

TURIS

Teoria e

Composi
profissio
teóricas e
Profissio
deste ma
turismo t

Apresent
cenários
macroec
agentes e
estudos c
objetiva
vinculad

Integrado
todos os
mudança
do sécul
livro mo
que deve
nações.

NOTAS

BEATRI
Contabil
de Comu
Turismo
"Economi
graduação
atividade
PAULO
Adminis
da Unive
Harvard
Pesquisa
"Desenv
graduação
no Brasil

APLICA

Livro-tes
conhecim
Educação

put

www.ec

© 1999 by EDITORA ATLAS S.A.

1. ed. 2000

ISBN 85-224-2339-3

Foto de capa: Agência Keystock
Composição: Style Up

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Turismo : teoria e prática / Beatriz Helena Gelas Lage, Paulo Cesar Milone (organizadores). – São Paulo : Atlas, 2000.

Vários autores.
Bibliografia.
ISBN 85-224-2339-3

1. Turismo – Aspectos econômicos e sociais I. Lage, Beatriz Helena Gelas.
II. Milone, Paulo Cesar.

99-2571

CDD-306.48

Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação e turismo : Economia 306.48
2. Turismo : Aspectos econômicos e sociais 306.48

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos de autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Depósito legal na Biblioteca Nacional conforme Decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907.

Impresso no Brasil/Printed in Brazil

A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO PARA O TURISMO

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

22.1 TURISMO: UMA CARREIRA RECENTE

Na década de 1970, o Brasil, mergulhado em uma ditadura com traços nacionalistas bem típicos do imaginário arcaico latino-americano, ganhava algumas novidades como os cursos de Comunicações e de Turismo. Havia uma postura dúbia a respeito das novas profissões. Os ignorantes pensavam que essa nova área de viagens e turismo não levaria a nada, que o ideal eram os velhos e bons cursos de Contabilidade, Datilografia e de Comércio, principalmente direcionados a atividades de “futuro” como bancos e escritórios comerciais. Existia também, evidentemente, o fascínio que a Medicina, Direito e Engenharia exerciam sobre os futuros profissionais e suas famílias, ansiosas para que seus filhos fossem “alguém”. Havia um outro tipo de ignorantes a respeito das novas realidades que estavam surgindo no mundo desenvolvido e que também criticavam os novos cursos. Eram os antigos empresários de turismo que iniciaram suas atividades no Brasil desde a década de 50. Para eles, turismo era algo que só poderia ser apreendido no trabalho diário. As universidades jamais poderiam ensinar algo tão sutil e complexo nas salas de aula. Um outro segmento era a intelectualidade bem posicionada ao longo de décadas em universidades cartoriais e elitistas, que pontificavam ser o Turismo e alguns outros cursos (Comunicações, por exemplo) algo como perfumaria ou supérfluo. Os alunos de Turismo, diretamente interessados na construção de um curso novo, que se baseava, em parte, na experiência espanhola, também

começavam a dar sua opinião sobre o que estava acontecendo e lutavam para abrir espaço em um mercado fechado, atrasado e relutante face aos novos desafios que apareciam no mundo. Em 1971, foi criada a Faculdade de Turismo do Morumbi, em São Paulo (atualmente Universidade Anhembi-Morumbi), pioneira no ensino de Turismo. Outros cursos superiores foram sendo abertos até o final da década, e os alunos eram uma mistura de pessoas genuinamente interessadas na área e também daqueles folclóricos que congregam desde as tribos das peruas deslumbradas até os românticos idealistas que vêem o turismo como uma “missão”, seja lá o que isso signifique. Finalmente havia o governo. Na esfera federal, o Decreto-lei nº 55 de 18-11-1966 definiu a política nacional de turismo, criou o Conselho Nacional de Turismo e a Embratur. Em 1967 aconteceu, no Rio de Janeiro, o Encontro Nacional de Turismo, primeira iniciativa da Embratur. Em 1968 os dados estatísticos sobre o turismo receptivo no Brasil começaram a ser realizados sistematicamente e, nesse ano, apontaram uma entrada de 290.079 turistas internacionais no país. Alguns Estados, como o Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro, preocupavam-se com a atividade turística, e alguns municípios pensavam estar em sintonia com os tempos modernos criando secretarias municipais de turismo e colocando a sua frente algum parente, de preferência falante e exuberante e que tivesse ido ao Nordeste ou à Flórida, mais como enfeites no organograma municipal do que como uma proposta realmente inovadora de sua gestão. A verdade era que pouca gente sabia algo sobre essa nova área. O Brasil tentava sair do secular

atraso colonial. A solução parecia vir das políticas de industrialização de Getúlio Vargas (1930-1945) e de Juscelino Kubitschek (1956-1961). O setor terciário da economia, nicho do turismo e da hotelaria, ainda era quase marginalizado e considerado menos importante para a economia e para o desenvolvimento.

O comércio era praticado desde o século XIX mas o setor de serviços em geral ainda era bastante desconhecido, especialmente no que se referia a áreas tão novas como viagens, turismo, entretenimento e lazer. O turismo brasileiro era artesanal no início da década de 1970. Os ônibus eram os monoblocos da Mercedes-Benz e sem nenhum dos modernos equipamentos como banheiro, armários, TV, vídeo ou geladeira. O serviço de bordo nas excursões rodoviárias era composto por pequenas garrafas de guaraná Antarctica, denominadas "Caçulinha", estocadas em geladeiras de isopor no fundo dos ônibus com muito gelo. Posteriormente chegaram as inéditas latas de guaraná Skol, feitas de folha metálica resistente. Era muito gozado ver os heróis norte-americanos do cinema amassarem as latinhas de cerveja com uma só mão e, aqui, no Brasil, era preciso o esforço das duas mãos para produzir o mesmo efeito. O segredo é que as latas gringas já eram de alumínio bem sutil. O café era armazenado em garrafas térmicas e sanduíches e salgadinhos imensos eram servidos em bandejas de papelão acompanhadas de guardanapos de papel, também imensos. Viajar de avião era um luxo e os vôos internacionais a bordo dos Constellations constituíam um evento para milionários e poderosos. O vôo inaugural da Varig com esses aviões foi realizado em 2-8-1955, na rota Rio de Janeiro/New York. O vôo fazia três escalas e o serviço de bordo era um ensaio gastronômico. Os poucos navios de passageiros eram da Lloyd Brasileira, uma estatal que se encarregou de sucatear nossa frota ao longo de alguns anos. Por causa dessa história, apenas no primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso é que os navios estrangeiros foram autorizados a fazer cabotagem na costa brasileira sem usar subterfúgios burocráticos. O motivo da proibição era proteger a frota mercante brasileira de passageiros, que não existia havia mais de vinte anos, um evidente engano e engodo de uma legislação protecionista arcaica e irracional. Finalmente existia o turismo rodoviário para automóveis. Era restrito, pois em 1950 o Brasil possuía somente 370.000 quilômetros de estradas. Naqueles anos pouca gente viajava a lazer, apenas os mais ricos e com tempo para se ausentar de seus negócios ou empresas. Conseqüentemente, poucos profissionais eram necessários para organizar, fazer reservas e operacionalizar essas viagens.

