelos egressos, evidenciam a realidade do curso de turismo da ECA-USP e podem ser utilizados para fomentar a carreira profissional dos graduandos em turismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mercado de trabalho; turismo; carreira; ensino superior.

## **ABSTRACT**

The present study narrates the experiences of graduates from the Tourism program at the School of Communications and Arts of the University of São Paulo (ECA/USP) regarding insertion, transition, and trends in the tourism job market, within their respective professional segments. The objective was to contribute to reflections on the professional careers of Tourism students, based on the experiences shared by the program's graduates. Interviews were conducted with 6 former students, and the results were compiled into a video available on YouTube. To support the interview script and define the topics investigated with the graduates, a bibliographic review was carried out, outlining the history of the Tourism program at ECA/USP, presenting legislation, academic research, the impact of the COVID-19 pandemic on tourism, and trends of the job market. From the interviews, the importance of the undergraduate program in building and expanding individual knowledge was evident, as well as the crucial role of internship experiences in consolidating tourism professionals, the need for the development of soft skills, and the integration of technology with tourism, which paradoxically enhances the value of the human factor. These results are mostly aligned with the data from the bibliographic research, reinforcing that the strengths and weaknesses perceived by the graduates indeed reflect the reality of the ECA-USP Tourism program and can be used to foster the professional careers of current Tourism students.

**KEYWORDS:** Job market; tourism; career; higher education.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
1.1 JUSTIFICATIVAS.....	11
1.2 MATERIAIS E MÉTODOS.....	12
<b>2 FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM TURISMO.....</b>	<b>16</b>
2.1 História dos cursos de turismo no Brasil.....	16
2.2 O PROFISSIONAL DE TURISMO.....	19
2.2.1 Etimologia.....	19
2.2.2 Diretrizes para formação do profissional.....	19
2.2.3 Áreas e segmentos de atuação profissional: breve contextualização....	21
2.2.4 Legislações vigentes para o profissional de turismo.....	24
2.2.5 A multidisciplinaridade do profissional de turismo.....	26
<b>3 MERCADO DE TRABALHO EM TURISMO.....</b>	<b>27</b>
3.1 CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS EM TURISMO.....	27
3.1.1 - Sistemas de turismo e cadeia produtiva do turismo.....	27
3.1.2 Atividades Características de turismo (ACT).....	29
3.2 O MERCADO DE TRABALHO EM TURISMO: LEGISLAÇÕES VIGENTES NO SETOR.....	30
3.3 O IMPACTO DAS REFORMAS TRABALHISTAS.....	32
3.4 O MERCADO DE TRABALHO E O PROFISSIONAL DE TURISMO SOB A ÓTICA DO PERÍODO PANDÊMICO E DO PÓS-PANDEMIA.....	33
3.4.1 As mudanças promovidas pelo estabelecimento de novos modelos de trabalho e produção.....	33
3.4.2 Habilidades interpessoais do profissional de turismo.....	35
3.4.3 Formação acadêmica em turismo no contexto pós-pandêmico.....	36
3.5 EMPREGABILIDADE EM TURISMO.....	37
3.5.1 Síntese do Perfil do Bacharel em turismo cadastrado na EMBRATUR, de 1999.....	37
3.5.2 Acompanhamento de Turismólogos Brasileiros no Mercado de Trabalho, de acordo com pesquisas acadêmicas.....	39
3.5.3 Dados de 2025 do Painel Perfil do Emprego em turismo.....	40
<b>4 EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP E SUAS EXPERIÊNCIAS NO MERCADO DE TRABALHO.....</b>	<b>42</b>
4.1 DISTRIBUIÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP NO MERCADO DE TRABALHO EM GERAL.....	42
4.2 PERFIL DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP ENTREVISTADOS.....	45
4.3 TEMAS E CONTEÚDOS ABORDADOS NAS ENTREVISTAS.....	46
4.4 RELATOS DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP.....	47
4.4.1 Apresentação.....	47
4.4.2 Cargo.....	47
4.4.3 Influência da graduação em turismo no percurso profissional.....	49

4.4.4 Papel do estágio na formação profissional.....	51
4.4.5 Desafios na transição da graduação para o mercado de trabalho.....	52
4.4.6 Impactos da pandemia no mercado de trabalho em turismo.....	54
4.4.7 Atuação no mercado de trabalho em turismo hoje: exigências, competências e habilidades.....	55
4.4.8 O futuro do mercado de trabalho em turismo: questões para reflexão.....	56
4.4.9 Experiências marcantes na área de turismo.....	57
4.4.10 Conselhos e motivações aos graduandos.....	58
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>65</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>70</b>
APÊNDICE A - LISTA CONTATOS DE FORMANDOS DE TURISMO (2020-2024) [DADOS SENSÍVEIS OCULTOS].....	70
APÊNDICE B - BANCO DE DADOS DE EGRESSOS DE TURISMO DA ECA/USP (2020-2024): OCUPAÇÕES PROFISSIONAIS DE ACORDO COM LINKEDIN.....	71

## 1 INTRODUÇÃO

O planejamento de carreira é um elemento central na formação de estudantes universitários, já que o ingresso no ensino superior representa o início de uma longa trajetória educacional rumo à construção de uma carreira profissional. Ao longo da graduação, especialmente no bacharelado em turismo, que dispõe de um amplo campo quanto às possibilidades de atuação profissional, compreender as trajetórias de egressos pode oferecer referências concretas para os graduandos, auxiliando-os nas decisões a respeito de seus respectivos caminhos profissionais em um setor com características tão multidisciplinares e abrangentes.

Ao relatar experiências próprias, desafios e conquistas, os egressos, no papel de profissionais atuantes no turismo, já bacharéis e com prévio exercício profissional, que abrange desde do estágio até a conclusão da graduação, podem contribuir significativamente para o processo de reflexão acerca da carreira profissional daqueles que ainda estão no período da graduação.

Este trabalho buscou responder como os profissionais formados em turismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) podem promover a construção de perspectivas de carreira mais conscientes e alinhadas às possibilidades e exigências reais do setor, por meio de seus percursos e vivências no mercado de trabalho. Dessa maneira, o problema da pesquisa, é: “como egressos formados pela ECA-USP e inseridos no mercado de trabalho em turismo podem fornecer aos graduandos um olhar crítico acerca da carreira profissional em turismo?”

Ao reunir relatos de profissionais com percursos diversos, pretende-se traçar um panorama plural e atual do campo turístico e de algumas das principais possibilidades de inserção e desenvolvimento profissional em diversos segmentos. O objetivo é, portanto, contribuir para reflexões acerca da carreira profissional dos estudantes de turismo, a partir do relato de experiências de egressos do curso. Já em termos de objetivos específicos, buscou-se:

- Consolidar informações acerca da área de atuação dos egressos do curso de turismo, formados a partir de 2020;
- Identificar os segmentos de atuação profissional mais frequentes;
- Compreender os fatores que influenciaram escolhas profissionais e possíveis transições de carreira dos egressos;

- Analisar as jornadas dos egressos no mercado de trabalho em turismo.

O trabalho tem a estrutura de quatro capítulos: inicialmente, foi apresentado o tema central da pesquisa, os objetivos geral e específicos, a justificativa da escolha do estudo, bem como os materiais e métodos utilizados para sua realização. O segundo capítulo tratou da formação profissional em turismo, abordando o histórico dos cursos de turismo no Brasil e oferecendo uma contextualização do profissional da área, em que foram explorados aspectos como a etimologia da profissão, diretrizes para a formação acadêmica, principais áreas e segmentos de atuação, além das legislações pertinentes que regulamentam a prática profissional. O terceiro capítulo se dedicou ao mercado de trabalho em turismo, com uma contextualização dos sistemas de turismo, da cadeia produtiva e das Atividades Características do turismo (ACT). Foram discutidas também as legislações trabalhistas que impactam a atuação profissional, os novos modelos de trabalho e produção que emergiram no cenário pós-pandemia, as habilidades interpessoais, chamadas de *soft skills* e o panorama da empregabilidade em turismo nas últimas décadas. No quarto capítulo, apresentou-se o posicionamento profissional dos egressos do curso de turismo da ECA-USP, com a exposição e análise dos dados obtidos por meio do levantamento realizado junto aos formados entre os anos de 2020 e 2024 e os relatos e entrevistas realizados com alguns egressos, destacando suas experiências pessoais, reflexões sobre o percurso profissional e percepções sobre o mercado de trabalho e, por fim, as considerações finais, onde retomou-se os principais temas discutidos ao longo do trabalho, sintetizando os achados obtidos nas análises e nas entrevistas.

## 1.1 JUSTIFICATIVAS

Alguns pontos cativam a atenção na experiência com o estudo do fenômeno do turismo, seja positivamente ou negativamente. Esta é uma área que se destaca pela falta de regulamentação da profissão, não-exigência da graduação para atuar profissionalmente e diversas possibilidades de atuação no mercado de trabalho. É indispensável, portanto, apresentar aos graduandos, especialmente aos que não tem sólida experiência profissional anterior no turismo, um panorama do mercado de trabalho que possa auxiliá-los a traçar uma carreira profissional.

Neste sentido, a definição do público-alvo da pesquisa como “egressos do curso de turismo da ECA-USP” foi a escolhida pois é fundamental estudar esse público, já que são profissionais que vivenciaram uma espécie de ciclo completo: em termos de experiência acadêmica, por terem concluído a graduação em sua totalidade, vivenciaram desde o ingresso na universidade, através de vestibular, até a conclusão da graduação em si; já no âmbito profissional, vivenciaram, no mínimo, o estágio, ainda graduandos, e uma posterior atuação profissional.

Optou-se por pesquisar o mercado de trabalho por achar que a construção da carreira e o desenvolvimento profissional é algo fundamental ao indivíduo, portanto, essencial de ser estudado. É importante frisar que a escolha do período analisado se deu pela intenção em traçar um cenário atual, que considera e representa as mudanças socioeconômicas ocorridas nos últimos cinco anos, portanto, compreendendo o início e fim da decretação pandemia de COVID-19 como Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional.

Durante as pesquisas, notou-se que há lacunas em relação ao acompanhamento da atuação profissional de egressos: à exceção de alguns autores específicos que persistem em pesquisar o tema, são poucos os estudos na área. Esta realidade, independentemente de estar presente ou não em outras graduações, cria um vazio informativo e no caso do turismo, como dito anteriormente, há algumas peculiaridades cuja ausência de dados pode acirrar a falta de conhecimento sobre o próprio setor: um certo atraso legislativo e a tendência pluralista do turismo.

Portanto, o estudo dos egressos através de entrevistas e da base de dados da universidade, é essencial para traçar um recorte do panorama da realidade da atuação profissional do bacharel/turismólogo, e apresentá-los à comunidade acadêmica em formação, ainda que limitando-se ao curso de turismo da Universidade de São Paulo.

## 1.2 MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa realizada adotou uma abordagem qualitativa e baseou-se na realização de entrevistas com egressos do curso de turismo da ECA-USP, formados a partir de 2020 e que atuam em diferentes segmentos do setor turístico. Os egressos do curso de bacharelado em turismo são, portanto, os objetos de estudo do trabalho.

Buscou-se reunir e enumerar informações sobre os principais caminhos profissionais seguidos pelos egressos, através da criação de um banco de dados do curso de turismo a partir da obtenção da “lista de formados em turismo 2020-2024”: esta lista, elaborada pelo setor de graduação da ECA/USP, contém nome, ano de ingresso na USP, ano de conclusão do curso e endereço de *e-mail* USP e *e-mail* pessoal dos egressos. A lista, que corresponde a 95 nomes, inclui alunos que concluíram o curso de turismo entre 2020 e 2024, abrangendo o período pandêmico e pós-pandêmico.

Quadro 1: Distribuição dos egressos por ano de conclusão do curso

<b>Ano de conclusão do curso</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>
2020	18
2021	16
2022	15
2023	18
2024	28
<b>Total</b>	<b>95</b>

Fonte: Resultado das pesquisas

Com a lista de formados em mãos, pesquisou-se individualmente cada nome na rede social *LinkedIn*, a fim de identificar os segmentos de atuação profissional desses egressos com o intuito de criar uma base de dados deste público. O *LinkedIn* foi escolhido como meio de pesquisa pois é a maior rede social do mundo dedicada unicamente ao trabalho (LinkedIn, 2025), portanto espera-se que os egressos utilizem a rede para exibir suas informações profissionais a fim de obter visibilidade de carreira.

A busca via *LinkedIn* foi realizada durante maio de 2025 e consistiu na pesquisa das seguintes palavras-chave, respectivamente: [“nome+sobrenome(s)”]; ou [“nome+um dos sobrenomes”]; ou [“nome+“ECA”]; ou [“nome+“ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES”]; ou [“nome+“USP”]; ou [“nome+“TURISMO”]. Caso as palavras-chave utilizadas não retornassem resultados, a pesquisa pelo egresso era encerrada.

Desse modo, a pesquisa via *LinkedIn* localizou 86 egressos, sendo que 13 (13,7%) estavam com seu perfil desatualizado ou possivelmente sem emprego no momento, enquanto 3 (3,2%) estavam com o *LinkedIn* "vazio", sem nenhuma informação em termos de preenchimento de cargos de trabalho. Quanto aos que têm perfil ativo e atualizado, 22 (23,16%) não atuavam na área do turismo no momento do levantamento e outros 48 (50,5%) atuavam na área. Assim, foi possível construir um panorama do perfil profissional dos egressos da ECA-USP formados entre 2020 e 2024.

Já que a pesquisa englobou os egressos atuantes no mercado de trabalho em turismo, somente os 48 ex-alunos que atuam na área estavam aptos a participarem das entrevistas. Na sequência, foi identificado e classificado o segmento de atuação principal da empresa contratante do egresso, utilizando a classificação proposta por Marília Ansarah (2002), explicitada adiante no capítulo 2.2.3

O objetivo do trabalho era atingir ao menos 10% da amostra de 48 pessoas, ou seja, entrevistar um mínimo de cinco pessoas, priorizando os egressos que atuassem em segmentos distintos uns dos outros, caso fosse possível, para obter maior diversidade quanto à vivência profissional na área de turismo.

Os egressos aptos foram contatados via *e-mail*, cujo endereço foi disponibilizado pela listagem, no dia 11/09/2025 às 16:34h. Foi-lhes enviado uma breve apresentação do projeto de pesquisa, e um convite para responder à solicitação de entrevista. Uma única mensagem de *e-mail* foi enviada através da conta de *e-mail* USP do pesquisador, contendo o endereço da Professora-Orientadora em CC, ou cópia, enquanto os demais endereços dos egressos foram colocados em CCo, ou cópia oculta, a fim de garantir a privacidade dos participantes da pesquisa.

Aguardado o período de uma semana, 16 egressos responderam à mensagem, 31 não responderam e 1 endereço de e-mail não foi encontrado. Os 16 egressos que responderam ao e-mail foram contatados e mais detalhes sobre o projeto da entrevista foram revelados. Em seguida, levando em conta a disponibilidade e a diversidade do segmento de atuação profissional, 6 foram selecionados como participantes, sendo 3 da área de agenciamento, 2 de hospedagem e 1 de consultoria.

Desse modo, entre 22/09/2025 e 03/10/2025 as entrevistas foram realizadas *online* e gravadas via *Google Meet*, plataforma escolhida por permitir fácil captura e armazenamento de vídeos. Os egressos entrevistados assinaram um termo autorizando a exibição de suas imagens nos vídeos. As entrevistas geraram cerca de seis horas de material bruto total e foram compiladas em um único vídeo publicado na plataforma *YouTube*, com edição realizada no *software CapCut*, da empresa *ByteDance Inc.*, entre os dias 04/10/2025 e 06/10/2025. O vídeo pode ser acessado pelo link disponibilizado nas referências.

Como muito material havia sido produzido, alguns temas e falas discutidos não foram incluídos no vídeo final por questão de tempo, entretanto, boa parte do conteúdo discutido durante as entrevistas é citado e analisado no capítulo 4, o qual descreve a trajetória profissional dos egressos entrevistados.

A abordagem descrita acima permitiu identificar padrões, estratégias e aprendizados relevantes que podem ser utilizados como inspiração e orientação para os graduandos.

## 2 FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM TURISMO

A criação do ensino superior de turismo no Brasil foi resultado da expansão da atividade turística nacional e da exigência de profissionais qualificados para atender às demandas do setor (Matias, 2002, p.3).

### 2.1 História dos cursos de turismo no Brasil

No Brasil, a formação em turismo surgiu há cerca de cinquenta anos, durante a década de 1970, “em meio à euforia da modernização” que despertou o interesse da classe média pela especialização em setores com potenciais de ascensão social e econômica (Matias, 2002, p.5). Desde o período de criação, os cursos brasileiros de turismo possuíam certa autonomia, pois foram implementados separadamente dos tradicionais cursos de Administração, História, Economia e Geografia, e não formados a partir de disciplinas destes, como em países europeus e nos Estados Unidos, conforme aponta a mesma autora (*Id.* 2002, p.4). Ainda que a proposta inicial fosse conceber um curso técnico de turismo, notou-se

uma demanda reprimida especialmente de mulheres que [...] estavam voltando aos bancos escolares após terem criado seus filhos. Tal realidade dizia respeito, entre outros fatores, ao período conhecido como milagre econômico brasileiro, com ascensão da classe média, reforma universitária e investimentos na área de turismo no sentido de atrair moeda forte estrangeira, ocorridos durante os primeiros anos da ditadura militar. O mote ‘ordem e progresso’ encontrava terreno fértil na industrialização e a concepção de turismo ainda era como sendo uma atividade para a classe alta estrangeira que quisesse contato com o exotismo e sensualidade brasileiros, preferencialmente hospedados em hotéis cinco estrelas em pontos estratégicos (e controláveis) do país como Foz do Iguaçu, Manaus e o eterno portão de entrada, Rio de Janeiro (Matias, 2005, *apud* Silveira *et al.*, 2012, p.13).

Fato interessante ocorrido na fase inicial dos cursos de turismo no Brasil, conforme escreve Marília Ansarah (2002, p. 49), a partir do relato do Professor Mário Carlos Beni, foi a reunião dos coordenadores de cursos de turismo vigentes à época promovida pela ECA-USP, sob influência direta da Embratur e do Ministério da Educação (MEC). Ocorrido em 1978, o evento definiu tendência para o cenário do ensino superior de turismo pelos próximos anos:

com a finalidade de elaborar o currículo mínimo a ser disciplinado pelo MEC [...] estabeleceu-se um divisor de águas com duas vertentes educacionais que foram adotadas. A primeira, da ECA-USP, que preconizava uma linha filosófica mais acadêmica, voltada à epistemologia, à pesquisa e ao planejamento do turismo. A outra, liderada pela Anhembi-Morumbi, na

pessoa do Prof. Gabriel Mário Rodrigues, que orientava o conjunto de disciplinas da estrutura curricular para o mercado. Destas vertentes, nasceram os demais cursos [...] (Ansarah, 2002, p.49).