Na esfera pública a carência era similar. Em meados da década de 1960, época da criação da Embratur, era evidente que o Governo Federal não podia continuar com todas suas atividades de turismo restritas a uma única divisão denominada Turismo e Certames, um órgão burocrático subordinado a um Departamento da Secretaria de Comércio, por sua vez alocada no Ministério da Indústria e do Comércio. Os Estados da Guanabara e de São Paulo possuíam uma Secretaria de Turismo, e os outros estados contavam com departamentos e serviços autônomos como o Setur, do Rio Grande do Sul, o mais antigo órgão estadual de turismo no Brasil. É interessante notar que o turismo geralmente era reunido com esportes, ou cultura, ou educação. Até 1999, na renovação ministerial do segundo governo de Fernando Henrique Cardoso, o turismo está junto com esportes, revelando uma dificuldade atávica de se reconhecer que o setor possui uma dinâmica e complexidade próprias, é um dos maiores mercados do mundo e movimenta US\$ 3,8 trilhões anualmente. Manter turismo junto com alguma outra área não significa necessariamente que sua política ou seu planejamento sejam prejudicados, mas certamente será necessário garantir uma estrutura apropriada, inclusive com profissionais capacitados, para o setor de viagens, turismo e entretenimento em geral. Qualquer uma das áreas geralmente atreladas ao turismo na esfera pública, como esportes, cultura ou educação, possui uma estrutura própria também complexa e delicada. Portanto, as equipes responsáveis por esses campos precisam ter plena consciência das dificuldades e possibilidades inerentes a cada uma delas.

22.2 INÍCIO DO TURISMO ORGANIZADO NO BRASIL – UMA ANÁLISE CONTEXTUAL

No início da década de 1970, em pleno "milagre econômico", o turismo começou a aparecer no Brasil como alternativa viável e importante de desenvolvimento e geração de empregos e riquezas. O surgimento de uma área tão nova e sofisticada deu-se em um país com histórico colonial de exportador de matérias-primas básicas, com uma sociedade calcada por 300 anos em latifúndios patriarcais e escravocratas, as famosas *plantations*. O país vivia um momento de retrocesso político marcado pela ditadura militar de direita, um contraponto geopolítico importante na Guerra Fria global e, paradoxalmente, a classe média e as elites se deslumbravam com a ascensão vertiginosa das bolsas de valores e das novas possibilidades de geração de riquezas. O tricampeonato de futebol conquistado em 1970, o sucesso de

Emerson Fittipaldi na Fórmula 1, as misses brasileiras que faziam bonito no (então) badalado concurso de Miss Universo e o discurso ufanista do regime militar eram os ingredientes fervilhando no caldeirão da chamada “modernidade” para onde o Brasil supostamente se dirigia. A crise do petróleo e o colapso do modelo econômico protagonizado pelos dirigentes da época acabaram com os sonhos de Brasil-potência e, logo depois, a história mostrou que muito melhor que um caldeirão para cozinhar a modernidade era uma rede de computadores para viver a pós-modernidade.

Foi nesse contexto, rico em crises e sonhos, que a educação em turismo foi implantada no Brasil. Um novo curso para um país promissor, que se descobria herdeiro das benesses do futuro, um curso que encontraria sua vocação plena em um paraíso tropical repleto de belezas naturais ainda intocadas; enfim, o país do futuro encontrava a profissão do futuro. Passados quase 30 anos é evidente que aquele modelo esgotou-se e o turismo não atingiu o patamar que se imaginava para ele. Quanto ao Brasil, ele está hoje envolvido em mais uma crise, é verdade, mas evoluiu muito na década de 1990, e o turismo deixou de ser uma simples promessa mal compreendida para se tornar uma área cada vez mais importante de negócios, de planejamento e de gestão, baseada na competência e na qualidade.

Muitos problemas continuam. No caso do turismo em geral, o modelo proposto na década de 1970, que podemos chamar da primeira fase do desenvolvimento do turismo no país, fracassou. Os motivos foram as crises econômicas sucessivas e a falta de consciência de três importantes fatores para um desenvolvimento harmônico, sustentável e duradouro do turismo: preservação do meio ambiente natural e cultural, consciência da importância dos programas de qualidade na prestação de serviços e reconhecimento da necessidade da formação de mão-de-obra qualificada em todos os níveis (da operação ao planejamento e alta gestão) e nos diversos segmentos de lazer e turismo.

O Brasil atravessa a segunda fase do desenvolvimento do turismo. Essa fase pode ter como marco o início da década de 1990. Com o final da Guerra Fria, o colapso do socialismo real, a aceleração do processo de globalização e de formação dos megablocos econômicos, o Brasil reforçou seu processo democrático (*impeachment* de Fernando Collor, posse de Itamar Franco e eleição de Fernando Henrique Cardoso). Ao lado da estabilidade política surgiu a abertura econômica e comercial, a série de privatizações (foram cerca de 56 entre 1991 e 1998), a

abertura para investimentos estrangeiros e a crescente credibilidade do país até janeiro de 1999, data do início da crise cambial. Houve também uma continuidade na gestão da Embratur (transformada em Instituto Brasileiro do Turismo) com a manutenção de seu presidente, *Caio Luiz de Carvalho*, de 1995 até a presente data (fevereiro de 1999), o que sempre ajuda no sentido de se garantir uma sucessão lógica e articulada dos vários projetos e um planejamento estratégico de uma política nacional de turismo.

A crise brasileira de 1999 não pode ser encarada nem como “do ano” nem como exclusivamente nacional. A crise foi um tipo de evento anunciado, pois as transformações no capitalismo internacional abalaram as bolsas mundiais (1987), os países do socialismo real (1989-1991), o México (1995), vários países asiáticos, inclusive o Japão (1997), a Rússia (1998) e finalmente o Brasil. Inúmeros autores (por exemplo, Robert Kurz, Peter Drucker, William Greider, Ignácio Ramonet, Alain Minc, Jeremy Rifkin, Eric Hobsbawm, William Bridges, Robert Reich, David Harvey) tentaram interpretar as mudanças mundiais e vaticinar sobre as tendências e desdobramentos da história, mas ainda é cedo para avaliar quem mais se aproximou de um “acerto”. O que se pode constatar como certo é a profundidade das mudanças mundiais e a necessidade de os setores emergentes da economia pós-industrial se utilizarem de novos métodos e modelos para se viabilizarem em um mercado cada vez mais competitivo e em uma sociedade cada vez mais exigente, cética, pluralista e complexa.

Como o turismo se insere neste novo mundo?

Com muitas possibilidades de sucesso mas também com muitos problemas herdados da história recente.

22.3 TURISMO: COMO ENSINAR? COMO APRENDER?

22.3.1 O cenário atual do ensino do turismo

É inegável que após 1995 os cursos de Turismo no Brasil passaram por uma verdadeira explosão na quantidade, mas não, infelizmente, na qualidade. Um levantamento parcial sobre as escolas superiores de Turismo e Hotelaria no Brasil chegou aos seguintes números aproximados:¹

1. Levantamento realizado pela Prof^a. Dra. Marília G. R. Ansarah, concluído em fevereiro de 1999.

- Existem cerca de 140 escolas superiores de Turismo e 20 de Hotelaria.
- O Estado de São Paulo possui o maior número de escolas, cerca de 50, sendo cerca de 25 na cidade de São Paulo.
- Os Estados com maior número de escolas são, em ordem decrescente: São Paulo, Bahia, Paraná e Santa Catarina.
- Os cursos superiores de turismo dividem-se em bacharéis e tecnólogos; podem ser bacharéis em turismo, bacharéis em administração com ênfase em turismo ou bacharéis em turismo e hotelaria; os cursos superiores de hotelaria também dividem-se em bacharéis e tecnólogos, podendo oferecer titulação em hotelaria ou administração com ênfase em hotelaria.

Existem ainda os cursos técnicos em Turismo e Hotelaria (nível médio); cursos de Guia de Turismo (classe excursão nacional, classe excursão internacional e guia de turismo regional); cursos de habilitação profissional como Emissão de Passagens Aéreas Nacional e Internacional; e cursos rápidos oferecidos por entidades privadas como o Senac (Administração de Agências, Dicas de Viagens, Organização de Roteiros Turísticos, Complexo Walt Disney World etc.).

Os cursos de hotelaria surgiram no final da década de 1980 e os pioneiros foram o Senac de São Paulo e a Universidade de Caxias do Sul. A área de gastronomia é ainda mais recente. Em 1995 foi lançado o curso de Cozinheiro-Chefe Internacional no Grande Hotel São Pedro, Hotel-Escola do Senac Turismo e Hotelaria de São Paulo. Em 1999 a Universidade Anhembi-Morumbi (São Paulo) lançou o curso superior de Tecnologia em Gastronomia. Vários cursos de curta duração na área de Alimentos e Bebidas são oferecidos pelo Senac em vários estados do Brasil. Outros cursos ligados a eventos, meio ambiente, patrimônio histórico e cultural, administração de empresas turísticas, lazer e recreação, entretenimento etc. são, direta ou indiretamente, relacionados com o turismo, o que é salutar, desde que todos saibam exatamente do que estão tratando.

Uma característica do ensino do turismo no Brasil é, portanto, o aumento quantitativo dos cursos de turismo e o surgimento de cursos relacionados com a área, suprimindo a crescente necessidade de especialização e segmentação. Mas essa riqueza de opções no cenário nacional apresenta alguns problemas, além de inúmeras possibilidades e percepção de uma maturidade importante nos profissionais ligados ao setor. Esses problemas podem ser denomina-

dos “antigos”, causados por velhos vícios e mazelas do país, ou “novos”, causados pelo desconhecimento perante o novo ou pelas dificuldades inerentes aos pioneiros.

22.3.2 Quais são os problemas?

O principal problema é a falta de professores, especialmente titulados (mestres e doutores) e a falta de uma visão estratégica coerente com o dinamismo e sofisticação dos setores de viagens e turismo.

A falta de professores reflete-se na qualidade dos cursos oferecidos pelo país. Muitos dos atuais estudantes estão tendo aulas com profissionais formados nos mais diversos campos, menos em turismo. Não se quer com esse discurso ter uma atitude corporativista, cabotina ou de reserva de mercado. A questão é que um curso de turismo que não tenha professores formados em turismo e/ou hotelaria ou docentes com experiência razoável em alguma empresa séria do *trade* turístico corre o risco de “enrolar” os alunos e resvalar para a picaretagem. Pode ser ainda pior se esses professores forem defasados já em sua própria área de conhecimento. Por exemplo, vários dos mais de 500 cursos de administração do país carecem de uma visão mais atualizada de gestão e que atenda aos novos desafios e exigências do mercado e da sociedade. Como vários professores migram de outros campos (administração, geografia, economia etc.) para os cursos de turismo, pode se verificar uma dupla falha. Os professores não conhecem a vastidão e as sutilezas do setor de viagens e turismo e muitas vezes não são bem preparados em suas próprias áreas de formação específica. Ou seja, algumas vezes um administrador especializado no setor industrial (turismo é serviço, apesar de ser chamado livremente de “indústria”) vai dar aulas em turismo e já chega obsoleto em sua própria área. Qualquer projeto pedagógico de curso de administração precisa, hoje, ter uma orientação para o setor terciário e as novas configurações do mercado global, mas isso nem sempre acontece. Não é impossível encontrar nas salas de aula, por parte dos mestres, bibliografias arcaicas, apostilas desatualizadas e discursos ao mesmo tempo autoritários e antiquados. Aí começam as aberrações que afetam profundamente a qualidade dos cursos de turismo: administrador com uma lógica do mundo industrial e desconhecimento da bibliografia (livros, periódicos, vídeos, endereços na Internet) sobre o setor de serviços; geógrafo que é contra a globalização por motivos puramente ideológicos e se nega a discutir possibilidades ou flexibilizar sua teoria dogmática; ou sociólogo contrário ao turismo de massa e portador de

um discurso pretensamente ecológico ou popular mas que é na verdade elitista, pois veta às massas a oportunidade de viajar e se divertir. Há ainda o bacharel em turismo que dá aulas com bibliografia da década de 1980 ou ainda mais antiga e se apegua à primeira fase do desenvolvimento do turismo brasileiro (década de 1970) e aos exemplos espanhóis ou suíços exclusivamente (sem perceber que a América do Norte, partes da Ásia e da Oceania disputam com a Europa os mais elevados padrões de eficiência e qualidade no turismo global). Esse quadro é comum em várias instituições de ensino superior de turismo. Os alunos que se candidatam a esses cursos não sabem que sairão com um diploma legalmente reconhecido mas desprovido de valor para o mercado, porque seu curso não ofereceu um conteúdo que o possibilite a trabalhar na área de uma forma eficiente e competente. Em suma, dos quase 150 cursos superiores de turismo do Brasil, uma grande porcentagem (impossível de ser definida, mas seguramente considerável) não atende aos parâmetros mínimos de exigência. Quem pode dizer quais são esses parâmetros? Outros professores, profissionais e empresários do setor turístico.

Os cursos superiores brasileiros passam por um longo caminho na burocracia do Ministério da Educação até serem oferecidos ao mercado. No caso de Turismo e Hotelaria os processos devem ser aprovados de acordo com os parâmetros mínimos do MEC. Posteriormente passam pelo crivo da Comissão de Especialistas do Ensino de Administração (ligada à Secretaria de Educação Superior do MEC). Essa Comissão pode dar parecer consultivo (o parecer final é do Conselho Nacional de Educação) para autorização do curso (apenas no caso de faculdades; as universidades não precisam dessa autorização inicial para abrir um novo curso) ou para autorização do curso quando a primeira turma estiver se formando (todas as instituições precisam dessa autorização do MEC). Apesar desses cuidados há inúmeras possibilidades de as instituições tentarem burlar as regras mínimas exigidas pelas Comissões de Especialistas e pelo MEC e, ao basearem-se em uma média baixa de atendimento a seus alunos, resvalarem na mediocridade e na ineficiência.

A falta de professores para a área de turismo não se restringe ao Brasil. É comum, nos países do Cone Sul (Paraguai, Uruguai, Argentina e Chile), acadêmicos e profissionais que não possuem uma formação específica em turismo. Isso é ainda comum porque os cursos superiores de Turismo surgiram na América do Sul no início da década de 1970. A maior parte desses países viveu crises políticas e econômicas profundas ao longo da década de 1980 e apenas na década de 1990 puderam pensar em no-

vos investimentos e opções de desenvolvimento em várias áreas, inclusive em turismo, hotelaria, gastronomia e entretenimento. Além desses fatores históricos que explicam, em parte, a fragilidade da área, há ainda fatores mais subjetivos porém não menos profundos: a ignorância, o preconceito e o receio de perder posições para jovens profissionais com um diploma superior. Quanto a esses fatores haverá uma análise mais pormenorizada no próximo tópico. Para que se tenha idéia da gravidade da situação podem-se analisar alguns casos recentes.

Em 1996, várias Comissões de Especialistas do Ministério da Educação foram rearticuladas com o objetivo de dar prosseguimento à análise dos processos de autorização de novos cursos, paralisados no MEC. O então Conselho Federal de Educação foi desativado em outubro de 1995 e substituído pelo atual Conselho Nacional de Educação (CNE). Quando as novas comissões começaram a se reunir, encontraram cerca de 5.000 processos que esperavam apreciação nas diversas áreas do conhecimento. Esses processos eram referentes às faculdades, em geral particulares ou comunitárias, pois as universidades, particulares e públicas, são autônomas para autorizar os próprios cursos, necessitando apenas do processo de reconhecimento. No caso dos cursos de turismo e hotelaria, cursos alocados na comissão de Especialistas do Ensino de Administração, havia mais de uma centena de pedidos. Foram organizados padrões de qualidade para os cursos; análises curriculares; análises das disciplinas quanto às ementas, conteúdos programáticos e bibliografias básicas; relatórios com conceitos e comentários para cada processo analisado; e um rodízio para que professores de todo o país pudessem participar levando sua colaboração profissional regional e para que a equipe pudesse contar com o pluralismo geoeducacional que caracteriza países com grande extensão territorial como o Brasil. No caso de turismo e hotelaria os resultados foram preocupantes: cerca de 70% dos processos não passaram pelos padrões mínimos de exigência e foram devolvidos a suas Instituições Superiores de Ensino para serem refeitos. Quem fez esses projetos? Não foram os alunos, mas professores, coordenadores e consultores, e eles não sabiam o que estavam fazendo.