Traçando um paralelo com os tempos atuais, é possível inferir que

os efeitos dessa divisão, nos dias de hoje, têm se delineado no sentido de, instituições mais voltadas ao mercado, especialmente as privadas, estarem convertendo seus cursos em tecnólogos, e as mais voltadas a questões acadêmicas serem predominantemente públicas e manterem seus bacharelados (Silveira *et al.*, 2012, p. 14).

O período anterior à redemocratização (1985), porém, foi de “estrito controle” quanto à abertura de novos cursos superiores e de novos negócios, além da compulsoriedade na classificação de empreendimentos turísticos por parte do regime militar vigente, o que culminou no “clima de euforia e excessos” ocorrido na década de 1990, por sua vez, marcada pelo lançamento desenfreado de cursos de turismo (Silveira *et al.*, 2012, p.12).

Neste contexto, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), nº 9.394, de 1996, é frequentemente apontada como a principal facilitadora da popularização dos cursos de graduação: Sordi (2022) afirma que, com a LDB, “o Estado assumiu um papel destacado no controle e na gestão das políticas educacionais”, ao passo que tornou-se “apenas regulador e controlador da educação, por meio da criação de mecanismos de credenciamento e avaliação”, empurrando o papel de expansão do ensino superior à rede privada, já que a legislação permitiu, através do seu artigo 54 § 2º, “atribuições de autonomia universitária [...] à instituições que comprovem alta qualificação para o ensino ou para a pesquisa, com base em avaliação realizada pelo Poder Público” (Brasil, 1996). Ademais, o decreto nº 2.306, de 1997, possibilitou o “oferecimento de cursos superiores [...] sem a inclusão da pesquisa e da extensão como funções que, associadas ao ensino, cumpririam o dispositivo constitucional”, através da criação dos Centros Universitários (Brasil, 1997; Sordi, 2022).

Para o turismo, as flexibilizações legislativas da década de 1990 somadas às políticas econômicas adotadas, a exemplo do Plano Real, permitiram uma “explosão” do oferecimento de cursos por Universidades e Instituições de Ensino Superior Privadas, as quais apropriaram-se da baixa necessidade de estrutura física para expandir-se (Matias, 2002, p.8-9; Silveira *et al.*, 2012, p.10). Desse modo, os cursos de turismo provavelmente vivenciaram o auge de sua popularidade durante a década de 1990, mas os problemas da rápida expansão logo apareceram, afinal era

notória [a] falta de profissionais preparados decorrente do crescimento abrupto no número de vagas para professores nos cursos sem que tivesse

havido tempo para que o mercado dispusesse de tantos profissionais já qualificados para docência em uma área com tantas especificidades. Além disso, em função da quantidade de profissionais lançados ao mercado, uma profissão que era praticamente desconhecida tornou-se massificada (Silveira *et al.*, 2012, p.10).

Ainda em 1996, a fim de criar diretrizes específicas para os cursos de graduação em turismo e hotelaria, a Comissão de Especialistas em Administração convidou o turismólogo e professor Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo para compor sua bancada: durante sua gestão, Trigo elaborou a “Biblioteca Básica para Cursos de Graduação” com o objetivo de elevar a qualidade do ensino na área de turismo e, em 1997, em uma reunião da então Associação Brasileira de Dirigentes de Escolas em turismo e Hotelaria, foi estabelecida uma proposta para a estrutura curricular mínima dos cursos de bacharelado em turismo, que serviu de base para a construção de um novo modelo de diretrizes curriculares concluído em 1998, que estabelecia carga horária mínima de 3.000 horas, tempo de graduação entre quatro e sete anos, obrigatoriedade do estágio, entre outros (Ansarah, 2002 p. 49-52).

Com o passar dos anos, já na virada do século, o cenário estabilizou-se e muitos cursos oferecidos por instituições privadas foram drasticamente reduzidos em oferta ou transferidos para áreas consideradas mais convenientes, enquanto “o modismo e a baixa qualidade” perduraram até o início dos anos 2000, período que, a partir da segunda metade da década, passou a ser marcado pelo “deslocamento da demanda de alunos das instituições particulares para cursos recém-criados nas instituições públicas” (Netto, 2009, *apud* Silveira, 2012, p.11).

Anos mais tarde, em 2006, a fim de estabelecer normas de organização curricular a serem seguidas pelas Instituições de Educação Superior (IES), foram instituídas as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em turismo, as quais, através da Resolução nº 13, estabeleceram que o projeto pedagógico do curso de turismo deve abranger:

- I - objetivos gerais do curso, contextualizados em relação às suas inserções institucional, política, geográfica e social ;
- II - condições objetivas de oferta e a vocação do curso;
- III - cargas horárias das atividades didáticas e da integralização do curso;
- IV - formas de realização da interdisciplinaridade;
- V - modos de integração entre teoria e prática;
- VI - formas de avaliação do ensino e da aprendizagem;
- VII - modos da integração entre graduação e pós-graduação, quando houver;
- VIII - incentivo à pesquisa, como necessário prolongamento da atividade de ensino e como instrumento para a iniciação científica;

IX - concepção e composição das atividades de estágio curricular supervisionado, suas diferentes formas e condições de realização, observado o respectivo regulamento;  
X- concepção e composição das atividades complementares (BRASIL, 2006, p.1-2).

A década de 2010, por outro lado, não experimentou o mesmo apelo das décadas anteriores e foi sinônimo de esvaziamento dos cursos de turismo em geral, resultado provável de uma “natural acomodação do mercado, fim do modismo e baixa absorção pelo mercado de trabalho” (Silveira *et al.*, 2012, p.11).

Durante o mesmo período, um levantamento realizado com cerca de trezentos bachareis de todo o país formados entre os anos de 1980 e 2014 revelou que a evasão do curso de turismo é de cerca de 49%: ainda que pareça alto, vale notar que o índice de conclusão do curso de bacharelado aumentou vertiginosamente considerando a série histórica pesquisada (Silva *et al.*, 2018, p.513-514).

## 2.2 O PROFISSIONAL DE TURISMO

### 2.2.1 Etimologia

O profissional de turismo é denominado turismólogo e por muitos anos discutiu-se a respeito da terminologia adequada para designar este profissional: “turismólogo” foi o mais adequado pois, “além de ser etimologicamente correto, é o único [termo] que abre possibilidade de autonomia ao profissional exercer suas múltiplas atividades em todos os segmentos que envolvem o fenômeno turístico” (Matias, 2002, p.31-32).

### 2.2.2 Diretrizes para formação do profissional

Em termos de formação profissional, as Diretrizes Curriculares Nacionais estabeleceram que o curso de turismo deve garantir que a composição da estrutura curricular promova o desenvolvimento de um profissional que atinja os seguintes requisitos:

- I - compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- II - utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;

- III - positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;
- IV - domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;
- V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
- VI - adequada aplicação da legislação pertinente;
- VII - planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;
- VIII - intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;
- IX - classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- X - domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;
- XI - domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;
- XIV - domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;
- XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
- XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- XVII - compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;
- XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;
- XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética (Brasil, 2006, p.2-3).

Desse modo, o objetivo é formar profissionais capazes de “compreender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais, relacionadas com o mercado turístico, sua expansão, seu gerenciamento [...] apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação profissional”

(Brasil, 2006, p.2). As diretrizes, no entanto, não especificaram, à época, quais são os campos de atuação do turismólogo, possivelmente por ser uma legislação direcionada à educação.

### 2.2.3 Áreas e segmentos de atuação profissional: breve contextualização

A questão referente aos possíveis campos de atuação do profissional de turismo teve destaque durante a década de 1990 e início dos anos 2000, período em que buscou-se documentar os segmentos de atuação profissional possíveis para o bacharel em turismo. A exemplo, Marília Ansarah (1995, p.51), foi responsável por criar uma classificação composta por nove possíveis áreas de atuação:

Quadro 2: Segmentos de atuação do bacharel em turismo (1995)

Área de	Descrição
Hospedagem	Empresas relacionadas à acomodação em geral, com diversas categorias: hotelaria, motéis, campings, pousadas, albergues etc.
Transportes	Aéreos, rodoviários, ferroviários, marítimos e fluviais.
Alimentação	Restaurantes, <i>fast food</i> e similares.
Lazer	Atividades de animação/recreação: clubes, parques temáticos, eventos, empresas de entretenimento, agências, cruzeiros marítimos, hotéis, colônias de férias.
Eventos	Empresas organizadoras para atuação em megaventos e similares.
Órgãos oficiais	Atuação em planejamento e em programas estabelecidos por uma política de turismo.
Consultoria	Atuação em pesquisa e/ou inventário de um município turístico.
Magistério	Cursos de graduação, pós-graduação, especialização, extensão, universitária e outras modalidades.
Outros ramos do conhecimento humano	Algumas áreas novas quando tomadas em uma dimensão mais ampla estão surgindo, como a atuação em editoração em empresas ou instituições de ensino, o jornalismo com ênfase no turismo, geração de bancos de dados para o turismo, tradução e intérprete dirigido para o setor, instituições culturais, <i>marketing</i> turístico, informática aplicada ao turismo, entre outras

Fonte: Elaboração a partir de Ansarah, 1995, p.51.

Anos mais tarde, a mesma autora (*Id.* 2002, p.42-43) complementou a classificação acima com a adição de outros segmentos, destacando a existência de um amplo mercado de atuação à disposição do profissional de turismo:

Quadro 3: Segmentos de atuação do bacharel em turismo (2002)

<b>Área de atuação</b>	<b>Descrição</b>
Hospedagem	Empresas relacionadas à acomodação em geral e com diversas categorias (hotelaria, motéis, <i>camping</i> , pousadas, albergues...), <i>cassinos</i> , shopping centers e, atualmente, o direcionamento para atuação em hospitais;
Transportes	Aéreos, rodoviários, ferroviários, marítimos e fluviais.
Agenciamento	Em agências de viagens, operadoras e representações (GSA e Consolidadoras);
Alimentação	Restaurantes, <i>fast food</i> , cruzeiros marítimos, parques temáticos, eventos e similares;
Lazer	Com atividades de animação/recreação – clubes, parques temáticos, eventos, empresas de entretenimento, agências, cruzeiros marítimos, hotéis, colônias de férias;
Eventos	Empresas organizadoras para atuação em mini e megaeventos, e também feiras, congressos, exposições de caráter regional, nacional e internacional ou similares;
Hospitalidade	Atuação no núcleo turístico em atividades de caráter hospitaleiro;
Órgãos oficiais	Atuação em planejamento e em programas estabelecidos por uma política de turismo, fomento, pesquisa e controle de atividades turísticas;
Consultoria	Atuação em pesquisa e/ou planejamento turístico.
<i>Marketing</i>	Vendas turísticas
Magistério	Cursos de graduação, pós-graduação, especialização, extensão universitária e cursos livres.
Publicações	Empresas e/ou instituições de ensino para atuação em editoração específica, escritor de textos para jornais e revistas especializadas
Especialização em mercado segmentado	turismo ecológico, social, infanto-juvenil, para idosos, deficiente físicos, de negócios, segmentos étnicos ou culturais em geral

Pesquisa	Centros de informação e documentação
Outros ramos do conhecimento humano	Áreas novas tomadas em comum com outras ciências: meio ambiente, sociologia, antropologia, economia, instituições de ensino, jornalismo com ênfase no turismo, criação de banco de dados para o turismo, tradução e interpretação dirigida para o setor, instituições culturais, marketing turístico, informatização aplicada ao turismo, entre outros.

Fonte: Elaboração a partir de Ansarah, 2002, p.42-43.

Outros autores da época também parecem concordar com a ampla diversidade do mercado de trabalho em turismo, a exemplo de Luiz Trigo (2000, p.206), o qual, por outro lado, apesar de não estabelecer uma classificação específica para os segmentos, procurou exemplificar o conjunto de atividades possíveis ao bacharel em turismo:

Quadro 4: Mercado de trabalho para o bacharel em turismo (2000)

<b>Setor privado</b> em hotelaria e similares, agências de viagens e de turismo, companhias aéreas e demais setores de transportes, setor de congressos e eventos, exposições e feiras comerciais e industriais de caráter regional, nacional ou internacional; Centros de informações, documentação e pesquisas turísticas, em nível municipal, estadual ou federal;
<b>Órgãos oficiais</b> de turismo, instituições de caráter misto (público e privado) para fomento, planejamento, pesquisa e controle de atividades turísticas
<b>Guia</b> receptivo, local, nacional ou internacional, desde que tenha feito curso específico reconhecido pela Embratur (não é necessário ser bacharel em turismo para ser guia, bastando a carteira da Embratur, porém, sem dúvida, um curso superior capacita ainda mais o guia)
<b>Marketing e vendas turísticas</b>
<b>Formação profissional em instituições de ensino médio ou superior de turismo</b> , em instituições públicas ou privadas, nos campos de educação e pesquisa (cursos de especialização e de pós-graduação são fundamentais para capacitar o profissional dessas áreas)
<b>Escritor</b> de textos para jornais e revistas especializadas, livros e publicações técnicas
<b>Empresas de recreação e lazer</b> programados
Áreas de <b>turismo de segmentos</b> como turismo ecológico, turismo social, infante-juvenil, para idosos, deficientes físicos; segmentos étnicos ou culturais em geral

Fonte: Elaboração a partir de Trigo 2000, p.206 - grifo nosso.

Seguindo linha parecida, Ângela Denise da Cunha Lemos (2001, p.103) propôs, de maneira mais simplificada, os campos de atuação para o Bacharel em turismo:

Quadro 5: Campos de atuação do bacharel em turismo (2001)

<b>Categoria 1</b>	Empresas públicas, privadas e ONG. Empresas com ou sem fins lucrativos
<b>Categoria 2</b>	Organização de eventos, Meios de Hospedagem e Restaurantes, Empresas de Transporte turístico em geral, Agências de Viagem e Operadoras Turísticas, Empreendimentos de Lazer e Entretenimento
<b>Categoria 3</b>	Planejamento Turístico, <i>Marketing</i> turístico, Estatísticas turísticas
<b>Categoria 4</b>	Consultorias, assessorias, pareceres técnicos, projetos, pesquisas, docência, etc.

Fonte: Elaboração a partir de Lemos, 2001, p.103.

Desse modo, ainda que com algumas variações perceptíveis entre os autores, a literatura da época revela que, dentre as principais áreas de atuação para os bachareis em turismo, destacam-se os segmentos de agenciamento, transportes, hotelaria, alimentos e bebidas, eventos, lazer e recreação, ecoturismo e planejamento turístico (Silveira *et al.*, 2020a, p.85).

#### 2.2.4 Legislações vigentes para o profissional de turismo

Em termos de legislações que permeiam exclusivamente a questão da atuação profissional na área, é importante ressaltar que o reconhecimento da profissão de turismólogo é recente e deu-se somente através da publicação da Lei nº 12.591, de 2012, que tem por objetivo estabelecer as atividades do profissional da área de turismo. De acordo com a lei, cabem dezoito atividades de atuação ao profissional turismólogo, as quais compreendem:

- I - planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo;
- II - coordenar e orientar trabalhos de seleção e classificação de locais e áreas de interesse turístico, visando ao adequado aproveitamento dos recursos naturais e culturais, de acordo com sua natureza geográfica, histórica, artística e cultural, bem como realizar estudos de viabilidade econômica ou técnica;

- III - atuar como responsável técnico em empreendimentos que tenham o turismo e o lazer como seu objetivo social ou estatutário;
- IV - diagnosticar as potencialidades e as deficiências para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação;
- V - formular e implantar prognósticos e proposições para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação;
- VI - criar e implantar roteiros e rotas turísticas;
- VII - desenvolver e comercializar novos produtos turísticos;
- VIII - analisar estudos relativos a levantamentos socioeconômicos e culturais, na área de turismo ou em outras áreas que tenham influência sobre as atividades e serviços de turismo;
- IX - pesquisar, sistematizar, atualizar e divulgar informações sobre a demanda turística;
- X - coordenar, orientar e elaborar planos e projetos de marketing turístico;
- XI - identificar, desenvolver e operacionalizar formas de divulgação dos produtos turísticos existentes;
- XII - formular programas e projetos que viabilizem a permanência de turistas nos centros receptivos;
- XIII - organizar eventos de âmbito público e privado, em diferentes escalas e tipologias;
- XIV - planejar, organizar, controlar, implantar, gerir e operacionalizar empresas turísticas de todas as esferas, em conjunto com outros profissionais afins, como agências de viagens e turismo, transportadoras e terminais turísticos, organizadoras de eventos, serviços de animação, parques temáticos, hotelaria e demais empreendimentos do setor;
- XV - planejar, organizar e aplicar programas de qualidade dos produtos e empreendimentos turísticos, conforme normas estabelecidas pelos órgãos competentes;
- XVI - emitir laudos e pareceres técnicos referentes à capacitação ou não de locais e estabelecimentos voltados ao atendimento do turismo receptivo, conforme normas estabelecidas pelos órgãos competentes;
- XVII - lecionar em estabelecimentos de ensino técnico ou superior;
- XVIII - coordenar e orientar levantamentos, estudos e pesquisas relativamente a instituições, empresas e estabelecimentos privados que atendam ao setor turístico (Brasil, 2012).

Como bem discute Rodrigo Meira Martoni (2012, p.181) apesar de entendida à época como passo importante para o reconhecimento do profissional, a aprovação da Lei nº 12.591 vetou tanto a exigência de formação em curso superior de bacharelado em turismo, quanto a obrigatoriedade da apresentação de documentos por parte de profissionais de turismo atuantes no mercado, porém sem formação em curso superior. Desta maneira, fica evidente a falta de regulamentação da profissão turismólogo pela legislação, dada a desnecessidade da exigência de atuação de “profissionais graduados em instituições de ensino reconhecidas, bem como o respaldo jurídico a profissionais e à sociedade” (Martoni, 2012, p.183).

Além da Lei nº 12.591, a qual continua vigente, atualmente, conforme determinação da Lei Geral do turismo, artigo 21-A, “são considerados profissionais de turismo aqueles ligados à Cadeia Produtiva do turismo (CPT)” (Brasil, 2024). Já a CPT abrange o conjunto de atividades pertencentes ao turismo (Castro *et al.*, 2009,

p.56). As características e composições da CPT serão aprofundadas no capítulo 3.1.1.