Perceberam-se duas situações:

1. As equipes desconheciam a realidade do turismo e da hotelaria. Apresentaram currículos copiados de instituições brasileiras e estrangeiras, não conheciam a bibliografia atualizada, não possuíam metodologia de trabalho científico para embasar a documentação entregue, não sabiam exatamente

te o que queriam em seus cursos porque tampouco sabiam exatamente o que era turismo e hotelaria. Um ponto ainda mais delicado foi que quase ninguém soube apresentar uma análise econômica e social para justificar a existência de um curso em sua região e tampouco souberam fazer a análise sociológica e filosófica do projeto pedagógico. Essas equipes de professores e coordenadores não sabiam como utilizar corretamente algumas práticas que se aprendem, por exemplo, no mestrado em programas de especialização mais profundos. Falharam, portanto, no uso da metodologia científica, na pesquisa de campo, na utilização de conceitos e procedimentos acadêmicos (tanto gerais quanto específicos) e na apresentação de projeto com um mínimo de conteúdo que possibilitasse educar um profissional até o final do curso proposto.

2. Algumas dessas Instituições de Ensino Superior talvez não pensassem que os processos fossem ser lidos com seriedade pelas Comissões. Essa postura é também grave, por ser irresponsável e nihilista. Mesmo que não houvesse necessidade de autorização para novos cursos (uma realidade não tão distante, talvez), sem um projeto pedagógico bem elaborado e articulado, os cursos estão fadados ao fracasso. Inúmeros cursos medíocres do país não possuem projetos que explicitem o que se pretende para os novos profissionais, como se atingirão esses objetivos e onde estão os fundamentos teóricos e práticos que fundamentaram o projeto. Algumas instituições simplesmente copiaram os projetos pedagógicos, utilizando um único projeto para vários cursos e localidades sem se preocupar com as diferentes características e necessidades geoeducacionais.

Ao longo de três anos (1996 a 1998) houve uma preocupação do MEC e dos Conselhos Federais ligados às diversas profissões, no sentido de informar às instituições de todo o país como proceder para abrir novos cursos e manter ou elevar os padrões de qualidade nos cursos existentes. Atualmente, há páginas na Internet, publicações como a Biblioteca Básica para Cursos de Graduação em Turismo (editada em 1997 pela ABDETH e disponível na Internet em versão atualizada no final de 1999) e seminários em vários pontos do Brasil. Em 1998, a PUC-Campinas autorizou-me a publicar o Projeto Pedagógico do curso de Turismo para servir de base de discussão para ou-

tros cursos em outras instituições (foi publicada como anexo no livro *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papirus, 1998).

22.3.3 Preconceitos e conceitos obsoletos

Quando se discute a qualidade dos cursos de turismo e hotelaria, é preciso levar em conta que a formação profissional nessas áreas é relativamente recente em todo o mundo e que a educação para esses setores exige uma tríplice vertente de conhecimentos: cultura geral, representada pela formação humanística, habilidades de gestão e conhecimento técnico específico. Portanto, o futuro profissional deve saber que terá um longo caminho para se aprofundar em disciplinas como contabilidade, planejamento, sociologia, agências de viagens, alimentos e bebidas, psicologia, administração etc. Os cursos são novos, o mercado profissional brasileiro voltou a crescer também recentemente (meados da década de 90), a formação profissional é variada e complexa e há poucos profissionais capacitados para ensinar. Esses são os principais problemas estruturais acadêmicos encontrados. Não são poucos, mas assim mesmo não esgotam as dificuldades. Existe ainda a ignorância que gera o preconceito e o comprometimento da qualidade de serviço, seja referente às exigências do mercado em geral, seja no que se refere aos padrões para que, nas escolas, a qualidade do ensino fique acima do razoável. É preciso que os educadores, estudantes, consultores, empresários, planejadores e profissionais em geral conheçam esses preconceitos e discutam profundamente as medidas para que a ignorância não se torne uma dificuldade a mais para atrapalhar, no Brasil, o crescimento do turismo. Esse setor representa um grande potencial de desenvolvimento, geração de renda e empregos e congrega uma gigantesca teia de opções de diversão e entretenimento. Com todos esses predicados, o turismo exerce grande atração como futuro (e atual) campo privilegiado de trabalho. Só é preciso desfazer os mal-entendidos, sanar o desconhecimento e combater os preconceitos para que a sociedade e o mercado possam desfrutar plenamente de um dos campos mais fascinantes para se trabalhar e se divertir. A lista dos problemas não é tão pequena e simples de ser solucionada, mas o primeiro passo é identificar e delimitar a extensão e profundidade das falhas, e para isso segue-se um rol que não pretende esgotar o assunto, mas avançar na discussão franca dos velhos (e novos) desafios para a educação direcionada ao turismo e à hotelaria.

22.4 LISTAGEM DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS

22.4.1 "Turismo se aprende na prática"

Eu ouvia isso na década de 1980 quando comecei a trabalhar na área e alguns profissionais tinham despeito porque eu estava na universidade. Turismo se aprende na escola e na prática, um campo não exclui o outro e ambos se complementam. O problema é que na década de 1970 os "veteranos" do turismo imaginavam que apenas os que passassem pelas diligências e caravelas teriam a iluminação necessária para entender os mistérios do turismo e que as universidades jamais poderiam ter um conteúdo que atendessem às exigências do mercado. Por outro lado, alguns recém-graduados, também no início da década de 1970, pensavam que seriam as novas estrelas do turismo nacional e esnobavam solenemente o pessoal do *trade*. Foram atitudes impulsivas e motivadas pelo ineditismo da área, ou seja, ninguém sabia muito bem o que se estava articulando e todos se acharam no direito de serem donos da verdade. Esse tipo de estranhamento durou alguns anos e, a bem da verdade, o *trade* tinha razão em apontar a falta de conteúdo programático razoável de algumas escolas e a academia também estava correta ao apontar o amadorismo e a superficialidade de alguns empresários e profissionais. De resto a sociedade atual mostrou que a experiência dos "veteranos" pode ser importante, mas a criatividade e a ousadia dos jovens profissionais é que possibilitarão novos projetos e posturas e boa parte dessas novidades está sendo gerada nas poucas e excelentes universidades e escolas do país e do mundo. Atualmente falar que se formou na "escola da vida" é de um arcaísmo puro e mostra um ressentimento mal disfarçado gerado pela frustração de não poder ter passado por uma educação formal e de qualidade.

22.4.2 "Aqui no Brasil fala-se português", lema dos nacionalistas ingênuos

Essa pérola oriunda do antigo ranço nacionalista pode ser encontrada no argumento roto de que nossa língua portuguesa está maculada por expressões estrangeiras (entenda-se, o inglês) e que se os estrangeiros querem vir ao Brasil, que aprendam nossa língua, pois não temos obrigação de compreendê-los. O pior é que já ouvi essa bobagem dita em bom tom em seminário universitário. Esse tipo de anacronismo tem origem no nacionalismo populista das décadas de 1930/1940, quando o reacionarismo

latino-americano se uniu à esquerda local para imputar aos norte-americanos toda a responsabilidade de nossas mazelas. É uma mistura de Perón e Getúlio Vargas com Eduardo Galeano. Pode ser tolerado enquanto folclore de má qualidade e enquanto ignorância dos monoglotas amargos, porém quando se pensa em proposta de um curso sério para o setor de serviços é preciso que se deixe bem claro que o profissional não pode deixar de aprender, no mínimo, uma segunda língua. Essa língua é evidentemente o inglês e, no caso do Brasil, o espanhol graças a nossos vizinhos latino-americanos. É claro que a fluência em outras línguas sempre será útil nas áreas de turismo e hotelaria. Os professores e coordenadores têm a obrigação de orientar seus alunos e evitar que pensamentos retrógrados e ridículos como esse sejam impunemente apresentados. O pior é que muitas vezes aparecem com a roupagem da dignidade e da nobreza dos sentimentos pátrios sem que seus postulantes percebam como é patética sua atuação em um mundo globalizado.

22.4.3 "Globalização é perdição", estereótipo dos nacionalistas ressentidos

Há duas vertentes opostas em jogo na academia e na mídia: uma enaltece e glorifica a globalização e a outra a vê como a fonte dos males e desgraças contemporâneos. É claro que os Estados Unidos e Fernando Henrique Cardoso são os demônios guardiães da globalização e devem ser exorcizados pela militância lúcida, fiel a seus princípios, honestíssima e à margem de outros interesses que não sejam os da pátria ultrajada e vendida. O problema é bem mais complexo do que um simples maniqueísmo. A globalização é um processo antigo, segundo alguns autores, cuja origem remontaria ao início do capitalismo comercial e que se intensificou na década de 1970 com as novas tecnologias (eletrônica, informática, telecomunicações etc.) e na década de 1990 tomou maiores proporções com o colapso do socialismo, com o mercado financeiro global e a formação dos megablocos econômicos. Vale lembrar que o que está globalizado é o sistema de telecomunicações e de finanças, o turismo, alguns conceitos e práticas de gestão e parte da mídia. A cultura, a política, as religiões e vários outros aspectos da vida não estão fundidos em um amálgama global, pelo contrário, mantêm suas diferenças muitas vezes com ódio e irracionalismo (vide as lutas étnicas, o renascimento da xenofobia e do etnocentrismo, o fundamentalismo religioso e a fragmentação tribal de várias partes do mundo). O que está acontecendo é uma profunda mudança no capitalismo mundial e uma nova socie-

dade está surgindo desse ciclo profundo de crises e transformações. A passagem do século XX para o século XXI tem chances de ficar conhecida como uma época de incertezas, insegurança, desilusão com os modelos políticos e econômicos antigos e a busca de novas alternativas, por sinal difíceis de serem hoje vislumbradas no cipoal de idéias e práticas heterodoxas que fazem a tessitura da pós-modernidade. Toda mudança acarreta problemas, perdas e prejuízos, assim como traz soluções, novas propostas e novas possibilidades de crescimento. O sistema capitalista atingiu um alto nível de eficiência e racionalidade que precisa de ajustes para evitar o colapso em várias áreas do mundo. O cassino financeiro global tem causado terríveis conseqüências a vários países e regiões do planeta. Aliás, já foi falado por economistas que a especulação mundial é pior do que um cassino, pois este ainda tem suas regras e o mundo vê, perplexo, o turbilhão das finanças assolar o planeta como *William Greider*, um dos muitos que escrevem sobre o assunto, bem explicou em seu livro "O mundo na corda bamba", que possui um nome mais significativo em inglês: *One world, ready or not*. Muitos acadêmicos e políticos ainda não engoliram o fracasso do socialismo e torcem para que o capitalismo tenha o mesmo destino rumo ao desastre e, novamente, encaram a globalização como um artifício dos ianques para dominar o mundo. O problema é extremamente abrangente e delicado. Não há um consenso sobre o assunto e seu aparecimento na história é tão recente que serão necessários alguns anos para que os teóricos possam ter um cenário melhor do que o atual. O importante é que essas discussões não sejam dogmáticas, unilaterais ou maniqueístas. O turismo e a hotelaria são setores que têm se beneficiado da abertura global de mercados e do aumento do fluxo de viajantes pelo mundo. É impossível aprender as sutilezas e meandros do turismo sem entender a globalização. Ela não é nem boa nem ruim. Ela existe, está se implantando cada vez mais à medida que as teias da mídia, das finanças e do entretenimento se articulam em complexas e novas configurações de poder global. Quem não estiver preparado para esse novo mundo ficará na lata de lixo da história. É necessário, sim, diminuir as injustiças sociais, evitar que os aspectos destrutivos do capitalismo turbinado esgotem a capacidade de regiões inteiras inviabilizando-as econômica e socialmente, procurar preservar políticas sociais que garantam maior oportunidade a todos e garantir por meio da educação que as novas gerações tenham condições de entender as mudanças e possam sobreviver em um mercado mais competitivo e cruel. Vários autores entendem que isso não será possível e outros condenam a globalização mas sem apresentar alternativas viáveis e concretas. O desafio é tal-

vez um dos mais difíceis na história da humanidade, mas não será negando o real que conseguiremos plantar nossos ideais. É preciso descobrir caminhos entre o possível e o sonho.

22.4.4 Não há literatura específica no Brasil – a necessidade de leitura e pesquisa

Isso era verdade nas décadas de 70 e 80. Atualmente várias editoras estão investindo em séries e publicações isoladas nas áreas de turismo e hotelaria. Editoras como Papyrus (Campinas), Hucitec (São Paulo), Atlas (São Paulo), Educus (Rio Grande do Sul), Senac (São Paulo) e Loyola (São Paulo) têm trazido ao público diversos títulos abrangendo pesquisas, relatórios e ensaios de profissionais e acadêmicos, sem contar os títulos de livros sobre viagens e os periódicos das universidades ou os jornais e revistas especializadas. Porém, evidentemente, o Brasil não esgota as possibilidades. Quem quiser se aprofundar precisa dominar o espanhol, o inglês ou o francês ou italiano para ter acesso à imensa variedade de publicações da área. Coleções como a Trillas (México), a série do Educational Institute (American Motel and Hotel Association, EUA), os livros técnicos e relatórios da Organização Mundial do Turismo (Madri) e os ensaios ingleses e franceses são indispensáveis para o profissional. Volta-se ao ponto anterior de que pelo menos uma língua estrangeira é fundamental e atenta-se para outro problema crucial: o estudante brasileiro lê muito pouco. Aliás, o brasileiro lê pouco. O consultor Marco Aurélio Ferreira Viana afirmou em uma conferência que é difícil fazer com que o executivo leia dois ou três livros por ano. No caso dos estudantes de turismo e hotelaria, a média fica entre três e cinco livros por ano, sem contar os que não lêem nada, apenas as apostilas obrigatórias e os avisos nos murais. Qual é uma média razoável de leitura para um estudante universitário na área de humanas? Entre vinte e quarenta livros por ano. Menos que isso é cair na mediocridade, na superficialidade e, talvez, no fracasso profissional. Outro ponto a se destacar é que apostila deve ser um instrumento de exceção, não uma regra pedagógica. Devem-se ler livros completos para se entender melhor a realidade, para se ter argumentos de discussão e para treinar o raciocínio e aumentar a capacidade intelectual. Finalmente, é fundamental o investimento (pessoal e institucional) na pesquisa acadêmica, estatal e empresarial. Sem bases de dados, relatórios fidedignos e linhas de pesquisa nos mais variados campos, o turismo no Brasil não poderá ter um desenvolvimento pleno, com planejamento bem-feito, implantação consistente e ações eficientes de marketing, gestão e qualidade.