### **2.2.5 A multidisciplinaridade do profissional de turismo**

A discussão em torno das amplas frentes de atuação possíveis para um profissional de turismo parece estar ligada à uma ambiguidade intrínseca ao próprio fenômeno do turismo, que é caracterizado por uma multidisciplinaridade natural devido à sua complexidade. Tal situação acaba por formar

um profissional complexo, ora criticado por ser generalista e ora elogiado pela capacidade de adaptação em distintas realidades que essa mesma base de formação oferece. Ainda que cause angústia em muitos egressos que prefeririam ter uma profissão mais tradicionalmente regulamentada, esse perfil acaba, de alguma forma, por ser favorável à atuação do turismólogo em diferentes áreas das sociais aplicadas (Silveira *et al.*, 2020b, p.110).

### 3 MERCADO DE TRABALHO EM TURISMO

O mercado de trabalho em turismo caracteriza-se principalmente por sua ampla diversidade e isto se dá em parte à “quantidade de empreendimentos nas áreas de hospedagem, alimentação, transporte, lazer e entretenimento” (Santos, 2022, p.21). Pode-se complementar a afirmação com o fato de que as “entidades de classe e os órgãos oficiais que planejam, financiam e regulam a atividade turística” também podem ser provedores de postos de trabalho (Silva *et al.*, 2018). Em suma, todas essas organizações compõem um diverso mercado de trabalho no turismo.

#### 3.1 CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS EM TURISMO

O turismo não pode ser compreendido como uma atividade econômica única e facilmente delimitável, deve-se levar em conta o seu caráter amplo e complexo (Castro *et al.*, 2009, p.55).

##### 3.1.1 - Sistemas de turismo e cadeia produtiva do turismo

A teoria dos Sistemas consiste, resumidamente, no pensamento sistêmico, proposto pelo filósofo Christian Von Ehrenfels de que “o todo é mais do que a soma das partes”, o que, décadas mais tarde, culminou na Teoria Geral dos Sistemas, do biólogo Ludwig Von Bertalanffy, a qual abrange todas as áreas do conhecimento (Gomes *et al.*, 2014).

Durante décadas, tentou-se aplicar uma análise ao turismo utilizando-se a teoria de sistemas, inicialmente com Cuervo em 1967, seguido de Leiper, em 1979 e de diversos outros ao longo das décadas e, a nível nacional, o de Mário Beni (Lohmann e Netto, 2008, p.26-34). O Sistema Turístico de Cuervo, por sua vez, seria um grande conjunto, compostos de diversos subconjuntos, que seriam divididos em mais subconjuntos, e assim por diante (Lohmann e Panosso Netto, 2008, p.30-31). Assim, considerando como exemplo o conjunto dos transportes, que engloba os meios de locomoção ferroviários, aéreos, marítimos têm-se:

Quadro 6: Sistema Turístico de Cuervo

**Exemplo: Conjunto transportes (C1)**

Sendo  $C_1$  = os transportes

$C_1 = [A_1, A_2, A_3, \dots A_n]$

$A_1$  = os transportes aéreos nacionais

$A_2$  = os transportes aéreos internacionais

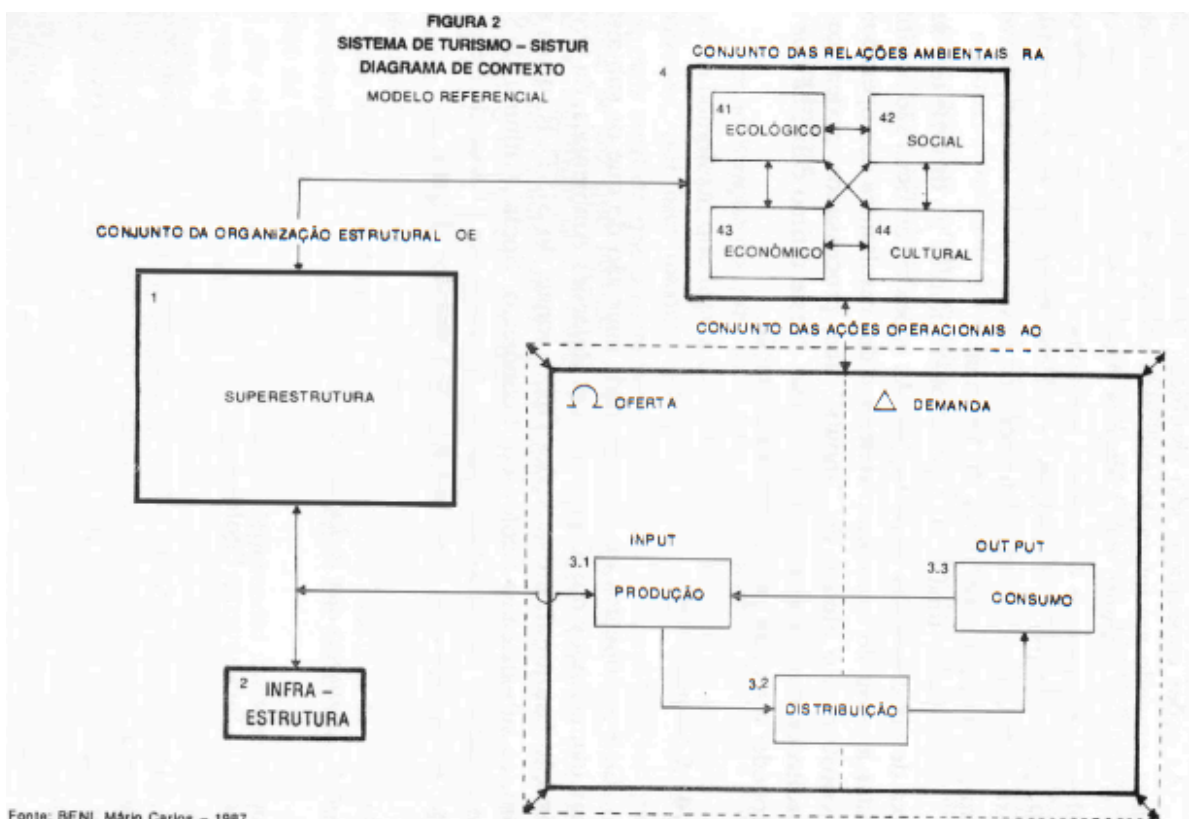
$A_3$  = os transportes de ônibus nacionais

$A_4$  = outros tipos de transportes

Fonte: adaptado de Cuervo, 1967 *apud* Lohmann e Panosso Netto, 2008, p.30-31.

Anos mais tarde, Mário Beni cria o Sistema de turismo - Sistur, o primeiro desenvolvido por um turismólogo brasileiro, que, resumidamente, é um conjunto subsistemas de relações ambientais, organizações estruturais e ações operacionais que explicam o fenômeno do turismo (Beni, 1990, p.25). De acordo com o autor:

Figura 1: Sistema de turismo de Mario Beni



Fonte: Beni, 1990, p. 25.

Neste modelo, o conjunto das Relações Ambientais apresenta quatro subsistemas que, apesar de serem maiores que o todo, se individualmente analisados, mostram a influência que meio ambiente, sociedade, cultura e economia exercem sob o turismo e vice-e-versa, ou seja, sofrendo influência do meio, mas também influenciando-os; O conjunto da Organização Estrutural é composto por Superestrutura (as organizações que pensam o desenvolvimento do turismo) e Infraestrutura (condições de acessibilidade à área de destinação turística e dos serviços); por fim, o conjunto Ações Operacionais representa o sub-sistema do mercado, compreendendo oferta e demanda, e os processos de produção, distribuição e consumo (Beni, 1990, p.29-33; Lohmann e Netto, 2008, p.50-53).

Apesar da existência de vários modelos sistêmicos desenvolvidos ao longos dos anos, resumidamente, um

sistema turístico é composto por uma ampla especificidade de empresas, que se completam para produzir o produto turístico final. Essas empresas formam a cadeia produtiva do turismo, que faz uso de sistemas produtivos distintos, mas que representam partes de um todo maior. A integração da cadeia produtiva do turismo passa a ser vista não apenas pela dependência entre as partes, mas pela visão sistêmica de que o todo é maior que a soma das partes (Castro *et al.*, 2009, p.55-56).

A cadeia produtiva do turismo é, portanto, como antecipado, a própria atividade do turismo tomada em seu conjunto (Castro *et al.*, 2009, p.56). A terminologia é frequentemente adotada nas legislações e programas de turismo presentes no Brasil, sendo utilizada consistentemente pelo Ministério do turismo em documentos oficiais e legislações desde, ao menos, a década de 2000.

### **3.1.2 Atividades Características de turismo (ACT)**

As Atividades Características do turismo (ACT), são as atividades que envolvem a produção de bens e serviços diretamente consumidos pelos turistas, segundo a definição do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). De acordo com a nomenclatura da Organização Mundial do turismo (OMT), esse seria o "emprego nas indústrias do turismo" ou "emprego nas ACT" (Ipea, s/d). Além deste órgão, o Ministério do Trabalho (PDET) e a Embratur também utilizam a classificação para definir os segmentos do mercado de trabalho em turismo. Desse modo, as atividades que compõe as ACT são:

- Alojamento: Inclui hotéis, apart-hotéis, motéis, albergues, exceto assistenciais, campings, pensões e outros alojamentos não especificados anteriormente;
- Alimentação: Restaurantes e similares; Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares; Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, sem entretenimento, Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento; Serviços ambulantes de alimentação; Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas; Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê; Cantinas - serviços de alimentação privativos; Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar;
- Transporte: Envolve todos os meios de transporte utilizados pelos turistas, como transporte aéreo, rodoviário, ferroviário e marítimo
- Agências de Viagens: Agências de viagens; Operadores turísticos e Serviços de reservas e outros serviços de turismo;
- Cultura e Lazer: Inclui atividades culturais, como museus, teatros, festivais, e serviços de recreação e entretenimento que atraem turistas;
- Aluguel de transporte: Serviços de locação de automóveis e outros veículos para uso temporário por turistas.
- Outras atividades: Terminais rodoviários e ferroviários; Estacionamento de veículos; Serviços de apoio ao transporte por táxi, inclusive centrais de chamada; Serviços de reboque de veículos (Embratur, 2024).

A classificação adotada segue uma das metodologias propostas pela OMT para o cálculo dos empregos no setor de turismo e integra os dados do Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor turismo (SIMT), que contabiliza os empregos relacionados ao turismo “considerando a totalidade das ocupações nas ACT, independentemente de estarem relacionadas ao consumo de turistas ou não”, o que pode gerar “resultados superdimensionados”, pois essa forma de cálculo, ao contemplar as ACT como um todo para driblar a falta de dados específicos sobre o consumo exclusivo de turistas, pode inflar os números relacionados ao emprego no setor (Ipea, s/d).

### 3.2 O MERCADO DE TRABALHO EM TURISMO: LEGISLAÇÕES VIGENTES NO SETOR

Em termos de legislação, o setor de turismo norteia-se pela Lei Geral do turismo (LGT) nº 11.771, instituída em 2008, após 31 anos sem alteração da Lei nº 6505, até então vigente. A LGT 2008, recentemente atualizada em 2024, sob a Lei nº 14.978, estabelece normas sobre a Política Nacional de turismo (PNT), definindo as atribuições do Governo Federal quanto ao planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, além de disciplinar a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a qualificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos

(Brasil, 2008; Brasil, 2024). A Lei atualizada de 2024 instituiu, segundo descrição do artigo 21, que são considerados prestadores de serviços turísticos

as sociedades empresárias, as sociedades simples, os empresários individuais, os microempreendedores individuais, as sociedades limitadas unipessoais, os serviços sociais autônomos e as associações privadas de turismo que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo:

- I - meios de hospedagem;
- II - agências de turismo;
- III - transportadoras turísticas;
- IV - organizadoras de eventos
- V - parques temáticos, parques aquáticos, parques de diversões, atrações e empreendimentos turísticos dotados de equipamentos de entretenimento e lazer;
- VI - acampamentos turísticos (Brasil, 2024).

Observa-se, em relação à Lei publicada em 2008, a adição de microempreendedores individuais (MEIs), sociedades limitadas unipessoais e associações privadas como componentes prestadores de serviços, e em termos de atividades, no item “V”, somente parques temáticos estavam previstos na Lei de 2008 (Brasil, 2008; Brasil, 2024).

Já os prestadores de serviços turísticos aptos a cadastrar-se no Ministério do turismo não precisam mais constituir-se em sociedade empresária, diferentemente do que era previsto na Lei anterior, e são estes:

- I - restaurantes, cafeterias, bares e similares;
- II - centros ou locais destinados a convenções e/ou a feiras e a exposições e similares;
- III - parques naturais, parques urbanos e espaços destinados ao bem-estar animal que tenham visitação pública;
- IV - marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva;
- V - casas de espetáculos e equipamentos de animação turística;
- VI - organizadores, promotores e prestadores de serviços de infraestrutura e de locação de equipamentos, fornecedores de produtos e serviços relacionados com o turismo e montadoras de feiras de negócios, exposições e eventos;
- VII - locadoras de veículos para turistas;
- VIII - prestadores de serviços especializados na realização e promoção das diversas modalidades dos segmentos turísticos, inclusive atrações turísticas e empresas de planejamento, bem como a prática de suas atividades (Brasil, 2024).

Assim, parques urbanos, espaços destinados ao bem-estar animal que tenham visitação pública e fornecedores de produtos e serviços foram adicionados à lista de prestadores de serviços turísticos na revisão de 2024 (Brasil, 2008; Brasil, 2024).

Vale ressaltar que a revisão da LGT ainda prevê a possibilidade de que estas relações de atividades listadas acima possam ainda ser ampliadas, englobando novas hipóteses de cadastramento, desde que seja de interesse turístico e estabelecidas por meio de regulamento editado pelo Ministro de Estado do turismo (Brasil, 2008; Brasil, 2024).

Por fim, nota-se uma tentativa de atribuir um pouco mais de ênfase ao profissional de turismo, que praticamente não era mencionado na Lei de 2008, época, inclusive, anterior ao reconhecimento da profissão de turismólogo. Sendo assim, na LGT de 2024, foram incluídos diversos adendos à Lei original, dos quais destacam-se a promoção da qualificação de profissionais e prestadores de serviços turísticos, bem como o incentivo à ações de formação, qualificação, aperfeiçoamento profissional e, por fim, o reconhecimento dos profissionais de turismo como àqueles ligados à cadeia produtiva do turismo, conforme mencionado anteriormente e em conformidade com a Lei nº 12.591, previamente mencionada no capítulo 2.2.4 (Brasil, 2024).

### 3.3 O IMPACTO DAS REFORMAS TRABALHISTAS

Quanto às legislações que permeiam o trabalho, há grande crítica às Reformas Trabalhistas instauradas em 2017, através das Leis nº 13.429 (Brasil, 2017a) e nº 13.467 (Brasil, 2017b): frequentemente chamadas de “leis da pejetização”, em alusão à “Pessoa Jurídica”, autorizam a “prestação de serviços a terceiros”, permitindo que uma empresa transfira qualquer atividade, inclusive a principal, que exerce, para uma outra empresa prestadora de serviços, que por sua vez é responsável por contratar, remunerar e dirigir seus trabalhadores ou subcontratar outras empresas (Brasil, 2017b). Não há vínculo empregatício entre os trabalhadores terceirizados e a empresa contratante.

O objetivo da Lei da Pejetização é, portanto, “alterar a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) [...] a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho” (Brasil, 2017b). Assim, as Leis de Reforma Trabalhista ampliam e incentivam a terceirização, contratando um

trabalhador subordinado como sócio ou titular de pessoa jurídica, visando mascarar vínculo empregatício por meio da formalização contratual autônoma, em fraude à relação de emprego. Daí se origina o neologismo “pejetização”, no sentido de transformar artificialmente um empregado em pessoa jurídica. [As Leis 13.429 e 13.467 oferecem] argumento jurídico

facilitador da “pejotização”, ao afastar vínculo empregatício entre os sócios das empresas prestadoras de serviços e a empresa contratante (Vieira e Porto, 2019, p. 53-54).

Para o setor de turismo, a somatória das reformas trabalhistas e início do período pandêmico “revelaram a precarização significativa do trabalho por meio dos contratos intermitentes e temporários no período, e essa modalidade de contrato não foi capaz de garantir os postos de trabalho, tal como se colocou discursivamente pelos defensores da reforma trabalhista” (Moraes *et al.*, 2022).

A seguir, aprofunda-se a respeito do impacto da pandemia no mercado de trabalho em turismo, bem como os novos paradigmas expostos a partir da experiência pandêmica.

### 3.4 O MERCADO DE TRABALHO E O PROFISSIONAL DE TURISMO SOB A ÓTICA DO PERÍODO PANDÊMICO E DO PÓS-PANDEMIA

Como bem coloca Silveira *et al* (2020b, p.115), “o turismo sofre impacto dos acontecimentos da sociedade, pois é fruto dela, ao mesmo tempo que evolui simbioticamente com as tendências, sejam positivas ou negativas”.

#### **3.4.1 As mudanças promovidas pelo estabelecimento de novos modelos de trabalho e produção.**

No caso da pandemia de COVID, em um primeiro momento, sobretudo durante o ápice do evento, o trabalho de Cañada (2021, p.9) traçou tendências pessimistas e até mesmo “sombrias”, nas palavras do autor, para o futuro do mercado de trabalho em turismo: Cañada destacou grande preocupação com cidades de características “fordistas”, ou seja, caracterizadas por serem altamente ou unicamente economicamente dependentes do turismo, e também previu um ciclo vicioso de precarização do mercado de trabalho no setor de turismo, em que o acirramento da competição por vagas de emprego seria associado à redução de custos trabalhistas por parte de empresas, as quais estavam sofrendo com a falta de clientes, o que culminaria na redução dos direitos trabalhistas, fragilização de pequenas e médias empresas, crescimento das empresas-plataforma e robotização, principalmente nos setores de atendimento ao consumidor (Cañada, 2021, p.11).

Seguindo linha parecida, Cardoso e Oliveira (2020), em um estudo acerca do impacto das empresas-plataformas e da consolidação da e-economia no mercado de trabalho de turismo, ressaltam que as mudanças iminentes na forma de trabalhar, não se limitam somente ao setor do turismo e não são consequência

unicamente [do] advento da Internet, mas, sim [...] de um amplo e novo modelo de produção [...] marcado por forte robotização e automatização: máquinas com capacidade de “aprender”, robôs, impressoras 3D, inteligência artificial, etc. Inovações que abrangem todos os setores da economia, como: comércio, distribuição, banco, turismo, serviço público, atendimento, ensino, saúde e escritórios (Cardoso e Oliveira, 2020, p.6).