22.4.5 Escola não investe no docente

Tudo o que foi dito dos alunos no item anterior vale para os professores. Se o corpo docente não está motivado para se atualizar constantemente, participar de congressos e seminários, viajar e ler sistematicamente, o curso terá nível baixo e os alunos serão prejudicados. Algumas vezes ouço afirmações de que “a escola não investe como deveria nos docentes”. Muitas vezes é verdade, mas o professor deve investir nele mesmo. Se a escola não tem condições, ou visão, para melhorar seu corpo docente, vejo que a melhor saída é o próprio docente se qualificar, tentar mudar a postura de seu local de trabalho e, se não conseguir, deve procurar outra instituição. O melhor investimento que um professor pode fazer é conseguir titulação acadêmica, ler muito, publicar, estar familiarizado com as novas tecnologias, viajar, participar de congressos e discutir com outros profissionais as questões referentes a sua área. A competição chegou na vida acadêmica e isso é ótimo. Várias instituições públicas e privadas possuíam uma subcasta decadente de docentes que por questões políticas ou domésticas se incrustava no poder, formal ou informal, e passava a repetir fórmulas gastas nas aulas sendo motivo de riso para os alunos: fichas amareladas, apostilas remendadas, conteúdos estranhos e arrogância eram o instrumental desses profissionais. A nova Lei de Diretrizes e Bases e os novos métodos de avaliação do MEC (inclusive o Exame Nacional de Cursos, popularmente conhecido como “Provão”) obrigaram os professores acomodados e as coordenações omissas a reformularem suas posturas para sobreviver aos próximos anos. É interessante lembrar que vários professores são contra processos de avaliação e vários apenas apresentam motivos ideológicos que mal disfarçam suas preferências partidárias. Errou quem foi contra o “Provão” e quem se acha acima da crítica para ser submetido à avaliação constante. A Instituição de Ensino Superior deve investir em seu maior bem, que são os professores, mas deve também ter um processo claro de avaliação desses docentes e procurar garantir elevado nível de qualidade a seu outro maior patrimônio, que são os alunos. Se o docente investe em sua formação, ele terá cada vez mais legitimidade e condições de exigir de sua instituição a contrapartida que significa respeito profissional, ética e apoio às atividades desenvolvidas pelo professor. Assim como os outros profissionais, os professores precisam compreender os novos desafios e exigências do mercado e da sociedade. A gestão das instituições de ensino implica manter a capacidade intelectual, a qualidade do ensino, a possibilidade de reflexão e crítica, espaço para pesquisa e a viabilidade econômica. Esses são os componentes de uma equação difícil de ser mantida em equilíbrio, mas várias instituições es-

tão conseguindo atingir seu objetivo. Com a crise de 1999, o cenário tornou-se ainda mais instável. Na verdade, desde o início do Plano Real, em 1994, as pessoas perceberam que a estabilidade econômica e a abertura de mercado implicavam substanciais mudanças. Com isso vários profissionais começaram a procurar meios para se adaptarem aos novos tempos. *Up date* e *Up grade* (atualização e incremento de suas habilidades) tornaram-se práticas cada vez mais valorizadas no mercado. É nesse cenário já bastante conhecido no país que as exigências de capacitação profissional se enquadram. Em suma, se dada instituição não quer mesmo investir em seu profissional, é o momento de ele fazer o investimento em si próprio e procurar novos horizontes.

22.4.6 Turismo e política

Existe a política interna da instituição e a participação na macropolítica do país, especialmente no setor de turismo e lazer. É importante que os docentes e alunos participem de alguns projetos em sua comunidade e em sua região. Essa participação pode ser feita em conjunto com as prefeituras ou o governo de seu estado. A Política Nacional de Turismo, elaborada pela Embratur, precisa ser conhecida e discutida em classe. A participação política não deve ficar restrita à esfera governamental. Existem sindicatos, igrejas e organizações não governamentais que estão cada vez mais interessadas em lazer e turismo. No caso de grandes cidades ou em regiões onde o ecoturismo e o turismo rural podem ser desenvolvidos, pode-se trabalhar em conjunto com organizações comunitárias ligadas aos bairros (no caso dos grandes centros urbanos) ou a atividades locais e/ou grupos étnicos e sociais (no caso das áreas rurais ou ecológicas). A participação política implica o relacionamento entre a instituição de ensino superior e outros setores da sociedade local e regional, mas implica também o contato com outras instituições educacionais no Brasil e no exterior. Com as crescentes facilidades da Internet, fax e viagens ao exterior, tornou-se mais fácil travar contato e trocar experiências com instituições internacionais. É impossível desenvolver plenamente o conhecimento em áreas de ponta do setor de serviços sem familiarizar-se com as idéias e procedimentos muitas vezes já estruturados há décadas no exterior. Aí entra a política interna da escola como um meio de abrir portas e facilitar (às vezes, infelizmente, dificultar) os contatos com parceiros em outros países. Cada vez mais nossos alunos de turismo, hotelaria, gastronomia e lazer viajam ao exterior para fazer estágios, visitas técnicas ou passeios orientados. Muitos são até mesmo contratados por um período de tempo para trabalhar e vivenciar seu campo de

trabalho em outro país. Esses contatos dependem do interesse e da agilidade dos gestores educacionais em viabilizar os contratos de cooperação ou similares e dos professores em procurar oportunidades de parceria ou convênios. Não são mais apenas as grandes empresas que podem ter acesso a facilidades no exterior. Qualquer cidadão pode trocar correspondência, e-mail, fax ou telefone com outras pessoas, empresas, ONGs e governos no exterior e há um interesse crescente pelo Brasil e seus múltiplos aspectos culturais e regionais.

Outro aspecto a se considerar é a necessidade de os jovens profissionais adquirirem sensibilidade em relação à complexidade subjetiva nas diversas instituições. Isso significa ter sensibilidade política para resolver (e evitar) problemas com os acionistas, parceiros, conselheiros, assessores, sócios e outros profissionais envolvidos, direta ou indiretamente, em seu espaço de trabalho. Vários executivos comentam que possuem conhecimentos técnicos sobre determinado assunto e não são obrigados a administrar suscetibilidades diplomáticas ou políticas. Estão errados. Um profissional integral precisa ter maturidade, percepção e competência para enxergar os diversos pontos objetivos e subjetivos do cenário onde atuam para que possam executar suas atividades de forma satisfatória. Para os que são tentados ao "purismo" (que não se confunde absolutamente com a ética) sugere-se a leitura cuidadosa da peça *As mãos sujas*, de Jean-Paul Sartre.

22.4.7 "Turismo é um sacerdócio"

Não é. Turismo é um trabalho metucioso que deve ser feito com muita competência e atenção, dependendo dos detalhes serem bem elaborados, e exige profissionais altamente qualificados. Finalmente, turismo é um setor em que o profissional pode se divertir enquanto trabalha, geralmente envolve a pessoa, que não quer mais deixar a área (já ouviu dizer que turismo é uma cachaça?) e as viagens são consequência do trabalho e não necessariamente a motivação para se escolher essa profissão. Não é um sacerdócio porque não exige que se acredite em dogmas, não há uma hierarquia para ser adorada e nenhuma divindade para ser idolatrada. O turismo como sacerdócio é uma das antigas expressões arcaicas com que se tentava glorificar o trabalho como sendo terrível e extremamente difícil. Quem já foi guia de turismo, por exemplo, sabe muito bem que o trabalho exige paciência, dedicação e conhecimento, mas deixa imensas possibilidades de

prazer e bons momentos. Quanto aos outros profissionais da área, sempre há a oportunidade de aprendizado contínuo porque, em geral, cada dia é diferente do outro. Os professores devem avisar aos alunos que a ampliação de seu mercado acontece a cada ano e que ninguém pode saber ao certo onde exatamente eles vão trabalhar.

22.4.8 "Quem faz turismo vai ser agente de viagens" – você não percebeu as mudanças?

Cada vez menos. O mercado tornou-se tão vasto que serão agentes de viagens apenas aqueles que desejarem. Isso não significa que o mercado de agentes de viagens vá desaparecer em virtude da crescente informatização da reserva e emissão de bilhetes aéreos, vouchers de hotéis, aluguel de carros ou passagens. O agente de viagens será sempre necessário para atender clientes interessados em viagens mais complexas e/ou sofisticadas, para fazer reservas em datas críticas quando a maioria dos serviços estão vendidos e os destinos lotados e para dar uma consultoria específica no que se refere à segurança nas viagens, seguros, ofertas especiais, novos produtos, aproveitamento de promoções feitas por cartões de crédito ou programas de milhagens etc. Mas, ao lado do tradicional emprego nas agências de viagens surgiram, nos últimos anos, muitas novas oportunidades para o profissional com nível superior em turismo. Em primeiro lugar é preciso entender que o profissional que termina um curso superior deverá estar preparado para atividades de planejamento e de gestão. Aqueles que fazem cursos técnicos ou de curta duração estarão capacitados para atuar em atividades mais operacionais ou chamadas também de "linha de frente". Isso não quer dizer que todo diplomado em nível superior vá começar sua carreira como gerente. Não vai. Em geral terá de começar pela "base", como *trainee* ou assistente de um outro profissional com mais experiência. Deve-se pensar de forma ampla. Em geral planeja-se o processo educacional visando simplesmente a sua inserção no mercado como empregado, mas é preciso prepará-lo para ser também empresário, consultor, assessor, voluntário em organizações não governamentais, professor na área ou servidor público. Com isso já se abre consideravelmente o leque de oportunidades. O consultor de empresas Charles Handy comentou em um de seus livros² que o profissional atual precisa ter um portfólio, uma variedade de opções profissionais. Essa variedade pode ser exercida de várias

2. HANDY, Charles. *The age of unreason*. Boston : Harvard, 1998.

formas. Em primeiro lugar, não existe mais a concepção vigente ao longo do século XX de se fazer uma carreira em uma só empresa ou trabalho. As pessoas mudam de local de trabalho, de cargo, de profissão, de região geográfica e até mesmo de família constituída, de religião ou de postura ideológica ao longo de suas vidas. Mudar de casa, de igreja, de cônjuge, de ideologia ou de trabalho faz parte da concepção de sociedades mais democráticas, pluralistas e complexas. Faz parte da vida pós-industrial. Um segundo ponto é que o profissional muitas vezes não tem apenas um trabalho ou atividade, mas vários simultaneamente. As opções profissionais apresentam-se cada vez mais diversificadas e as pessoas devem estar preparadas para exercer atividades novas ou inusitadas. Atualmente, existem equipes de profissionais especializados em levar turistas com segurança ao Himalaia, ao deserto do Saara, a vãos supersônicos em aviões militares da ex-União Soviética ou à Antártida. Em um futuro próximo haverá vãos espaciais em órbita da Terra e daqui a mais alguns anos, viagens a estações espaciais e à Lua. Ninguém pode fazer futurologia simplista e afirmar que essas viagens estarão sendo oferecidas no ano 2099 mas, com certeza, podemos afirmar que se pudéssemos fazer uma viagem através do tempo ficaríamos absolutamente espantados com as sociedades do final do século XXI. Basta ler o livro de ficção científica de Arthur Clarke, *3001*, para imaginar as imensas possibilidades que a ciência, a criatividade e o espírito de aventura do ser humano são capazes de preparar ao longo da história. Basta ver como o turismo se desenvolveu ao longo do século XX para compreender que a futurologia é uma atividade destinada a ser ultrapassada pela realidade. Que bem o digam os sociólogos, analistas políticos e historiadores do final do século XX, que não previram o colapso do socialismo, as mudanças no capitalismo financeiro e o ressurgimento das convulsões sociais como ódios étnicos (Balcãs, Cáucaso etc.), racismo e fundamentalismo religioso. Neste mundo que constantemente se modifica e amplia as possibilidades sociais e tecnológicas, pode-se constatar que existe um campo cada vez mais aberto para turismo, desde que entendamos turismo como uma atividade ligada à hotelaria, gastronomia, lazer, entretenimento e recreação.

Esse portfólio de atividades profissionais entrelaçadas oferece possibilidades muito variadas de trabalho: planejamento turístico (privado e público), agência de viagens, operadoras turísticas, apresentações (GSAs e consolidadoras), hotelaria, cassinos, *shoppings* de lazer, preservação artística e histórica, gastronomia, eventos, turismo rural e ecológico em geral, turismo cultural, turismo esportivo, lazer, recreação, parques (temáticos, aquáticos, de

diversão), campos de férias temáticos para adolescentes e jovens (*space camp*, informática, esportes, RPG, ecologia etc.), centros de informação e documentação para pesquisa turística, cruzeiros marítimos, guias de turismo, educação para turismo, jornalismo especializado, marketing direcionado, seguradoras, empresas de cartão de crédito, turismo religioso, turismo de segmentos (crianças, adolescentes, idosos, grupos étnicos, GLS, minorias culturais como macrobióticos etc.), estatística para viagens e turismo, *spas* e turismo de saúde em geral. Cada uma dessas áreas subdivide-se em outras, formando um mosaico de oportunidades. Algumas dessas oportunidades são novas e inéditas na história, outras são antigas, mas carentes de uma nova postura, e outras continuam a ser tradicionais mesmo, como um bom *maître d'hôtel*, um porteiro elegante ou um guia competente.

22.4.9 O potencial turístico do Brasil é fantástico. É mesmo?

Nos vários seminários e eventos sobre turismo que acontecem pelo país é muito comum ouvir prefeitos de pequenas cidades, vereadores, comerciantes e o público em geral comentarem que o Brasil é um país maravilhoso, em que o céu é mais azul, o mar é mais lindo e as matas são mais verdes, sem contar que suas cidades oferecem preciosidades ainda desconhecidas e sonham com o dia em que o *Fantástico* fizer uma reportagem de cinco minutos sobre “aquela” cacheira ou “aquele” prédio histórico onde o tio de D. Pedro II tomou um café com rapadura. É verdade que o Brasil possui possibilidades ilimitadas? Sim e não. É bom que essa questão seja analisada por partes. Em primeiro lugar, o Brasil possui realmente uma imensa variedade de cenários naturais, de cultura (gastronomia, artesanato, músicas, arte em geral, arquitetura) e uma população (no geral) hospitaleira e simpática. Gente como Darcy Ribeiro, Gilberto Freire, Jorge Amado e Josué Montello escreveu milhares de páginas sobre o caráter instigante e atraente do povo brasileiro, assim como Rubem Fonseca, Ignácio de Loyola Brandão, Milton Santos e Paulo Freire escreveram sobre a violência, a miséria e a exploração. Em segundo lugar, potencial não significa realização. Imagine, por exemplo, o minério. Uma região com traços de minérios possui um potencial de riquezas no subsolo. Porém esse potencial precisa sofrer uma prospecção para ser avaliado em termos de viabilidade econômica, precisa ser extraído, transportado, processado, industrializado e vendido. Do potencial ao lucro existe um longo caminho e muito investimento em capital, tecnologia e trabalho. O mesmo acontece com o turismo. Uma praia

deserta, uma cidade histórica decadente e sem vias de acesso, um litoral poluído, uma área verde inacessível, falta de infra-estrutura ou uma cidade sem folhetos e política de marketing são problemas e não soluções para o turismo. No final de 1998 uma especialista em marketing norte-americana esteve no Brasil como convidada para um evento sobre turismo e fez algumas considerações muito pertinentes. Ela comentou que o mar é azul-esverdeado em todo o planeta nas regiões intertropicais, o céu é igualmente azul quando não chove, as matas possuem mais ou menos os mesmos matizes de verde, sendo que nas regiões temperadas o outono lhes dá coloração desconhecida nos trópicos. Quem conhece o Caribe, as inúmeras ilhas da Polinésia, Seychelles, parte da costa oriental da África e a Oceania sabe que o Brasil não possui exclusividade em beleza de praias. No caso da América do Sul ainda temos a concorrência da Patagônia, da cordilheira dos Andes e dos desertos chilenos. Com toda essa concorrência e carência de infra-estrutura em várias partes do Brasil, ainda temos condições de competitividade no continente e no mundo. Desde que existam políticas públicas de turismo bem elaboradas (da esfera municipal à esfera federal), desde que o poder público e a iniciativa privada trabalhem juntos; desde que os empresários se associem a outros empresários e os municípios formem regiões de comercialização comum e planejada de seus produtos turísticos; desde que programas de qualidade não sejam peças fajutas de marketing e que os certificados ISO-9000 ajudem a modificar a mentalidade dos prestadores de serviço; desde que preservação ambiental não sucumba à corrupção dos micropoderes locais interessados em seus próprios pequenos lucros e trocas políticas; desde que a formação profissional seja encarada como uma necessidade urgente, continuada e capaz de fazer grandes diferenças no mercado e na sociedade; e desde que antigos preconceitos como esses que estamos listando sejam vencidos pelo conhecimento, pela mente aberta e pelos interesses comuns a toda a sociedade. Entre esses preconceitos menores estão o medo do lucro e o medo do mercado. Com esse enfoque o potencial do turismo brasileiro pode se transformar em ações e projetos bem planejados e lucrativos. Merece destaque a Política Nacional de Turismo da Embratur, iniciada em 1996, que já realizou alguns projetos importantes e estratégicos. O longo mandato de Caio Luiz de Carvalho como presidente da Embratur mostra que a ação de alguém que conhece a área é fundamental para o exercício de seu trabalho (vários municípios brasileiros insistem em colocar à frente da secretaria ou direção de turismo pessoas que desconhecem o setor). Ainda há muito a ser feito, inclusive ações que dependem das reformas do Estado e a própria continui-