Estas novas empresas, ao passo que posicionam-se como empresas intermediadoras, afastam-se do estabelecimento de vínculo empregatício, transferindo, assim, “os riscos, as inseguranças e as responsabilidades para os trabalhadores” e, considerando a vasta atuação e segmentação do turismo, o mercado de trabalho neste setor sofreu “com a entrada de todos os tipos de plataformas digitais de intermediação, compartilhamento e de trabalho por demanda” (Cardoso e Oliveira, 2020, p.14). Neste cenário, a pergunta, que as autoras procuram responder, é, portanto: como a e-economia tem se apropriado do setor de turismo? Pontuando os principais itens, destaca-se que as empresas-plataforma tem, principalmente, o poder de restringir a atuação de empresas de setores já consolidados, por criarem uma ponte direta entre o consumidor e o provedor do serviço, seja na intermediação ao comprar um pacote turístico, ao reservar um quarto em um Airbnb e no trabalho sob-demanda, o que ocasionaria, na visão das autoras, uma tendência de piora do trabalho em turismo, ao passo que os postos de trabalho, já considerados historicamente problemáticos, tendem a ser substituídos “por temporários, precários e intermitentes”, acentuando as “desigualdades, a segregação socioespacial e a insegurança nos destinos turísticos [...]” já que muitas empresas apropriam-se de “legislações frágeis e se aproveitam do desemprego, debilitando o mercado de trabalho com o discurso de compartilhamento e cooperação”, cuja solução passaria por uma regulamentação que exija das empresas-plataforma “a contribuição com impostos, infraestrutura, serviços sociais e ambientais no país em que estão inseridas” Cardoso e Oliveira (2020, p.15)

No contexto brasileiro, a pesquisa de Moraes *et al.* (2022), cujo objetivo foi analisar a dinâmica do emprego nas Atividades Características do turismo (ACT) em âmbito nacional durante o período de 2020 a 2021, aponta que a precarização do

trabalho no setor turístico foi acentuada com a pandemia de Covid-19, embora esse processo já viesse sendo observado desde 2017, após as reformas trabalhistas. O estudo evidencia que o trabalho no turismo é historicamente marcado por vínculos frágeis, frequentemente associados à informalidade e à predominância de contratos temporários e intermitentes, formas entendidas como expressões da desregulamentação das relações de trabalho. Com o início do evento pandêmico, observou-se uma queda significativa no número de empregos, seguida por uma retomada desigual dos setores, ainda que existam lacunas a respeito do panorama do trabalho informal. A pesquisa também revela que as mulheres foram as mais afetadas por esses contratos precários, o que reforça a desigualdade de gênero no mercado de trabalho (Moraes *et al.*, 2022)

Durante o ano de 2020, os setores de Hotelaria e Alimentos e Bebidas (A&B) foram os maiores responsáveis por demissões no turismo, enquanto o setor de agenciamento foi o que menos demitiu, dado que possui duas principais vantagens: a capacidade da adoção do *work from home* durante os momentos mais críticos de isolamento social na pandemia e a prévia e constante incorporação de tecnologias digitais aos procedimentos diários do setor (Rbot/Obstur-PR, 2020 *apud* Silveira *et al.*, 2020b, p.116-117). Este novo modelo econômico, portanto, alterou a “própria força de trabalho em si”, através do

surgimento de novos modelos de negócios associados ao ambiente digital [fato que] já não mais configura inovação, uma vez que fazem parte do cenário atual. Porém, o impacto da tecnologia sob [sic] a atividade turística continua sendo uma forte tendência de mercado, ao considerar o que ainda está por vir. Ou seja, como a tecnologia seguirá sendo responsável por transformações futuras no turismo (Silveira *et al.*, 2020b, p.121).

As mudanças observadas no cenário pós-pandemia por si só apontam para uma tendência de precarização do trabalho em turismo em diversas frentes, não somente devido ao impacto isolado da pandemia, mas também pelas mudanças sócioeconômicas promovidas pelo estabelecimento de novos modelos de trabalho e produção.

### **3.4.2 Habilidades interpessoais do profissional de turismo**

Surpreendentemente, “o veloz processo de desenvolvimento tecnológico tem acentuado a necessidade de valores humanos no trabalho” e a constante “automação e substituição pelas máquinas [...] tem exigido profissionais com

habilidades e capacidades cada vez mais sociais” (Silveira *et al.*, 2020b, p.124-125).

Assim,

o desenvolvimento de habilidades e competências tem sido cada vez mais levado em consideração nos processos seletivos das empresas nesta nova configuração de mercado. Isso significa que os profissionais precisam de uma alta adaptabilidade e capacidade de buscar novos conhecimentos que lhes permitam desenvolver habilidades compatíveis com as funções exigidas por esse mercado em mutação (Bittencourt; Castro, 2017 *apud* Silveira *et al.*, 2020, p.122).

Vale notar, que a valorização e o desejo pelo conhecimento e desenvolvimento de habilidades interpessoais por profissionais do turismo frente às “novas” imposições do mercado de trabalho não é algo inédito e já havia sido mencionado em publicações acadêmicas brasileiras há algum tempo, ainda que, comumente, orientadas e direcionadas a minorias representativas (Lemos, 2001, p.96-98 e 103).

Observando a literatura estrangeira, Miriam Firth (2020, p.131 - tradução nossa) associa o conjunto de habilidades e competências interpessoais às chamadas “*soft skills*” a fim de garantir o estabelecimento de relacionamentos profissionais eficazes. As *soft skills*, nesse contexto, são uma série de competências de comunicação verbal e não-verbal, comportamentos emocionais, atitudes e empatias de um profissional (Burns, 1997 *apud* Firth, 2020, p.132 - tradução nossa).

### 3.4.3 Formação acadêmica em turismo no contexto pós-pandêmico

Quanto à formação acadêmica em turismo, Silveira *et al.* (2020b, p.117) pressupõe uma tendência de queda na demanda pela formação em turismo, pois as Universidades possuem “características educacionais mais rígidas que o apropriado nos tempos atuais”, citando como exemplo o gargalo na questão da incorporação de novas tecnologias e ferramentas de análise e previsão de dados ao ambiente acadêmico. Ainda segundo os autores,

a tecnologia transformou o turismo de forma profunda e estrutural, tanto no que tange à oferta do produto turístico como seu consumo: tanto a formação ética quanto a humanista poderiam ter um maior protagonismo nas mudanças para longe da normose e no sentido de um novo normal. [...] Há muito que se pode incluir na formação profissional e humanística de quem opte por estudar turismo ou dedicar-se a áreas que o incluam (Silveira *et al.*, 2020, p.120 e 126).

Ao situar a análise dos autores no contexto da Universidade de São Paulo e do curso de turismo da ECA/USP, observa-se que uma diminuição da demanda no

ingresso de novos alunos pode realmente estar ocorrendo: através da avaliação dos dados de inscritos nos vestibulares da FUVEST, o principal meio para ingresso na Universidade de São Paulo, tem-se uma queda de quase 43% no número de inscritos na série histórica 2019-2025, ao passo que, em relação à USP como um todo, o índice de queda foi de cerca de 18% no mesmo período. A relação candidato/vaga caiu quase pela metade entre 2019 (6,86) e 2025 (3,95):

Quadro 7: Relação candidato/vaga: comparação do curso de turismo da ECA/USP com os outros cursos da USP na série histórica 2019-2025

ano da fuvest	turismo - ECA/USP			Todos os cursos - USP		
	vagas	quantidade de inscritos	relação candidato/vaga	vagas	quantidade de inscritos)	relação candidato/vaga
2019	21	144	6,86	6132	85417	13,93
2020	21	155 (+7,64%)	7,38	8317	117019 (+37%)	14,07
2021	21	115 (-25,81%)	5,48	8242	120462 (+2,94%)	14,62
2022	21	94 (-18,26%)	4,48	8211	101026 (-16,14%)	12,30
2023	21	98 (+4,26%)	4,67	8230	104042 (+2,99%)	12,64
2024	21	101 (+3,06%)	4,81	8147	99573 (-4,30%)	12,22
2025	21	83 (-17,82%)	3,95	8147	96117 (-3,47%)	11,80

Fonte: Elaborado a partir de FUVEST 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025

### 3.5 EMPREGABILIDADE EM TURISMO

O item a seguir trata da distribuição dos profissionais de turismo no mercado de trabalho nacional apontando resultados obtidos em diferentes levantamentos, realizados ao longo das três últimas décadas.

#### 3.5.1 Síntese do Perfil do Bacharel em turismo cadastrado na EMBRATUR, de 1999

Em 1999, foi realizado um dos mais amplos estudos sobre a atuação dos bacharéis em turismo no Brasil, por meio da criação do Cadastro dos Bacharéis em turismo, idealizado pelo EMBRATUR em parceria com a ABBTUR e a EBCT, com o objetivo de traçar o perfil de 1161 profissionais da área, considerando aspectos como gênero, faixa etária, localização, formação acadêmica e área de atuação, entre outros (Matias, 2002, p.49-50). A pesquisa constatou que 76,3% dos pesquisados se identificava como do sexo feminino, apresentando faixas etárias majoritárias entre 26 a 40 anos (60%), falava outros idiomas (75,9%), entre outros aspectos (Matias, 2002, p.51). A pesquisa também realizou um *ranking* à época que tratou de enumerar as áreas de atuação dos turismólogos (Matias, 2002, p.70):

Quadro 8: *Ranking* das áreas de atuação do bacharel em turismo empregado

<b>Área de atuação</b>	<b>Colocação</b>	<b>Quantidade</b>
Educação	1º	172
Agenciamento	2º	141
Órgão Público de turismo	3º	124
Órgão Público	4º	98
Hotelaria	5º	39
Consultoria	6º	28
Transporte Aéreo	7º	14
Eventos/Representação	8º	11
Alimentos e Bebidas	9º	4
Lazer e Entretenimento/ Entidade de turismo	10º	2
Outros...	-	159
Não informada ou sem emprego	-	369

Fonte: Embratur, 1999 *apud* Matias, 2002, p.70)

Nota-se o predomínio da docência, agenciamento e órgãos públicos como as maiores áreas de atuação dos bacharéis de turismo pesquisados à época, o que vai ao encontro das pesquisas bibliográficas acerca do histórico dos cursos de turismo

que destacam a década de 1990 como o ápice da quantidade de cursos de turismo no país. O destaque da docência, porém, também é notado em outras pesquisas mais recentes, que abordam a década de 2010, conforme relatado a seguir.

### **3.5.2 Acompanhamento de Turismólogos Brasileiros no Mercado de Trabalho, de acordo com pesquisas acadêmicas**

Em 2018, o estudo intitulado “Inserção dos Turismólogos Brasileiros no Mercado de Trabalho” tratou do tema da inserção dos turismólogos no mercado de trabalho brasileiro e realizou uma *survey on-line* que contou com a resposta de 322 turismólogos de diversas faixas etárias, níveis de escolaridade e regiões do país (Silva *et al.*, 2018, p. 506). Os resultados obtidos pelos pesquisadores revelaram predomínio do gênero feminino (72%), com idade entre 20 e 30 anos (61%), nível escolar de graduação (46,15%), domínio do inglês (86,50%), atuação fora do turismo (18,6%), na docência (18,6%) e agenciamento de viagens (11,2%), e recebem uma remuneração mensal de um a três salários mínimos (36,8%), embora 26,3% dos pesquisados não tenham respondido quanto à questão salarial (Silva *et al.*, 2018, p.514-518). O estudo ainda informa que “os pesquisados qualificam o curso superior de turismo como importante ou muito importante para a prática profissional e se consideram satisfeitos ou pouco satisfeitos com sua atuação no mercado de trabalho” (Silva, *et al.*, 2018, p.506).

Em 2020, no auge pandemia de COVID-19, outra pesquisa é publicada com o título “O mercado de trabalho dos egressos de cursos superiores em turismo: comparações dos dados de 2012 - 2018”, trazendo uma interessante série histórica de pesquisa para efeito de comparação de dados (Silveira, 2020a, p.83).” A amostra de 2018 contém 1360 respondentes e a de 2012, 1380 participantes (Silveira *et al.*, 2020a, p.86). A pesquisa, surpreendentemente, traz resultados bastante semelhantes ao estudo anteriormente citado neste subcapítulo, embora não pareça haver nenhuma relação entre os autores: corrobora-se a forte presença da docência nos *rankings* de área de atuação profissional, inclusive mostrando um aumento de cerca de 6% entre 2012 (12%) e 2018 (18%) e o setor de agenciamento em segundo lugar, (12% em 2012 e 14% em 2018), enquanto os profissionais que não atuam em turismo são cerca de 19% em ambos os anos, revelando uma discreta queda do índice em 2018 (Silveira *et al.*, 2020a, p.88). Quanto à renda mensal,

os dados de 2018 mostram uma diminuição na quantidade de respondentes que se enquadram nas faixas 1 a 6 de remuneração (até R\$ 3.540,00 em valores de 2018) [...], aumento na faixa 7 (de R\$ 3.451,00 a R\$ 4.248,00), bem como, aumento discreto nas faixas 9 a 17, com destaque para a faixa 14 (de R\$ 9.913,00 a R\$ 11.328,00), o que é indicativo de uma inclinação para salários mais altos, no levantamento mais recente. [...] No âmbito geral dos rendimentos mensais dos respondentes houve aproximação da média salarial feminina, quando comparada à masculina (Silveira *et al.*, 2020a, p.89).”

Apesar de utilizarem classificações diferentes para tratar do assunto salário em relação à primeira pesquisa, de Luana Alexandre Silva *et al.*, os resultados obtidos também se assemelham.

### 3.5.3 Dados de 2025 do Painel Perfil do Emprego em turismo

Por fim, em termos de dados atualizados, a ferramenta “Painel Perfil do Emprego no turismo” utiliza-se da coleta do Ministério do Trabalho (PDET) e apresenta-os no site da Embratur, através de um painel interativo criado em *Microsoft Power BI*. Esses dados utilizam as ACT como classificação dos segmentos do mercado de trabalho em turismo:

Quadro 9: Saldo das atividades características do turismo (ACT) em 2025

<b>ACT</b>	<b>Janeiro</b>	<b>Fevereiro</b>	<b>Março</b>	<b>Abril</b>	<b>Total</b>
Agências	138	1623	-1091	-23	647
Alimentação	-8513	24104	-7442	13873	20022
Alojamento	-1313	3229	-1313	1579	2182
Aluguel de transporte	-118	775	586	645	1888
Auxiliares de transporte	369	2157	423	1230	4179
Cultura e lazer	4292	4832	640	4384	14148
Transporte Aéreo	40	-80	176	-441	-305
Transporte Aquaviário	22	-515	75	45	-417
Transporte Terrestre	-1179	6918	2664	3091	11494
<b>Total</b>	<b>-6306</b>	<b>43043</b>	<b>-5282</b>	<b>24383</b>	<b>55838</b>

Fonte: Embratur, 2025

Os dados mostram que o setor de alimentos é o que mais contrata, mas também o que mais demite, ainda que seja observado um saldo positivo ao fim do período consultado. Destaque para os setores de “Cultura e lazer” e “Transporte Terrestre” como responsáveis por altos índices de contratação e nenhuma demissão, o que também culmina em um saldo total positivo. Nota-se, também, que janeiro e março são meses com saldo negativo de empregos, dado pelos altos índices de demissão dos setores de agências, hotelaria e alimentação.

Vale ressaltar, conforme já exposto, que estes números apresentados podem estar inflados, pois a forma de cálculo utilizada para elaboração desta tabela contempla as ACT como um todo, ou seja, “considerando a totalidade das ocupações nas ACT, independentemente de estarem relacionadas ao consumo de turistas” (Ipea, s/d).

## 4 EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP E SUAS EXPERIÊNCIAS NO MERCADO DE TRABALHO

Embora “haja muito debate acerca da formação em turismo, incluindo grupos de trabalho em muitos eventos, há, do outro lado, pouca informação acerca da empregabilidade dos egressos desses cursos”, fenômeno que pode ser atribuído, ainda ao histórico

distanciamento entre os interesses dos formadores e dos contratantes [...] sendo os primeiros mais voltados à construção acadêmica e humanística dos graduandos e os últimos com foco em profissionais com habilidades adquiridas de forma adequada durante seu período de formação (Silveira et al., 2020a, p.83).

### 4.1 DISTRIBUIÇÃO DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP NO MERCADO DE TRABALHO EM GERAL

A obtenção da “Lista de formados em turismo 2020-2024” e a posterior criação de uma base de dados dos egressos de turismo da ECA/USP permite compreender a situação da distribuição e da colocação profissional dos ex-alunos quanto ao segmento de atuação e cargo ocupado. Assim, pode-se verificar, quais os segmentos do turismo mais empregam os egressos e também, embora não seja o intuito da pesquisa, descobrir qual o percentual de evasão na área de turismo e quais as áreas mais desejadas pelos profissionais que não atuam na área.

Conforme mencionado anteriormente, 95 alunos compõem a listagem de egressos disponibilizada pela USP, sendo que 1 ingressou em 2007, 1 em 2011, 1 em 2013, 3 em 2014, 17 em 2015, 17 em 2016, 11 em 2017, 18 em 2018, 7 em 2019, 14 em 2020 e 5 em 2021, portanto, compreendendo o período ideal de 8 semestres, conforme previsto na grade curricular do curso (Universidade de São Paulo, 2025). Geralmente, trinta alunos ingressam por ano. 18 se formaram em 2020, 16 em 2021, 15 em 2022, 18 em 2023, 28 em 2024, sendo este último, respectivamente, o ano com maior quantidade de formados.

O quadro abaixo apresenta a distribuição dos egressos pesquisados no mercado de trabalho, de acordo com informações disponibilizadas na rede social *LinkedIn*:

Quadro 10: Distribuição dos egressos de turismo da ECA/USP

<b>Classificação</b>	<b>Qtde. de Alunos</b>
<b>Atuam no turismo</b> Atuando em uma empresa de algum segmento turístico. Esses são os egressos aptos às entrevistas	48
<b>Não atuam no turismo</b> Não está atuando em uma empresa de algum segmento turístico	22
<b>LinkedIn não encontrado</b> Perfil não encontrado	9
<b>LinkedIn desatualizado</b> Perfil encontrado, mas informações sobre emprego não estão atualizadas	13
<b>LinkedIn vazio</b> Perfil encontrado, mas não há nenhuma informação sobre algum emprego	3
<b>Total</b>	<b>95</b>

Fonte: Resultado das pesquisas

A pesquisa resultante do levantamento via LinkedIn revela que dos 95 egressos, 48 atuam diretamente no turismo e 22 atuam em outras áreas. No entanto, o paradeiro dos outros 25 ex-alunos restantes mostra-se incerto, pois a página da rede social caracteriza-se por informações desconhecidas, incompletas ou desatualizadas, o que permite especulações a respeito do posicionamento profissional: alguns dos egressos que não possuem atualizações recentes quanto ao emprego podem, na verdade, estarem desempregados. De todo modo, somente uma pesquisa individual que se dedicasse a contatar todos os egressos individualmente, poderia obter informações mais relevantes e precisas quanto a empregabilidade dos ex-alunos.

Apesar de algumas incertezas, pode-se especular que a evasão da área profissional dos egressos de turismo é de pelo menos 23,15%, já que 22 dos 95 alunos com certeza não estavam atuando no turismo. O percentual pode ser ainda maior, no entanto, considerando a falta de informações eminentes.

Já em termos de distribuição por área de atuação, levou-se em conta o ramo de atuação da empresa contratante para classificar o segmento de atuação

profissional do egresso. Assim, têm-se, com a classificação de Marília Ansarah (2002, p.42-43) utilizada como referencial teórico, a seguinte distribuição:

Quadro 11: Distribuição dos egressos de turismo da ECA/USP que trabalham em algum segmento turístico

<b>Segmento de atuação</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>
<b>Agenciamento</b>	24
<b>Consultoria</b>	4
<b>Eventos</b>	6
<b>Hospedagem</b>	6
<b>Lazer</b>	2
<b>Marketing</b>	1
<b>Órgãos oficiais</b>	1
<b>Museus (outros ramos do conhecimento...)</b>	2
<b>Publicações oficiais</b>	1
<b>Transportes</b>	1
<b>Total</b>	48

Fonte: Resultado das pesquisas

Levando em conta as pesquisas apresentadas por outros autores, no subcapítulo de “Empregabilidade em turismo”, é notável a discrepância quanto às áreas de atuação em relação ao levantamento realizado com os egressos da ECA/USP: no levantamento com egressos da ECA/USP, o setor que mais emprega, agenciamento, é responsável por exatos 50% das vagas ocupadas, enquanto eventos e hospedagem aparecem empatados em segundo lugar, com 12,5% cada. Isso possivelmente se dá pela redução do tamanho da amostra pesquisada, somada aos recortes de localização e período de conclusão do curso, já que as pesquisas citadas anteriormente possuem abrangência nacional e incluem profissionais de turismo formados há décadas. Ainda assim, a docência, frequentemente apontada como o setor que mais emprega, não figura nenhuma vaga entre os egressos da

ECA/USP. Vale notar, também, que não houve qualquer limitação geográfica à pesquisa com os egressos ecanos.

#### 4.2 PERFIL DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP ENTREVISTADOS

Após o envio do email aos egressos aptos a serem entrevistados, ou seja, que atuavam em alguma área do turismo durante o levantamento, foram escolhidos seis participantes, conforme disponibilidade e segmento de atuação, dentre os dezesseis respondentes, lembrando que a amostra continha 48 ex-alunos. Cada entrevista durou, em média, 40 minutos e seus respectivos conteúdos foram compilados em um só vídeo, conforme comentado na seção materiais e métodos. Os egressos entrevistados estão ordenados alfabeticamente a seguir:

Quadro 12: Egressos participantes das entrevistas

<b>Nome do Egresso</b>	<b>Ano de Ingresso na ECA/USP</b>	<b>Período de Formação na ECA/USP</b>	<b>Segmento de atuação (em maio de 2025)</b>	<b>Data da entrevista</b>
<b>Barbara Marie</b>	2016	1º sem./2020	Consultoria	03/10/2025
<b>Carolina</b>	2018	1º sem./2024	Agenciamento	22/09/2025
<b>Daniel</b>	2017	2º sem./2022	Agenciamento	23/09/2025
<b>Gustavo</b>	2016	2º sem./2021	Hospedagem	29/09/2025
<b>Maria Augusta</b>	2021	2º sem./2024	Hospedagem	28/09/2025
<b>Mateus</b>	2020	2º sem./2024	Agenciamento	01/10/2025

Fonte: Elaboração própria

Os egressos selecionados possuem entre quatro e sete anos de tempo de curso, ingressaram entre 2016 e 2021 e representam os 3 segmentos de atuação com maiores frequências de aparição na pesquisa realizada via LinkedIn.

Na sequência, são apresentadas as temáticas e os conteúdos abordados nas entrevistas realizadas.

### 4.3 TEMAS E CONTEÚDOS ABORDADOS NAS ENTREVISTAS

As entrevistas possuem sete principais tópicos abordados, respectivamente:

Quadro 13: Temas das entrevistas

<b>Tema abordado</b>	<b>Conteúdo analisado</b>
<b>Influência da graduação na trajetória profissional</b>	Qual a importância e o impacto da formação acadêmica na ECA/USP quanto à compreensão do mercado e do fenômeno do turismo?
<b>Papel do estágio na formação profissional</b>	O estágio, previsto nas Diretrizes Curriculares Nacionais, foi importante na construção e/ou consolidação da carreira profissional dos egressos?
<b>Desafios na transição da graduação para o mercado de trabalho</b>	O conteúdo ofertado pelo curso, previsto nas Diretrizes Curriculares Nacionais, é suficiente para atuar no mercado de trabalho? Há alinhamento?
<b>Pandemia e mercado de trabalho</b>	Quais os impactos da pandemia de COVID-19 citados na revisão bibliográfica corresponderam à percepção do egresso, em seu setor de atuação?
<b>Atuação no mercado de trabalho hoje</b>	As habilidades interpessoais, o conhecimento tecnológico amplamente citados - e quais conteúdos adicionais - são, de fato, exigidos pelo mercado?
<b>O futuro do mercado de trabalho em turismo</b>	Quais as reflexões quanto às legislações que permeiam o profissional de turismo, tendências do mercado, da forma de se trabalhar o turismo e a relação com a incorporação de novas tecnologias?
<b>Experiências marcantes, motivações e conselhos aos graduandos.</b>	Quais foram as experiências notáveis dos egressos no mercado de trabalho e quais orientações e dicas são fundamentais ao profissional de turismo?

Fonte: Elaboração própria

Os temas foram escolhidos com o intuito de percorrer a trajetória do egresso no papel de aluno da graduação, estagiário e, finalmente, profissional de turismo com formação superior pela ECA/USP. Assim, foram abordados tópicos relacionados à percepção da grade curricular do curso diante do mercado de trabalho, papel do estágio na formação profissional, características do atual mercado de turismo e expectativas para o futuro da área.

Na sequência, dá-se início aos relatos dos egressos e a análise das falas dos ex-alunos com o conteúdo pesquisado ao longo do trabalho.

#### 4.4 RELATOS DOS EGRESSOS DO CURSO DE TURISMO DA ECA/USP

O vídeo com o compilado das entrevistas que foi produzido pode ser assistido na plataforma *YouTube* (Florim, 2025).

##### 4.4.1 Apresentação

Barbara Marie e Gustavo são egressos de 2016, enquanto Daniel é egresso de 2017, Carolina é egressa de 2018, Maria Augusta entrou na USP em 2021 e Mateus é egresso de 2020. À exceção de Daniel, que ingressou via Sistema de Seleção Unificada (SISU), os outros ex-alunos entraram na USP via FUVEST, ambos selecionados na primeira lista do vestibular.

O tempo de curso variou entre oito e treze semestres: Barbara concluiu o curso em nove semestres, Carolina em treze, Daniel e Gustavo em doze, Maria em oito - portanto o período ideal - e Mateus em dez. Barbara e Carolina são as únicas que possuem graduação prévia, respectivamente, em Arquitetura e Urbanismo, na FAU/USP e em Farmácia na UNIVESP, embora Carolina não tenha completado o curso. Os outros participantes tiveram turismo como sua primeira e única graduação.

A faixa etária dos entrevistados varia entre vinte e trinta anos. Barbara nasceu em São José dos Campos, enquanto os outros egressos são provenientes da Região Metropolitana de São Paulo.

Os cargos ocupados pelos egressos são apresentados a seguir.

##### 4.4.2 Cargo

Carolina, Daniel e Mateus representam o setor de agenciamento, o que mais emprega os egressos. Barbara representa a consultoria, ao passo que Gustavo e Maria representam o setor hoteleiro.

Barbara, Daniel, Mateus e Maria mantiveram seu cargo desde a época do levantamento via *Linkedin*, enquanto Gustavo está em uma transição de carreira e Carolina foi desligada da empresa de agenciamento em que trabalhava, e, no momento da entrevista, estava procurando emprego no mesmo setor de turismo.

Barbara trabalha com diversas frentes, tanto dentro da área de turismo quanto fora: além de prestar eventuais consultorias para a Turis360, administra o empreendimento turístico da família em Ilhabela, chamado “Cachoeira da Toca”, principalmente em questões de inovação e certificações. Dedicase, principalmente, ao Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), trabalhando “com sensores a laser para documentação de vestígios que estão dentro de áreas de preservação natural”, e trabalha “com arqueologia da paisagem”. Também está há “14, quase 15 anos trabalhando com o tema do patrimônio cultural”, sendo membro afiliada do ICOMOS, “que é o *International Council of Monuments and Sites*, que é como se fosse o grande conselho internacional de patrimônio cultural” e também fazendo parte do Comitê de Mudanças Climáticas e também do Comitê de Documentação de Patrimônio Histórico.

Carolina trabalhava até setembro no setor de agenciamento, como agente de viagens na empresa NetVistos, em que ficou por alguns meses.

Daniel trabalha no setor de agenciamento, na empresa Camila Rocha *Travel Designer*, uma “agência *boutique*”, em suas palavras. Mantém à parte alguns *hobbies*, como o acompanhamento de estudantes no ingresso à universidade e recomenda ao futuro profissional de turismo “a diversificação”.

Gustavo é coordenador de reservas no hotel *Pullman* Ibirapuera, um dos maiores hotéis da rede ACCOR e está “nesse exato momento, numa transição para uma promoção de cargo de subgerente de hospedagem”. Maria também trabalha na rede ACCOR, no setor de vendas *MICE*, como assistente.

Mateus, trabalha na agência de viagens Matueté, “dentro do departamento de eventos [...] atende tanto os clientes brasileiros pelo mundo, quanto recebe pessoas do Brasil”, atendendo uma “demanda orgânica, [de] clientes [que] queriam fazer viagens, mas também queriam fazer eventos juntos nessa viagem”.

Quanto ao setor de turismo ocupado, conforme mencionado no capítulo 4.1, a pesquisa com egressos da ECA/USP revelou um padrão bem diferente dos levantamentos apontados na revisão bibliográfica: tanto na Síntese do Bacharel de turismo, realizada pelo EMBRATUR em 1999, quanto nas pesquisas de 2012, 2018 e 2020 realizadas por outros pesquisadores, com abrangência nacional, a maioria dos profissionais de turismo entrevistados via *survey* atuavam em docência, enquanto o setor de agenciamento figurava em segundo lugar (Embratur, 1999 apud Matias, 2002, p.70; Silva, *et al.*, 2018, p.506; Silveira *et al.*, 2020a, p.88). Vale notar que a delimitação do estudo à ECA/USP pode ter ocasionado, ainda que despropositadamente, um recorte direcionado à cidade de São Paulo, embora não houvesse nenhum impedimento que limitasse a participação de egressos que atuassem fora da cidade, do estado de São Paulo e até mesmo do país.

Levando em conta os dados mais recentes, disponibilizados no Painel do Emprego em turismo, que utiliza as ACT como classificação de emprego e não limita-se à profissionais do turismo com ensino superior, o setor que mais registra contratações é o de Alimentos. No entanto, essa ferramenta expõe o saldo dos empregos nas determinadas áreas do mercado e utiliza uma classificação que considera a totalidade das ocupações de emprego, independente de estarem ou não relacionadas exclusivamente aos turistas, o que difere da pesquisa realizada pelos pesquisadores levantados na revisão bibliográfica (Silva *et al.*, 2018; Silveira *et al.*, 2020a) e pela pesquisa realizada com os egressos da ECA/USP.

#### **4.4.3 Influência da graduação em turismo no percurso profissional**

Gustavo destaca a importância “do nome” da Universidade de São Paulo no mercado de trabalho e aponta essa questão como um diferencial ao profissional de turismo: “com certeza, eu não conseguiria o estágio, se não fosse a graduação”, pois sua supervisora de seu primeiro emprego, também no setor de hotelaria, já tinha “um histórico de trabalho com o pessoal da USP”, empregando também “uma outra estagiária da EACH/USP” e havia gostado da experiência. Começou no setor de Alimentos & Bebidas e depois foi para eventos.

Maria afirma que, apesar de “flertar com outras áreas”, a graduação a influenciou a ficar em hotelaria, que é “puro turismo”, em suas palavras.

Tanto Daniel quanto Mateus afirmam que a diversidade proporcionada pelo curso de turismo os motivaram a continuar na área: Daniel, que foi o único dos entrevistados que cumpriu um de seus estágios no setor acadêmico, na própria ECA/USP, além de também ter experiência em hotelaria nos Estados Unidos, através da realização de intercâmbio, afirma que “quando a gente realmente entra no curso, a gente descobre que existe uma infinidade de possibilidades e de áreas que o turismo pode trabalhar [...]”. Em seu caso atual, no agenciamento, “puxo muito do que eu aprendi com a Débora, do que eu aprendi em hospitalidade, do que eu aprendi em lazer, que são matérias mais teóricas, que a gente aprende no começo do curso, que perpassam [...] as diferentes áreas dessa roda do turismo”, embora admita que algumas matérias do curso foram “deletadas de sua mente”. A fala de Daniel, ao mencionar o turismo como uma “roda” interrelacionada entre si e também com outras áreas, relaciona-se diretamente com as ideias de pesquisadores pioneiros que, há décadas, compreenderam e vislumbraram a organização do turismo como Sistemas interligados, os quais, dada sua complexidade e especificidade, sofrem influências internas e externas dos meios, ao passo que também influenciam os meios internos e externos, formando, eventualmente, a chamada cadeia produtiva do turismo (Cuervo, 1967; Beni, 1990; Lohmann e Netto, 2008; Castro *et al*, 2009).

Já Barbara, ingressou em turismo pois gostaria de desenvolver o engenho da propriedade de sua família em Ilhabela, além de “tentar ajudar na gestão desse lugar que é muito especial para mim”. Apesar da Cachoeira da Toca já ser um atrativo turístico desde a década de 1960, o engenho nunca havia sido pensado como atrativo e a ideia de Barbara era fazê-lo voltar a produzir cachaça. O curso de turismo também ampliou suas capacidades em “pensar o território” e trabalhar com projetos de consultoria, mas a principal influência do curso em sua trajetória profissional foi “a forma como ajudei a reestruturar o negócio da minha família”.

Carolina afirma que estar na ECA/USP possibilitou “uma visão de um todo do turismo”, e o que a encaminhou para o mercado de trabalho foram os três estágios que realizou durante a graduação.

Os depoimentos reiteram a importância do curso em diferentes aspectos da vida acadêmico-profissional dos egressos e relacionam-se, de certo modo, com a história dos cursos de turismo no país: a autonomia na criação dos cursos de turismo, ao serem pensados do início e não desmembrados a partir de cursos já

existentes e tradicionais (Matias, 2002), mostra reflexos importantes nos dias de hoje, pois essa característica permite aos egressos - e também aos graduandos - a compreensão do fenômeno do turismo em si e sua relação com a economia, administração e sociologia - e não o oposto.

#### **4.4.4 Papel do estágio na formação profissional**

Idealizado como elemento obrigatório dos cursos de turismo ainda em 1996 (Ansarah, 2002, p.49) e tempos depois incorporado às Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de turismo (Brasil, 2006), o estágio é apontado unanimemente pelos egressos como importante ferramenta de experimentação, encaminhamento e consolidação de carreira. Essa tendência vai ao encontro da pesquisa de Bianca Santos (2022, p.60) que constatou o estágio como elemento fundamental na transição da graduação para o mercado de trabalho, criação de vínculos, experimentação, entre outros.

Para Carolina, foi preferível focar em “fazer estágio durante o curso todo, ao invés de me envolver com questões acadêmicas” para conhecer melhor o mercado de trabalho, atuando majoritariamente em agenciamento, trabalhando com eventos corporativos, agência de viagens e na *Omnibeas*. Com a soma das experiências de estágios e com a carga de matérias proporcionadas pelo curso, ela percebeu que o trabalho no setor de agenciamento é o que ela “mais gosta de fazer”, tanto que, no momento da gravação do vídeo está procurando vagas nesta mesma área.

Gustavo afirma “que o estágio acaba complementando aquilo que a gente vê na sala de aula”, pois, com a aquisição de um conhecimento teórico durante a graduação “é possível compreender as etapas que o hóspede vivenciou ao fazer turismo”.

Para Maria, o principal papel do estágio foi o encaminhamento de carreira: “Me ajudou a escolher a carreira que eu queria. Tanto é que eu até fui para o agenciamento, mas eu falei, não, eu gosto da hotelaria mesmo e acabei ficando por lá, optando pela hotelaria mesmo”. Maria teve experiências prévias em agenciamento e na *Disney*.

Já Mateus, complementa a fala de Maria, ao afirmar que o estágio é o “momento de você experimentar [as áreas do turismo] sem ter o peso de estar

inserido 100% nessa área”, sendo a “hora de você experimentar, de você provar, entender qual área você gosta”.

Daniel, como já dito, fez estágio tanto no setor acadêmico, na ECA/USP, quanto em agências e chegou a trabalhar com um projeto de acompanhamento dos egressos do curso de turismo, mas diz não saber do paradeiro desse trabalho. Afirma, ainda, que, pelo fato do estágio trabalhar os pontos mais importantes de uma micro área específica do turismo, acaba preparando melhor o graduando para o mercado de trabalho, pois cria-se “noção de como fazer as coisas um pouco melhor”.

Barbara, tal qual Daniel, também vivenciou, de certo modo o estágio acadêmico, mas de uma maneira diferente: lançou um programa de estágios com o foco de empregar os graduandos em turismo na Cachoeira da Toca, seu atrativo turístico. O programa, apesar de alguns percalços ao longo do caminho e da contestação de sua mãe, “deu super certo” tanto para os estagiários, que puderam vivenciar, na prática, o emprego em um empreendimento turístico, quanto para ela “que aprendeu muito e implementou sugestões dos graduandos em turismo”. Foi uma “troca de conhecimentos”.

#### **4.4.5 Desafios na transição da graduação para o mercado de trabalho**

Mateus foi o único dos entrevistados que revelou não ter sentido tantas dificuldades, pois já considerava-se inserido no mercado de trabalho: “como eu comecei a estagiar logo já no segundo semestre, quando eu cheguei no final da graduação, eu já estava com dois, três anos de trabalho”.

Já Gustavo e Maria, ambos de hotelaria, contrariamente ao posicionamento de Mateus, afirmaram sentir falta de algumas questões que não foram aprendidas durante a graduação: “Em momento nenhum do curso foi falado, por exemplo, como encantar um cliente. São coisas que eu acho que aplicam em qualquer área de turismo, questão de atendimento, que eu acho que faltou ao longo do curso. Na aula de hospedagem eu lembro, sim, de ter umas coisinhas, mas eu acho que muito pouco”, afirmou Gustavo. Maria complementa a linha de pensamento do colega de empresa ao comparar o curso de ECA/USP com os do SENAC e da Anhembi-Morumbi: “Tem muita coisa que a gente não aprende, que eu acho que outros concorrentes de outras universidades já têm” a exemplo de experiências em

“gastronomia, de experimentar vinho, tem aula de hotelaria que arruma cama”. No entanto, pontua que é essencial que a empresa em que se trabalha, principalmente no momento do estágio, cumpra seu papel em ensinar e treinar os futuros profissionais de turismo.

As questões levantadas por Gustavo e Maria, na realidade, estão ligadas à formação e desenvolvimento histórico dos cursos de turismo, conforme comentado no capítulo 2: vale lembrar que, há muito tempo, durante a década de 1970, foi definido o foco da Universidade de São Paulo em pesquisar e planejar o turismo, enquanto a Anhembi-Morumbi orientava sua estrutura curricular para o mercado de trabalho (Ansarah, 2002, p.49). Apesar dessa característica, as instituições de ensino devem preparar o aluno para a plena compreensão de questões “científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais relacionadas com o mercado turístico [...] nos vários segmentos do campo de atuação profissional” (Brasil, 2006, p. 2).

Daniel complementa os colegas, ao afirmar que o aluno de turismo ao fim da graduação “já quer um trabalho CLT, um trabalho fixo” e avalia que o mercado de turismo tem bastante demanda, mas não há quantidade suficiente de empregados. Um ponto interessante notado ainda por Daniel é que o graduando “recebe a leitura de que no turismo existem muitas áreas para se trabalhar”, no entanto, quando recorta-se o mercado do turismo na cidade de São Paulo, o que encontra-se é “basicamente agência hotelaria [...] e é um choque de realidade que a gente toma”. Afirma ainda, que, apesar de “existirem vagas na pesquisa, na academia, no planejamento turístico”, essas são “mais raras e escassas”. Por fim, destaca o papel do “*networking*”: “são contatos a se fazer”.

A questão da escassez de vagas em outras áreas de atuação, como por exemplo, consultoria, também foi apontada por Carolina, que, apesar de gostar de agenciamento, como já citado, gostaria de “experimentar algo na área de consultoria de turismo, planejamento de cidades” mas que é “bem difícil encontrar vaga nessa áreas”, apesar de ser um dos focos do curso de graduação em turismo da ECA/USP: “o mais fácil de encontrar [emprego] é em agenciamento de viagens”. Carolina ainda afirma que sua maior dificuldade na transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho foi justamente a entrega conturbada de seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) devido à problemas com seu orientador original e o conciliamento de tempo com o emprego da época. Ao se desligar da empresa, trocou o orientador, concluiu o TCC e encerrou seu ciclo no curso.

Analisando as experiências dos egressos e comparando-as com as exigências impostas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais, que preveem que o curso deve oferecer “Conteúdos Teórico-Práticos”, ou seja “estudos localizados nos respectivos espaços de fluxo turístico, compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios” (Brasil, 2006), nota-se um *mix* de críticas e elogios à grade estabelecida pelo curso da ECA/USP.

#### **4.4.6 Impactos da pandemia no mercado de trabalho em turismo**

A questão da pandemia também foi discutida com alguns egressos, mas não chegou ao vídeo final por questão de limitação na duração do tempo de exibição do projeto. Sobre o tema, Barbara afirmou que a pandemia teve impacto direto no empreendimento turístico de sua família, e a plena recuperação econômica da Cachoeira da Toca ocorreu somente nesse ano, em 2025. Além disso, durante o ano de 2020, ela estava prestes a trabalhar como consultora de turismo para a Turis360, mas acabou sendo chamada por outra empresa, também de consultoria, mas no setor de estratégias de mercado que oferecia “mais do que o dobro do salário” em um momento de incertezas financeiras. Apesar disso, entre seus tantos projetos, Barbara trabalha com a Turis360 atualmente, justamente prestando serviços de consultoria para empreendimentos turísticos.

Carolina destaca que estava trabalhando em agência de eventos corporativos internacionais durante a pandemia e que a empresa sofreu com a falta de mercado devido às restrições e desligou seus funcionários. Retornou ao mercado de trabalho somente durante a retomada, momento em que o mercado concentrava-se em “reerguer aos índices pré-pandemia”, ainda que muitos potenciais clientes do ramo de lazer encaravam o momento com certa desconfiança e medo.

Os depoimentos acima, apesar de partirem de bagagens profissionais variadas, vão ao encontro do que foi levantado durante a revisão bibliográfica de turismo e pandemia, que apontava para a necessidade de reinvenção do *trade* dada a nova norma social e econômica estabelecida, baseada na plataformização da economia (Cañada, 2021; Cardoso e Oliveira, 2020; Moraes *et al.*, 2022; Silveira *et al.*, 2020b), ao passo que a precarização trabalhista era anunciada há anos, principalmente através de leis de “pejotização” e da falta de regulamentação da profissão turismólogo (Martoni, 2012; Vieira e Porto, 2019; Moraes *et al.*, 2022).

#### **4.4.7 Atuação no mercado de trabalho em turismo hoje: exigências, competências e habilidades**

O conhecimento de uma segunda língua, principalmente inglês é fundamental no ramo de hotelaria, convergem Maria e Gustavo. Outro ponto crucial, também citado pelos egressos de hotelaria e por Barbara são a questão das *soft skills*, tema, inclusive bastante discutido na literatura estrangeira, a exemplo do trabalho de Miriam Firth (2020), previamente apresentado no trabalho. O saber se expressar, se comunicar sem “ser grosseiro e de uma forma clara”, como diz Maria, tanto individualmente, com o turista e com sua equipe é essencial. “Adaptabilidade também!”, finaliza Barbara.

Carolina destaca que boa comunicação complementa-se à curiosidade e empatia: “Você gostaria de ficar hospedado naquele hotel? Você gostaria de fazer essa viagem com tanta escala? Eu acho que é isso”.

Já Daniel, que também cita a comunicação, fala da questão da agilidade no agenciamento: “para você não perder o fuso horário, para você conseguir efetuar uma reserva mais rápido, para você não perder tarifa, porque a gente lida muito com essas flutuações tarifárias o tempo todo”. Daniel também converge com a fala de Barbara ao citar hospitalidade: “precisa saber tratar bem as pessoas, precisa saber como lidar com elas, nas experiências boas e nas ruins”.

Mateus toca em um ponto importante ao citar a questão das relações de cada geração com o mercado de trabalho e com o desenvolvimento de carreira: “Eu acho que hoje você tem o sentimento que as pessoas estão indo muito devagar, às vezes, não querem se dedicar tanto, querem fazer o mínimo”. Ainda complementa, “procurar se dedicar mais, entregar mais, de querer fazer melhor, [...] ir além”. Apesar da crítica, destaca que sua geração “não tem medo do mercado de trabalho, nem medo de se impor”.

Barbara ainda menciona a importância da análise de dados: “você tem que ter a mínima noção de como trabalhar um dado, ou que dado pode ser importante para uma análise, mesmo que não seja você a fazer, talvez uma análise preliminar é importante” e aprender e incorporar novas tecnologias, como a inteligência artificial. Já em termos de território, pensar gestão e “suas interfaces com as políticas públicas”.

Vale notar que os itens apontados pelos egressos como exigências atuais do mercado de trabalho, mostram-se coerentes com as expectativas de desenvolvimento do profissional estabelecidas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) de 2006 e também pelas pesquisas levantadas neste trabalho, principalmente quanto ao tema do domínio de competências sociais, comumente chamado de “*soft skills*”: esse tema é frequentemente citado nas pesquisas bibliográficas e nas legislações que permeiam a formação do profissional de turismo, representadas através dos itens XII, XVIII e XIX do artigo 4º da DCN 2006, a qual prevê a importância da “profunda vivência [...] das relações humanas” bem como a “articulação interpessoal” somadas ao “humanismo, [...] e empatia” (Brasil, 2006; Silveira *et al.*, 2020b; Lemos, 2001; Firth, 2020).

Por fim, a discussão em torno da exigência do segundo idioma e da incorporação de novas tecnologias também é citada pela DCN, ainda no artigo 4º: “XIV - domínio de diferentes idiomas [...]” e “XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos”(Brasil, 2006, p. 2-3).

#### **4.4.8 O futuro do mercado de trabalho em turismo: questões para reflexão**

“Eu acho que a gente tem duas frentes, quando a gente fala de futuro”, inicia Gustavo. A primeira passa por uma questão de agilidade e automação, por exemplo ao efetuar uma reserva de forma rápida, pois “o cliente não quer esperar mais do que cinco minutos, senão cancela”, enquanto a segunda frente trata da valorização do processo humano durante a experiência. A tendência descrita por Gustavo, vai ao encontro da literatura de Eduardo Silveira *et al.* (2020b, p. 124), revisada anteriormente, que contrapõe “o veloz processo de desenvolvimento tecnológico” ao aumento da “necessidade de valores humanos no trabalho”.

Já Maria e Mateus, apesar de atuarem em áreas distintas, destacam a questão da tecnologia como aliada, corroborando a fala anterior de Barbara, ao afirmarem que é preciso trabalhar juntamente às novas tecnologias “e não contra”, comenta Maria. Mateus complementa sua fala anterior mas também alerta que tem certo receio em pensar o futuro: “Como será o turismo daqui a cinco anos? [...] Há muita informação na internet [...] mas a internet não tem o olhar humano que as pessoas têm”.

Barbara comenta a pauta da sustentabilidade e seus desafios com o turismo: “Eu fui no Congresso da Associação Brasileira de Ecoturismo e turismo de Aventura (ABETA), e teve uma moça falando que a pegada verde do turismo não é nada verde, só que as pessoas vão continuar viajando”. Uma proposta levantada seria “pensar em formas mais compensativas”, mas não houve exemplificação.

Daniel e Carolina vão em outra direção ao comentar questões inerentes ao profissional de turismo e o futuro do mercado de trabalho. Daniel afirma que o ócio, questão abordada também durante a graduação, deve ser pensada e mais valorizada futuramente, pois, segundo ele, os agentes de viagem “vendem um ócio do qual pouco desfrutam”, afinal, atualmente valoriza-se muito a capacidade multitarefa dos profissionais, algo que está ligado “ao regresso ao estado animal” e primitivo das pessoas, de acordo com entrevistado. Carolina, por sua vez, pensa que o futuro do mercado de trabalho está ligado à uma melhor gestão do turismo: “A impressão que eu tenho é que quem faz os planejamentos do turismo na maior parte das cidades é empresário, não é realmente um turismólogo [...] ainda sinto a falta de um mercado para o turismólogo no planejamento turístico”. Por fim, destaca a falta de valorização do profissional e exemplifica seu ponto de vista ao citar que o “agenciamento de viagens ainda é muito visto como uma função de vendedor, não de turismólogo. Então vejo muitos vendedores de viagens”.

A questão da falta de regulamentação é apontada há muitos anos nas pesquisas em turismo, em diferentes momentos. Pode-se verificar que, durante as pesquisas de revisão bibliográfica, primeiramente, traçando uma linha histórica, houve um foco na profissionalização mais voltada ao ponto de vista acadêmico, quando uniu-se esforços para criar uma estrutura curricular em comum (Ansarah, 2002, p.49-52). Em seguida, na década de 2010, criou-se uma legislação falha para o profissional de turismo, que vetou a necessidade de curso superior e somente concede reconhecimento à profissão turismólogo (Martoni, 2012, p.181). Por fim, em 2024, a atualização da Lei Geral de turismo foi uma tentativa em atribuir um pouco mais de ênfase ao profissional de turismo, que praticamente não era mencionado na Lei original, publicada em 2008 (Brasil, 2008; Brasil, 2024). Ainda que haja esforços pontuais, a profissão é insuficientemente regulamentada (Martoni, 2012, p.181).

#### **4.4.9 Experiências marcantes na área de turismo**

Gustavo comenta sua experiência com um hóspede internacional, que retornou ao hotel onde estava hospedado após ter sido assaltado e agredido. Gustavo acompanhou o hóspede ao quarto, o tranquilizou e entrou em contato com a família: “Quando ele foi embora até me abraçou [...] é realmente esse lado humano de cuidar das pessoas”.

Maria comenta, entre outras, uma experiência de estágio na *Disney*, que a marcou muito, pois teve oportunidade de trabalhar, aprender o idioma, conviver com outras pessoas e conhecer outra cultura.

Tanto Daniel quanto Mateus compartilham que suas experiências mais marcantes foram durante as viagens de familiarização, onde o agente de viagens mergulha em uma experiência de reconhecimento de um destino a ser ofertado: “A gente tem nossos momentos de passear com o olhar do turismo, do profissional de turismo [...] momentos de reuniões, de encontros, para conhecer o produto, mas todos os passeios clássicos que o cliente faz, a gente faz também”, comentou Mateus. Já Daniel, afirma que existem “perrengues” e em uma de suas viagens, à Croácia, dos “dez dias, cinco foram só de chuva e cinco com sol. Mas valeu muito a pena”. “É muito legal ver o carinho com que as pessoas locais recebem a gente”, finaliza Mateus.

Barbara comenta sobre todo o processo de certificação *International Organization for Standardization (ISO)* de seu empreendimento turístico: “levou quase quatro anos, e a gente teve que criar um sistema de documentação, a gente teve que criar uma planilha de risco com mais de duzentos índices”.

#### **4.4.10 Conselhos e motivações aos graduandos**

Gustavo afirma que o crescimento da carreira passa pelo reconhecimento de bons e inspiradores profissionais e recomenda “se espelhar em colegas inspiradores”.

Maria elenca a dificuldade de conciliar trabalho e estudos, mas, tal qual Mateus, destaca o papel do estágio como momento ideal para experimentar e aprender sobre as diferentes áreas do turismo.

O comentário de Daniel é à respeito da resiliência individual, tanto no período acadêmico quanto no mercado de trabalho e da característica singular marcante do

profissional de turismo graduado pela ECA/USP, que teve “desde o berço acadêmico” amplo contato com o turismo.

Carolina acrescenta que a faculdade proporciona o conhecimento, no entanto, não “ensina “o trabalhar” no mercado”.

Barbara finaliza, reforçando a importância de um currículo bem escrito, conselho que surgiu através de uma recomendação dada por uma amiga: “descreva suas experiências sob formas de projetos, o que foi feito, quais eram os desafios e o que foi entregue”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo principal contribuir com reflexões acerca da carreira profissional dos estudantes de turismo, a partir do relato de experiências de egressos do curso. O formato adotado para o desenvolvimento do trabalho culminou na criação de um vídeo de apresentação final cuja inspiração deu-se, principalmente, pelo projeto “Memórias Ecanas”, que buscava resgatar pessoas que estudaram na ECA/USP. O trabalho realizado atinge o objetivo principal e vai ao encontro do projeto citado como inspiração, já que também resgata histórias de egressos que também tiveram uma história dentro da ECA/USP. Este formato de realizar entrevistas também difere-se de outros artigos e pesquisas acadêmicas apresentadas durante a revisão bibliográfica, já que focou em uma conversa extensa que aborda diversos temas pertinentes à carreira de um turismólogo e ao mercado de trabalho em turismo, ao mesmo tempo que, por se tratar de uma conversa aberta e franca, ignorando a especificidade de perguntas rígidas típicas de questionários *survey* de alternativas ou com pouco espaço para a construção de frases dissertativas, resultou na falta de dados específicos que pudessem permitir uma análise estatística da situação dos egressos, principalmente em questões-chave, como, por exemplo, quanto à distribuição etária, faixa salarial, tempo no mercado de trabalho, entre outros. Já o vídeo final, por si só, demonstra uma forma relativamente inusitada, dentro de um burocrático setor acadêmico, de diversificar as formas de apresentação de trabalhos de conclusão de curso.

O contato com os egressos e seus *feedbacks* foram bastante positivos, afinal, desde o momento em que marcou-se os horários para a realização das entrevistas, era notável o entusiasmo dos egressos em participar do projeto, provavelmente por sentirem empatia com o público-alvo do projeto, os graduandos, uma vez que esses ex-alunos já estiveram no papel de estudantes de graduação. A taxa percentual de resposta ao *briefing* do projeto, enviado por *e-mail*, foi de cerca de 33%, já que 16 dos 48 potenciais aptos a participar do projeto retornaram o contato inicial. Infelizmente, como havia uma limitação eminente de tempo para a finalização e entrega do trabalho de conclusão de curso, justamente pela aproximação da validade do vínculo com a universidade, que expira em março de 2026, poucas entrevistas foram gravadas, ainda que a quantidade de alunos participantes do projeto seja satisfatória, já que 6 egressos participaram das entrevistas, o que

corresponde a cerca de 13% da amostra total disponível para pesquisa, superando o alcance de 10% previamente desejado, conforme o método apresentado.

Um ponto que merece ser mencionado foi a dificuldade em encontrar um material específico para a classificação das áreas e segmentos do mercado de trabalho em turismo, já que a utilização das atividades características do turismo (ACT) parece mais voltada ao mercado geral “independentemente de estarem relacionadas ao consumo de turistas ou não”, o que gera dados inflados (Ipea, s/d), imprecisos e sem qualquer foco em profissionais graduados. Visando contornar esse problema, optou-se por utilizar uma classificação criada há mais de vinte anos (Ansarah, 2002), que deixa de incluir segmentos do turismo voltados à cultura, museus, análise de dados, entre outros.

Quanto à questão da obtenção de dados primários e secundários da pesquisa em si, há três momentos distintos: o primeiro, cronologicamente falando, é o momento em que se realiza a revisão bibliográfica, que incluiu não somente a história e as características do mercado de trabalho, como também a apresentação de dados de pesquisas acadêmicas e governamentais sobre a composição do mercado de trabalho em turismo. O segundo momento, tange o levantamento da distribuição do mercado de trabalho dos egressos e o terceiro, por fim, se dá na obtenção de respostas dadas pelos ex-alunos entrevistados.

Tratando-se dos principais resultados obtidos, o possível desinteresse pela academia no setor do turismo citado por um dos autores na revisão bibliográfica (Silveira *et al.*, 2020b) encontrou certo respaldo ao analisar o índice de concorrência do curso de turismo perante à Universidade de São Paulo, que expôs uma tendência de queda na relação candidato/vaga, o que pode sugerir queda na procura de vestibulando pela área de turismo, dentro da USP (FUVEST, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025). Entretanto, essa teoria não encontrou qualquer respaldo quando associada à fala dos egressos entrevistados, os quais, apesar de apontarem críticas para questões pontuais da grade, especificamente à respeito da falta de experiências que relacionam a realidade do mercado de trabalho e a academia, destacam a qualidade do curso e a importância da graduação na ECA/USP em suas vidas, no sentido de lapidar a formação de uma noção que perpassa a graduação e atinge pontos de vista humanos, do conhecimento, da experiência e da formação profissional do indivíduo. Este fato, por si só, dá ênfase e repercute a importância da graduação em turismo e evidencia o papel da universidade na formação do

indivíduo, o que vai ao encontro da proposta do curso de turismo da ECA/USP de focar em epistemologia, pesquisa e planejamento (Matias, 2005, apud Silveira et al., 2012, p.13; Ansarah, 2002, p.49), ainda que certos pontos careçam de revisão a fim de permitir alinhamento entre a academia e à realidade imposta pelo mercado de trabalho.

Quanto à atuação profissional, ao longo das décadas, apesar de ter experimentado diversas adições e refinamentos legislativos, com as Leis gerais de 2008 e 2024 e o reconhecimento da profissão em 2012, o cenário do mercado de turismo para o bacharel brasileiro é marcado por certa insegurança legislativa no que tange a falta de regulamentação da profissão, assunto este que, apesar de frequentemente criticado - e com razão - por acadêmicos (Martoni, 2012), é pouco mencionado pelos entrevistados e inclusive só foi especificamente discutido por 1 entre os 6 egressos ouvidos. A exigência de curso superior para atuação como turismólogo permitiria complementar este ciclo de tentativas de refinamento ao adotar a plena regulamentação da profissão, ao passo que formaria profissionais mais capazes de compreender o fenômeno do turismo além de, possivelmente, renovar o interesse de vestibulandos pela formação acadêmica completa na área.

Ainda que as experiências de estágio proporcionadas dentro e fora do curso sejam unanimemente apontadas tanto por pesquisadores (Santos, 2022) quanto pelos egressos entrevistados como a principal forma de obtenção de conhecimento prático e da experimentação dos diversos setores do mercado, cabe à academia exercer seu papel de formadora do indivíduo, prezando não somente pela incorporação de novas tecnologias e tendências às salas de aulas, mas também garantindo que haja alinhamento entre as exigências do mercado de turismo e o conteúdo curricular, para transmitir aos graduandos um cenário realista do turismo, em seu devido recorte.

Em se tratando de perspectivas alinhadas à realidade, a distribuição dos egressos no mercado de trabalho dado o recorte temporal aplicado somada à fala explícita de alguns ex-alunos entrevistados, revela que o agenciamento é, sem dúvidas, o setor de turismo que mais emprega, representando 50% da ocupação profissional dos bachareis formados pela ECA/USP. Tal fato pode acender um alerta: se o foco do curso é planejamento, por qual motivo o setor de agenciamento lidera a empregabilidade entre os egressos, enquanto somente alguns poucos trabalham em consultoria e órgãos públicos? Tal qual apontado pelos ex-alunos, provavelmente se

dá por uma questão de *networking*, “contatos a serem feitos” e escassez de vagas em consultoria, ao passo que o setor de agenciamento dispõe de uma quantidade de vagas expressivamente maior. Nesse sentido, transmitir os relatos dos egressos atuantes no mercado de trabalho em turismo é fundamental para que os graduandos tenham consciências realistas sobre o mercado de turismo, principalmente em São Paulo, onde a ECA/USP se situa. Assim, direciona-se para a necessidade de acompanhamento de egressos de turismo inseridos no mercado de trabalho para compreender suas trajetórias profissionais, ao passo que se sugere a adição de uma disciplina relacionada especificamente ao mercado de trabalho em turismo à grade curricular, para amenizar as questões que permeiam expectativa dentro do curso e realidade do mercado.

Finalizando as relações entre universidade e o mercado de turismo, as Diretrizes Nacionais Curriculares, vigentes desde 2006, apesar da “idade”, ainda parecem atuais no que tange às principais propostas: estabelecer um projeto pedagógico que incentive pesquisa, capacitação profissional, integração entre teoria e prática, compreensão de políticas públicas, elaboração e execução de planos, programas, projetos estratégicos e domínios de métodos, técnicas, tecnologias e habilidades de comunicação.

Já questões como o tempo dedicado ao ócio do profissional de turismo, sustentabilidade, incorporação de tecnologias como aliadas e a valorização do profissional de turismo foram apontadas individualmente durante as entrevistas como reflexões e tendências a serem discutidas. Tal qual levantado por autores (Silveira et al., 2020b, p.124-125) e egressos, o desenvolvimento tecnológico acentua a valorização do fator humano, que somente o olhar do profissional de turismo pode oferecer. Nesse sentido, a valorização do profissional também relaciona-se com a necessidade de uma legislação mais parruda, que garanta plenamente a regulamentação, conforme discutido anteriormente.

A exigência de habilidades interpessoais apuradas, comumente chamadas de “*soft skills*” para desenvolver profissionais mais completos e qualificados, foi apontada por todos os egressos consultados e se destaca como assunto importante ao tratar do tema mercado de trabalho em turismo, o que vai ao encontro do levantamento literário nacional e estrangeiro revisado durante a pesquisa (Bittencourt; Castro, 2017 apud Silveira et al., 2020; Firth, 2020). Nesse sentido, o profissional de turismo, especialmente o que vai lidar diretamente com o público,

deve desenvolver e aprimorar habilidades de comunicação verbal e interpessoal. A tempo, cabe também ao curso de turismo o papel de despertar e promover as *soft skills* nos alunos durante a graduação.

A pesquisa portanto, sugere o contínuo acompanhamento dos egressos do curso de turismo pela universidade no que diz respeito à manutenção de um banco de dados a ser atualizado com certa frequência que permita aos pesquisadores acadêmicos entender a distribuição dos ex-alunos no mercado de trabalho, compreendendo quais são os setores que mais contratam, os motivos que direcionam os alunos a optar por uma área específica e qual a trajetória profissional no mercado de trabalho em turismo do graduado em turismo, conforme comentado anteriormente.

As entrevistas, na forma de perguntas amplas e dissertativas direcionadas aos egressos, permitiram compreender o valor do profissional de turismo formado pela ECA/USP, ao passo que expuseram a importância da valorização do desenvolvimento profissional individual constante, dentro e fora do *campus*, através do *networking*, da vivência acadêmica, do emprego de habilidades e competências de comunicação e, principalmente, da importância em estagiar. Além disso, as entrevistas puderam elencar as principais tendências e questões pendentes e pertinentes à discussão do futuro do mercado de trabalho em turismo e do próprio turismólogo como pessoa.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO TURISMO – EMBRATUR. Emprego no turismo. 2025 In: **Inteligência de dados – painéis de dados**. Disponível em: <https://embratur.com.br/para-o-trader/inteligencia-de-dados/paineis-de-dados/emprego-no-turismo>. Acesso em: 24 jun. 2025.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Educação e formação do bacharel em turismo**. turismo em Análise, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 44–64, maio 1995.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais do Brasil**. São Paulo: Aleph, 2002.

BENI, Mário Carlos. **Sistema de turismo – SISTUR: estudo do turismo face à moderna teoria de sistemas**. turismo em Análise, São Paulo, v. 1, n. 1, 1990.

BRASIL. **Dicionário de dados do Painel “Perfil do Emprego no turismo”**. 2024. Disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1CdkRZWGcTPX0gwC1tYoUQtyUQ7-hTYI2pVZqZFIIA-c/edit>. Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 5.452**, de 1º de maio de 1943. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm). Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. **DECRETO Nº 2.306**, de 19 de AGOSTO de 1997. Disponível em <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1997/decreto-2306-19-agosto-1997-437195-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 24 jun. 2025.

BRASIL. **Lei n. 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 20 dez. 1996. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9394.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm). Acesso em 24 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.591**, de 19 de janeiro de 2012. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 20 jan. 2012. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/l12591.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12591.htm). Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.429**, de 31 de março de 2017. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 mar. 2017. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/l13429.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13429.htm). Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.467**, de 13 de julho de 2017.. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 14 jul. 2017. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2017/Lei/L13467.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13467.htm). Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 14.978**, de 18 de setembro de 2024. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 set. 2024. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Ato2023-2026/2024/Lei/L14978.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2023-2026/2024/Lei/L14978.htm). Acesso em: 24 jun. 2025.

BRASIL. Ministério da Educação (MEC). **Resolução CNE/CEB nº 13/2006**. Brasília: MEC, 2006. Disponível em: [https://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13\\_06.pdf](https://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf). Acesso em: 24 jun. 2025.

CAÑADA, Ernest. **Perspectivas do trabalho turístico pós-Covid-19**. Revista do Centro de Pesquisa e Formação, São Paulo, (jun. 2021). Disponível em: <https://portal.sescsp.org.br/files/artigo/08cbe463/87b8/4210/b6cd/2cb5ef43c9bf.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

CARDOSO, Ana Claudia Moreira; OLIVEIRA, Marcela Costa Bifano. **The e-economy and its platform-enterprises: modus operandi and precariousness on the labour market in the tourism sector**. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, [S. l.], v. 10, n. 1, 2 e 3, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/30151>. Acesso em: 25 jun. 2025.

FIRTH, Miriam. **Employability and skills handbook for tourism, hospitality and events students**. Londres/Nova York: Routledge, 2020. Disponível em: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi68/0049825.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

FLORIM, Lucas. **1015**. YouTube, 07 nov. 2025. 33min24s. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mYI6MJ9tLWg>>. Acesso em: 03 dez. 2025.

FUNDAÇÃO CECIERJ. **Fundamentos do turismo**. 2016. Disponível em: <https://canal.cecierj.edu.br/012016/c1f7172905b4dc0c6bf3a251519a5d5c.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

FUNDAÇÃO UNIVERSITÁRIA PARA O VESTIBULAR (FUVEST). **Fuvest 2020: Relação Candidato Vaga. 2020**. Disponível em: [https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest\\_2020\\_candidato\\_vaga.pdf](https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest_2020_candidato_vaga.pdf) . Acesso em 24 jun 2025.

FUNDAÇÃO UNIVERSITÁRIA PARA O VESTIBULAR (FUVEST). **Fuvest 2021: Relação Candidato Vaga. 2021**. Disponível em: [https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest\\_2021\\_candidato\\_vaga.pdf](https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest_2021_candidato_vaga.pdf) . Acesso em 24 jun 2025.

FUNDAÇÃO UNIVERSITÁRIA PARA O VESTIBULAR (FUVEST). **Fuvest 2022: Relação Candidato Vaga. 2022**. Disponível em: [https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest\\_2022\\_candidato\\_vaga.pdf](https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest_2022_candidato_vaga.pdf) . Acesso em 24 jun 2025.

FUNDAÇÃO UNIVERSITÁRIA PARA O VESTIBULAR (FUVEST). **Fuvest 2023: Relação Candidato Vaga. 2023**. Disponível em:

[https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest\\_2023\\_candidato\\_vaga.pdf](https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest_2023_candidato_vaga.pdf) . Acesso em 24 jun 2025.

FUNDAÇÃO UNIVERSITÁRIA PARA O VESTIBULAR (FUVEST). **Fuvest 2024: Relação Candidato Vaga. 2024.** Disponível em: [https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest\\_2024\\_candidato\\_vaga.pdf](https://www.fuvest.br/wp-content/uploads/fuvest_2024_candidato_vaga.pdf) . Acesso em 24 jun 2025.

FUNDAÇÃO UNIVERSITÁRIA PARA O VESTIBULAR (FUVEST). **Acervo – Vestibular USP 2025. Inscritos por opção de curso. Carreira 532 - turismo.** 2025. Disponível em: <https://www.fuvest.br/acervo-vestibular-2025/> . Acesso em 24 jun 2025

GOMES, Lauren Beltrão *et al.* **As origens do pensamento sistêmico: das partes para o todo.** Pensando Famílias, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 3–16, dez. 2014. Disponível em: [https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-494X201400020002](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X201400020002). Acesso em: 24 jun. 2025.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Sistema de informações sobre o mercado de trabalho no setor turismo – SIMT.** Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/extrator/simt.html>. Acesso em: 24 jun. 2025.

LEMOS, Ângela Denise da Cunha. A sociedade, as teorias educacionais, o ensino do turismo e o papel do bacharel em turismo. In: SHIGUNOV NETO, Alexandre (org.). **Currículo e formação profissional nos cursos de turismo.** Campinas: Papirus, 2002. p. 65–104.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas.** São Paulo: Aleph, 2008.

LINKEDIN. **Sobre o LinkedIn.** 2025. Disponível em: <https://about.linkedin.com/pt-br?lr=1>. Acesso em: 24 jun. 2025.

MARTONI, Rodrigo Meira. **“Turismólogos” à deriva: as lutas pela regulamentação profissional no mar revolto do mercado.** Revista do Centro de Pesquisa e Formação, São Paulo, (jun. 2021). Disponível em: <https://portal.sescsp.org.br/files/artigo/93457c3a/420a/4a51/b0e8/de3ebef623c6.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

MATIAS, Marlene. **turismo: formação e profissionalização (30 anos de história).** Barueri - SP: Manole, 2002.

MORAES, Claudia Corrêa de Almeida *et al.* **A pandemia da Covid-19 e a vulnerabilidade dos trabalhadores no/do turismo no Brasil.** Confins, n. 56, 2022. Disponível em: <http://journals.openedition.org/confins/48490>. Acesso em: 23 jun. 2025.

PORTO, Lorena; VIEIRA, Paulo Joares. **Pejotização e reforma trabalhista**. 2019. Disponível em: [https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/162073/2019\\_porto\\_lorena\\_pejotizacao\\_reforma.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://juslaboris.tst.jus.br/bitstream/handle/20.500.12178/162073/2019_porto_lorena_pejotizacao_reforma.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 24 jun. 2025.

SANTOS, Bianca Vasconcelos dos. **Influência das experiências de estágio na carreira dos alunos e egressos de turismo: uma análise da realidade da ECA - USP** / Bianca Vasconcelos dos Santos; orientadora, Debora Cordeiro Braga. - São Paulo, 2022.

SILVA, Luana; HOLANDA, Luciana; LEAL, Sérgio Rodrigues. Inserção dos turismólogos brasileiros no mercado de trabalho. *Revista turismo em Análise*, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 506–524, 23 out. 2019. p. 506-524. Disponível em: <https://revistas.usp.br/rta/article/view/158363> . Acesso em: 24 jun. 2025.

SILVEIRA, Carlos Eduardo *et al.* O mercado de trabalho dos egressos de cursos superiores em turismo: comparações dos dados de 2012 - 2018. *Revista Brasileira de Pesquisa em turismo*, São Paulo, v.14, mai/ago 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/jyLgCs43WdYMFQYzW8gXkfr/> . Acesso em: 24 jun. 2025.

SILVEIRA, Carlos Eduardo *et al.* Quatro décadas de ensino superior de turismo no Brasil: dificuldades na formação e consolidação do mercado de trabalho e a ascensão de uma área de estudo como efeito colateral. *turismo: Visão e Ação*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 6–18, jan.-abr. 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056073002> . Acesso em: 24 jun. 2025.

SILVEIRA, Carlos Eduardo *et al.* Transformações na sociedade e no mercado de trabalho: a inserção do profissional de turismo no cenário pós-pandemia do Covid-19. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do turismo*, [S. l.], v. 14, n. 4, p. 106–130, 2020. Disponível em: <https://publicacoes.unigranrio.edu.br/raoit/article/view/6679> . Acesso em: 24 jun. 2025.

SORDI, Jaqueline. Instituto Questão de Ciência. **Da expansão à evasão: um panorama da educação superior privada do Brasil no século XXI**. Observatório. 10 out. 2022. Disponível em: <https://iqc.org.br/observatorio/artigos/educacao/da-expansao-a-evasao-um-panoram-a-da-educacao-superior-privada-do-brasil-no-seculo-xxi/> . Acesso em: 24 jun. 2025.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. 4. ed. Campinas - SP: Papyrus, 1998.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP). *Anuário USP 2024*. São Paulo: USP, 2024. Disponível em: [https://uspdigital.usp.br/anuario/br/acervo/AnuarioUSP\\_2024.pdf](https://uspdigital.usp.br/anuario/br/acervo/AnuarioUSP_2024.pdf) . Acesso em: 24 jun. 2025.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP). Grade curricular do curso de turismo.

Disponível em:

<https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcg=27&codcur=27531&codha>

b=4&tipo=N&print=true . Acesso em: 24 jun. 2025.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - LISTA CONTATOS DE FORMANDOS DE TURISMO (2020-2024) [DADOS SENSÍVEIS OCULTOS]

Nº USP	Nome	Período ingresso	Tipo ingresso	Período encerramento	E-mails	Telefones
5*****	W. R. E. S.	2007/1	Vestibular	2020/2	...rel@gmail.com; ...va@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Comercial); (**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
7*****	B. T. C.	2011/1	Vestibular	2021/2	...ley@hotmail.com; ...lin@gmail.com; ...lin@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
8*****	M. E. P. D. C.	2013/1	Vestibular	2021/1	...uda@gmail.com; ...ho@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	D. D. M.	2014/1	Vestibular 5 Lista	2020/1	...ues@gmail.com; ...ues@alumni.usp.br	(**) ***** (Celular)
9*****	L. M. C.	2014/1	Vestibular 2 Lista	2021/1	...110@gmail.com; ...rgo@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Recados)
3*****	V. B. S.	2014/1	Vestibular	2023/2	...oli@gmail.com; ...oli@usp.br	(**) ***** (Celular)
9*****	A. B. D. A. S.	2015/1	Vestibular	2020/1	...va@usp.br; ...ndy@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	A. K. M.	2015/1	Vestibular	2020/2	...ins@usp.br; ...ins@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	A. B. B.	2015/1	Vestibular 2 Lista	2020/1	...tar@usp.br; ...r1@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
4*****	A. I. D. C. Z.	2015/1	Vestibular	2020/1	...ron@usp.br; ...el@gmail.com	(**) ***** (Comercial); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
9*****	A. T. A. D. S.	2015/1	Vestibular 4 Lista	2020/2	...va@alumni.usp.br; ...va@usp.br; ...lys@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	B. P. D. C.	2015/1	Vestibular	2020/2	...ato@gmail.com; ...ho@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	B. C. D. O. F.	2015/1	Vestibular 2 Lista	2020/2	...ljo@usp.br; ...ljo@gmail.com	(**) ***** (Celular)
9*****	D. U. F.	2015/1	Vestibular	2020/2	...ino@usp.br; ...nes@gmail.com	(**) ***** (Celular)
4*****	G. C.	2015/1	Vestibular 4 Lista	2021/2	...nur@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	G. F. R.	2015/1	Vestibular	2020/2	...s1@gmail.com; ...iro@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	G. S. N. J.	2015/1	Vestibular 4 Lista	2020/2	...res@alumni.usp.br; ...res@usp.br; ...aul@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	J. A. D. S.	2015/1	Vestibular 2 Lista	2020/1	...lia@gmail.com; ...uza@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	K. R. B. D. S.	2015/1	Vestibular	2020/2	...tos@alumni.usp.br; ...tos@usp.br; ...ane@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	M. S. F. P.	2015/1	Vestibular	2020/1	...ial@usp.br; ...006@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	M. A. D. C.	2015/1	Vestibular	2021/1	...lho@usp.br; ...mi4@gmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular)
9*****	T. P. D. S.	2015/1	Vestibular	2020/2	...tos@alumni.usp.br; ...tos@usp.br; ...tos@gmail.com	(**) ***** (Celular)
9*****	T. K. M.	2015/1	Vestibular 2 Lista	2021/2	...may@usp.br; ...may@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	A. C. G.	2016/1	Vestibular	2020/2	...ao1@gmail.com; ...vao@usp.br	(**) ***** (Residencial)
9*****	B. M. V. S. L. S. M.	2016/1	Vestibular	2020/1	...ins@usp.br; ...ara@v.k.com; ...eck@alumni.usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	B. B. D. A.	2016/1	Vestibular	2021/2	...ino@usp.br; ...o98@gmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular)
9*****	B. U. O.	2016/1	Vestibular	2024/2	...uda@usp.br; ...eda@hotmail.com	(**) ***** (Celular)
9*****	C. O. P. D. S.	2016/1	Vestibular 2 Lista	2021/1	...tos@usp.br; ...io8@gmail.com	(**) ***** (Celular)
9*****	C. C. P.	2016/1	Vestibular	2022/2	...304@gmail.com; ...iro@usp.br	(**) ***** (Celular)
9*****	F. G. S. D. M.	2016/1	Vestibular 4 Lista	2020/1	...aes@usp.br; ...el@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular)
9*****	G. B. T.	2016/1	Vestibular	2021/1	...nin@gmail.com; ...nin@usp.br	(**) ***** (Celular)
9*****	G. T. N.	2016/1	Vestibular	2021/1	...oni@gmail.com; ...oni@usp.br	(**) ***** (Celular)
9*****	G. C. L. R.	2016/1	Vestibular 5 Lista	2021/1	...ena@gmail.com; ...iro@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	G. V. D. S.	2016/1	Vestibular	2021/2	...uza@usp.br; ...taa@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	I. A. P. D. O.	2016/1	Vestibular	2021/2	...ira@alumni.usp.br; ...ira@usp.br; ...yra@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	I. S. A.	2016/1	Vestibular	2024/1	...tes@usp.br; ...rag@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular)
9*****	I. C. M. M.	2016/1	Vestibular 2 Lista	2020/2	...ado@alumni.usp.br; ...498@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	L. A. M. L.	2016/1	Vestibular	2022/2	...emi@gmail.com; ...ara@usp.br; ...mi_outlook	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	S. S. D.	2016/1	Vestibular 2 Lista	2021/2	...ado@usp.br; ...105@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	S. C. S. C.	2016/1	Vestibular	2022/2	...ina@outlook.com; ...los@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	A. D. B. P.	2017/1	Vestibular	2022/1	...per@gmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	A. L. C.	2017/1	Vestibular	2022/2	...at1@usp.br; ...ats@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	B. V. D. S.	2017/1	Vestibular 2 Lista	2022/1	...798@gmail.com; ...798@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	D. D. B. G.	2017/1	Vestibular - SISU	2022/2	...s18@usp.br; ...21@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	D. D. A.	2017/1	Vestibular	2023/2	...ida@usp.br; ...eia@hotmail.com	(**) ***** (Celular)
8*****	G. V. R.	2017/1	Transf USP	2024/2	...eri@hotmail.com; ...che@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	K. C. D. S. P. D. R.	2017/1	Vestibular 4 Lista	2021/1	...kr@gmail.com; ...eis@alumni.usp.br; ...eis@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	L. M. B.	2017/1	Vestibular	2022/1	...lli@usp.br; ...amb@icloud.com	(**) ***** (Celular)
1*****	M. S. B.	2017/1	Vestibular 2 Lista	2021/2	...mao@usp.br; ...a22@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	R. B. F.	2017/1	Vestibular 8 Lista	2022/2	...fil@gmail.com; ...cho@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	V. N. R.	2017/1	Vestibular SISU LE 1	2023/1	...tor@alumni.usp.br; ...tor@hotmail.com; ...tor@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular)
1*****	A. S. C.	2018/1	Vestibular 3 Lista	2022/2	...asc@alumni.usp.br; ...asc@gmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	C. F. L.	2018/1	Vestibular	2024/1	...igl@usp.br; ...igl@yahoo.com.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	C. V. D. P.	2018/1	Vestibular SISU LE 2	2023/1	...asc@alumni.usp.br; ...asc@usp.br; ...xao@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Comercial)
1*****	C. R. S.	2018/1	Vestibular SISU LE 4	2023/1	...rib@usp.br; ...b18@gmail.com; ...ros@outlook.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	G. M. S.	2018/1	Vestibular 7 Lista	2022/2	...gs@gmail.com; ...des@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Familia)
1*****	I. D. B. P.	2018/1	Vestibular 2 Lista	2023/1	...ira@alumni.usp.br; ...ira@usp.br; ...110@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	K. R. D. A.	2018/1	Vestibular	2024/2	...jos@usp.br; ...jos@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	K. D. O. V.	2018/1	Vestibular - SISU	2023/2	...gre@gmail.com; ...gre@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	L. F. A.	2018/1	Vestibular 3 Lista	2022/2	...000@hotmail.com; ...000@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	M. P. D. S.	2018/1	Vestibular 2 Lista	2022/2	...177@gmail.com; ...ps@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	M. G. L.	2018/1	Transf USP	2022/2	...na7@gmail.com; ...mos@alumni.usp.br; ...mos@usp.br	(**) ***** (Celular)
9*****	S. C. D.	2018/1	Transf USP	2024/2	...ine@bol.com.br; ...te@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	S. S. S.	2018/1	Vestibular	2023/2	...usa@usp.br; ...20s@gmail.com	(**) ***** (Residencial)
1*****	S. M. T. D. S.	2018/1	Vestibular	2023/2	...res@alumni.usp.br; ...res@usp.br; ...eck@yahoo.com.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	T. E. P. D. S.	2018/1	Vestibular	2023/1	...lha@alumni.usp.br; ...lha@usp.br; ...lha@gmail.com	(**) ***** (Celular)
9*****	V. M. S.	2018/1	Transf USP	2023/2	...ion@usp.br; ...ion@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	V. C. S.	2018/1	Vestibular 4 Lista	2023/2	...ein@usp.br; ...asc@hotmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular); (**) ***** (Celular)
1*****	V. O. D. C.	2018/1	Vestibular SISU LE 2	2022/2	...rac@hotmail.com; ...rac@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	G. S. D. A.	2019/1	Vestibular SISU LE 4	2023/2	...eti@usp.br; ...121@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	G. H. F. D. S.	2019/1	Vestibular	2023/2	...ira@usp.br; ...345@gmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	L. D. C. P. J.	2019/1	Vestibular - SISU	2024/1	...gas@usp.br; ...rage@hotmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	L. T.	2019/1	Vestibular - SISU	2023/2	...ula@usp.br; ...la1@gmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	M. M. L.	2019/1	Vestibular - SISU	2024/2	...a30@gmail.com; ...a30@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	M. N. P.	2019/1	Vestibular 6 Lista	2024/1	...lia@usp.br; ...611@gmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	M. C. B. G.	2019/1	Vestibular	2024/1	...rio@gmail.com; ...rio@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	G. D. O. R.	2020/1	Transf USP	2024/2	...107@usp.br; ...ha7@gmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	G. C. D. O.	2020/1	Vestibular 4 Lista	2024/1	...bil@usp.br; ...il@hotmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	G. S. Y.	2020/1	Vestibular - SISU	2024/2	...o76@gmail.com; ...nna@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	J. B. M.	2020/1	Transf USP	2024/1	...sbm@alumni.usp.br; ...sbm@usp.br; ...m23@hotmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	J. G. B. J.	2020/1	Vestibular SISU LE 2	2024/1	...sco@hotmail.com	(**) ***** (Celular)
1*****	L. C. M.	2020/1	Vestibular 2 Lista	2024/2	...s10@hotmail.com; ...ina@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial); (**) ***** (Contato de emergência)
1*****	L. B. D. S.	2020/1	Vestibular	2023/2	...uza@gmail.com; ...uza@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	L. S. H.	2020/1	Vestibular	2024/2	...uma@gmail.com; ...uma@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	M. C. D. G.	2020/1	Vestibular	2024/1	...sar@gmail.com; ...sar@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	M. A. B.	2020/1	Vestibular	2023/2	...ski@usp.br; ...018@gmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	M. C. D. N. B.	2020/1	Vestibular SISU LE 1	2024/2	...c14@hotmail.com; ...o20@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial); (**) ***** (Residencial)
1*****	M. R. C.	2020/1	Vestibular	2024/2	...lis@hotmail.com; ...lis@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	T. D. P. A.	2020/1	Vestibular	2024/2	...675@gmail.com; ...ujo@usp.br	(**) ***** (Celular)
1*****	Y. K. A. D. S.	2020/1	Vestibular 2 Lista	2020/1	...ya@gmail.com; ...reu@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	H. A. B. D. M.	2021/1	Vestibular - SISU	2024/2	...ais@usp.br; ...s07@gmail.com	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
9*****	J. F. R.	2021/1	Vestibular SISU LE 4	2024/2	...sro@gmail.com; ...rof@alumni.usp.br; ...rof@usp.br	(**) ***** (Residencial); (**) ***** (Celular)
1*****	L. Y. B.	2021/1	Vestibular	2024/2	...kab@gmail.com; ...kab@usp.br	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	M. A. B. D. G.	2021/1	Vestibular	2024/2	...doy@usp.br; ...b16@gmail.com	(**) ***** (Celular); (**) ***** (Residencial)
1*****	S. D. O.	2021/1	Vestibular	2024/2	...lis@usp.br; ...85a@gmail.com; ...oga@gmail.com	(**) ***** (Celular)

## APÊNDICE B - BANCO DE DADOS DE EGRESSOS DE TURISMO DA ECA/USP (2020-2024): OCUPAÇÕES PROFISSIONAIS DE ACORDO COM LINKEDIN

Nome (oculto)	Status (em maio de 2025)	Segmento	Empresa (em maio de 2025)	Cargo (em maio de 2025)
1. M.A.B.	Atua no turismo	CONSULTORIA	4RS CONSULT. EM MIGRAÇÃO E REFÚGIO	PROJECTS AND MIGRATION REGULARIZATION ADVISOR
2. J.A.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	7 MARES	CONSULTORA DE OPERAÇÕES PLENO
3. I.S.A.	Atua no turismo	HOSPEDAGEM	ACCOR	RELATIONSHIP MARKETING PI ANALYST
4. M.A.B.G.	Atua no turismo	HOSPEDAGEM	ACCOR	ASSISTENTE DE VENDAS MICE
5. V.O.C.	Atua no turismo	HOSPEDAGEM	ACCOR	APPS & LOADING SUPPORT ASSISTANT AMERICAS
50. G.F.R.	Atua no turismo	HOSPEDAGEM	ACCOR	TRADE MARKETING ANALYST
6. G.C.O.	Atua no turismo	LAZER	ALIANZ PARK	SUPERVISORA DE PATROCÍNIOS
7. S.S.D.	Atua no turismo	EVENTOS	AMBIENTAL VIAGENS E TURISMO	COORDENADORA DE EVENTOS E INCENTIVOS SENIOR
8. M.P.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	B2B RESERVAS	TEAM LEADER RELACIONAMENTO COM CLIENTES
9. L.M.B.	Atua no turismo	HOSPEDAGEM	BARCELO HOTEL GROUP	RESERVATIONS AGENT
10. B.M.V.S.L.S.M.	Atua no turismo	CONSULTORIA	CACHOEIRA DA TOCA; TURIS360 CONSULT.	COLABORADORA/CONSULTANT
11. D.B.G.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	CAMILA ROCHA TRAVEL DESIGNER	TRAINEE CONSULTANT
12. B.U.O.	Atua no turismo	EVENTOS	COPASTUR VIAGENS E TURISMO	EVENTS AND INCENTIVES COORDENATOR
13. G.C.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	CRIS NOGUEIRA TRAVEL	TRAVEL ADVISOR
14. T.K.M.	Atua no turismo	MARKETING	EXPEDIA GROUP	ESPECIALISTA SENIOR EM CRM
16. M.C.B.G.	Atua no turismo	EVENTOS	FACULDADE PIFECAFI	MARKETING E PRODUÇÃO DE EVENTOS
17. M.M.L.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	FANATO	Events and Incentive Travel Coordinator
91. M.N.P.	Atua no turismo	CONSULTORIA	GKS INTELIGENCIA TERRITORIAL	ANALISTA DE TURISMO
18. V.N.R.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	GL VIAGENS	ACCOUNT MANAGER
20. T.P.A.	Atua no turismo	EVENTOS	INCENTIVARE EVENTOS E VIAGENS DE INCENTIVO	ASSISTENTE DE EVENTOS DE INCENTIVO INTERNACIONAIS
21. L.B.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	INTI EXPERIENCE	CONSULTORA DE EVENTOS PLENO
22. C.R.S.	Atua no turismo	PUBLICAÇÕES	JORNAL DIÁRIO DO TURISMO	REDATORA
19. B.P.C.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	LATITUDES VIAGENS E CONHECIMENTO	GROUP OPERATIONS EXPERT
23. D.U.F.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	LATITUDES VIAGENS E CONHECIMENTO	ASSISTENTE DE OPERAÇÕES
24. K.R.B.S.	Atua no turismo	EVENTOS	LUMINA DAYS	VENDAS DE EVENTOS
25. Y.K.A.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	MATUETE	ANALISTA DE VIAGENS
26. M.R.C.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	MATUETE	ASSISTENTE DE ATENDIMENTO
27. L.F.A.	Atua no turismo	EVENTOS	MEETINGS & EVENTS BY CLUB MED	ASSISTENTE DE VENDAS
28. L.T.	Atua no turismo	OUTROS RAMOS	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	ASSISTENTE DE GESTÃO CULTURAL
29. M.G.L.	Atua no turismo	OUTROS RAMOS	MUSEU OSCAR NIEMEYER	ATENDENTE DE LOJA
30. C.F.L.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	NETVISTOS	AGENTE DE VIAGENS
31. L.Y.B.	Atua no turismo	LAZER	PARQUETUR	ANALISTA COMERCIAL
32. S.C.S.C.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	PISA TREKKING	ASSISTENTE DE OPERAÇÕES
33. A.T.A.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	PRIMETOIR	CONSULTOR DE VIAGENS
34. G.V.S.	Atua no turismo	HOSPEDAGEM	PULLMAN HOTELS	COORDENADOR DE RESERVAS
35. S.C.D.	Atua no turismo	ORGÃOS OFICIAIS	SETUR - SEC. DE TURISMO E V. SP	ASSESSORA TÉCNICA II
36. G.S.Y.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TBO HOLIDAYS BRASIL	ESTAGIÁRIO EM OPERAÇÕES
37. L.S.H.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TBO HOLIDAYS BRASIL	OPERATIONS POST TRAVEL TEAM LEADER
38. I.B.P.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	<a href="http://TBO.COM">TBO.COM</a>	SENIOR EXECUTIVE DESTINATIONS GROUPS
39. T.E.P.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	<a href="http://TBO.COM">TBO.COM</a>	OPERADORA L2
40. G.O.R.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TERESA PEREZ	CONSULTOR DE VENDAS TRAINEE
41. J.C.M.M.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TERESA PEREZ	CONSULTORA TRAINEE 2
42. S.S.S.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TERESA PEREZ	CONSULTORA TRAINEE 2
43. G.S.A.	Atua no turismo	TRANSPORTES	TERMINAL BTG PACTUAL	ANALISTA COMERCIAL DE VENDAS
44. L.A.L.M.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TGK TRAVEL	ANALISTA DE PRODUTOS
45. C.V.P.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TL PORTFOLIO	SALES OPS
46. G.S.N.J.	Atua no turismo	AGENCIAMENTO	TRIP EXPERIENCES	CONCIERGE E OPERATIONS ANALYST
47. F.G.S.M.	Atua no turismo	CONSULTORIA	VMO TURISMO	SUPÉRVISOR
48. S.M.T.S.	Linkedin Vazio			
49. V.C.S.	Linkedin Vazio			
86. A.C.G.	Linkedin Vazio			
15. V.B.S.	Linkedin desatualizado			
51. S.D.O.	Linkedin desatualizado			
52. A.L.C.	Linkedin desatualizado			
53. C.O.P.S.	Linkedin desatualizado			
54. R.B.F.	Linkedin desatualizado			
55. A.S.C.	Linkedin desatualizado			
56. H.A.B.M.	Linkedin desatualizado			
57. J.B.M.	Linkedin desatualizado			
58. K.C.S.P.R.	Linkedin desatualizado			
59. K.R.A.	Linkedin desatualizado			
60. M.C.G.	Linkedin desatualizado			
61. I.A.P.O.	Linkedin desatualizado			
93. L.C.M.	Linkedin desatualizado			
62. A.K.M.	Não atua no turismo			
63. A.B.B.	Não atua no turismo			
64. A.I.C.Z.	Não atua no turismo			
65. B.B.A.	Não atua no turismo			
66. B.V.S.	Não atua no turismo			
67. B.C.O.F.	Não atua no turismo			
68. C.C.P.	Não atua no turismo			
69. G.T.N.	Não atua no turismo			
70. G.B.T.	Não atua no turismo			
71. T.P.S.	Não atua no turismo			
72. M.S.F.P.	Não atua no turismo			
73. G.C.L.R.	Não atua no turismo			
74. L.C.P.J.	Não atua no turismo			
75. M.C.N.B.	Não atua no turismo			
76. V.M.S.	Não atua no turismo			
77. M.S.B.	Não atua no turismo			
78. G.M.S.	Não atua no turismo			
79. B.T.C.	Não atua no turismo			
80. D.D.M.	Não atua no turismo			
81. L.M.C.	Não atua no turismo			
82. A.B.A.S.	Não atua no turismo			
83. A.B.P.	Não atua no turismo			
84. M.E.P.C.	Linkedin não encontrado			
85. M.A.C.	Linkedin não encontrado			
87. D.A.	Linkedin não encontrado			
88. G.V.R.	Linkedin não encontrado			
89. K.O.V.	Linkedin não encontrado			
90. G.H.F.S.	Linkedin não encontrado			
92. J.G.B.J.	Linkedin não encontrado			
94. J.F.R.	Linkedin não encontrado			
95. W.R.S.	Linkedin não encontrado			