dade de alguns projetos da Embratur, mas os resultados positivos já estão lentamente aparecendo.

22.4.10 'Lucro é pecado e o mercado é do diabo'

Talvez valesse a pena reler (ou ler) a obra de Max Weber sobre a ética protestante. Lucro é um direito legítimo de quem investe, salário decente é direito legítimo de quem trabalha e o mercado sempre foi um dos componentes da sociedade, o resto é preconceito. O problema é que as leis do mercado precisam se valer da ética e da justiça social. Séculos de colonialismo e estatismo criaram no Brasil algumas "vacas sagradas" endeusadas por grupos guiados por seus próprios interesses. Compadrismo, servilismo, corporativismo e nepotismo são algumas das características da manipulação do poder e do lucro na América Latina, de como as coisas funcionam por aqui. É salutar notar que as 56 privatizações realizadas até 1998 fizeram com que a grande maioria dessas empresas, que até então estavam no "vermelho", tornasse-se em poucos anos lucrativa e eficiente. Quem era contra a privatização eram os funcionários que defendiam seus salários e facilidades e os idealistas românticos e nacionalistas. "O petróleo é nosso, a Vale é nossa, o Banco do Brasil é nosso...": frases vazias, frases de efeito, cujos significados se perderam nas décadas de 40 ou 50, quando valia a pena o Estado investir na infra-estrutura que garantiria o desenvolvimento industrial dos próximos anos. O estatismo teve seu momento importante e depois produziu danos e sérios desvios. Esses males não ficaram restritos ao setor público. Assim como várias estatais eram péssimamente administradas devido ao protecionismo, corporativismo e interesses escusos, várias empresas privadas passaram por problemas semelhantes, no Brasil e no mundo, devido aos mesmos motivos. A Varig muito se beneficiou, durante o regime militar (1964-1985), por deter o monopólio das linhas internacionais e sua administração deitou-se sobre os louros do lucro fácil e garantido. A empresa era administrada como uma estatal, alguns de seus funcionários maltratavam os passageiros e seu corpo dirigente agia com poderes imperiais (a IBM, a Pan Am e a GM agiam da mesma forma nos Estados Unidos). O resultado foi a queda na qualidade dos serviços. Quando acabou seu monopólio das rotas internacionais (que garantiam ingressos em moeda forte, o dólar), a empresa foi obrigada a se reformular para enfrentar a concorrência nacional e internacional. Os resultados foram salutar para a empresa. Desde 1998, a Varig faz parte da Star Alliance, recuperou seu prestígio no Brasil (apesar dos graves problemas financeiros no início

dos anos 90) mas precisa melhorar seu sistema de milhagens, o *Smiles*, que ainda atormenta o passageiro quando ele quer voar com os pontos ganhos. O que várias empresas privadas aprenderam a duras penas ainda não foi completamente absorvido por outros setores. A área ambiental é um outro exemplo. Vários ambientalistas resistem à terceirização dos serviços em parques públicos (parques municipais ou nacionais) informando erroneamente ao público que seria uma privatização. Não é verdade. Os parques continuam a ser públicos, com a diferença de que os serviços de informação, sanitários, limpeza, marketing, segurança e pontos de vendas de produtos ou serviços seriam da responsabilidade da iniciativa privada. Os interessados seriam selecionados, fariam contratos bem elaborados de responsabilidades e teriam que cumprir as normas de preservação ambiental. Isso existe há décadas nos Estados Unidos e no Canadá e o sistema funciona muito bem, afinal nenhuma empresa quer ver seu nome associado à poluição ou à devastação ambiental. O que está atrasando a implantação dessa prática no Brasil é a visão fundamentalista e preconceituosa de alguns ambientalistas, os famosos ecochatos ou os apocalípticos do mercado.

22.4.11 Turismo se aprende nos cursos de turismo

Nem sempre. É óbvio que o bacharel em turismo deve estar plenamente capacitado para exercer sua profissão e que o aprendizado pode ser realizado nos cursos superiores de turismo. Mas o país é livre, o Ministério da Educação quer deixar cada vez mais as opções abertas e o mercado precisa de profissionais com as mais variadas qualificações que os cursos de turismo não podem abranger na totalidade. Se o fenômeno turístico é interdisciplinar, a formação profissional na área também o é. Além de o curso de turismo ter várias disciplinas que se complementam, o setor de turismo exige profissionais com as mais variadas formações. São biólogos, geógrafos, arquitetos, engenheiros, administradores, economistas, especialistas em lazer, publicitários, jornalistas, historiadores, hoteleiros e muitos outros profissionais que podem trabalhar em turismo. Uma pergunta que sempre aparece nos encontros de bacharéis em turismo: a profissão vai ser regulamentada? Não. É muito difícil regulamentar profissões nas

áreas de turismo e hotelaria devido à multiplicidade de possibilidades na atuação profissional. O segmento de guia de turismo é a única profissão regulamentada atualmente, configurando-se como exceção. Em nenhum país do mundo o profissional em turismo é regulamentado. Em alguns países da Europa existem autorizações especiais, mediante conclusão de cursos específicos, para atividades como confeitiro, padeiro etc. O que pode garantir legitimidade e espaço no mercado ao profissional não são atitudes corporativistas, de reserva de mercado ou de protecionistas. O que garante a inserção no mercado é a formação sólida, profunda e permanente, a ética, o constante aperfeiçoamento das habilidades, a seriedade profissional, o respeito aos prazos e obrigações. Em um mundo que entra no século XXI com muitas dificuldades, dúvidas e novas oportunidades, os novos profissionais precisam se orientar pelo fluxo contínuo de mudanças e pelos novos modelos que estão surgindo. Ainda resta muito para se entender toda a dinâmica das novas sociedades pós-industriais. As mudanças tecnológicas ainda estão longe de atingir um patamar de estabilização. Vivemos em um mundo revolucionário e o medo é uma carga inútil que apenas nos dificulta o salto para o futuro. Charles Handy diz que "a única certeza que podemos ter é a certeza das mudanças"; portanto, uma outra certeza que podemos inferir dessa premissa é a de que os próximos anos serão muito emocionantes, desafiadores e até mesmo divertidos para os que entenderem a lógica dessas mudanças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBRECHT, Karl, ZEMKE, Ron. *Service America*. New York : Warnes, 1990.
- CROSSLEY, Louise. *Explore Antarctica*. Cambridge : Auslig, 1998.
- GREIDER, William. *O mundo na corda bamba*. São Paulo : Geração, 1997.
- HANDY, Charles. *The age of unreason*. Boston : Harvard, 1998.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo : Loyola, 1993.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Turismo Panorama 2020*. Madri, 1998.
- TRIGO, Luiz Gonzaga G. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo*. Campinas : Papirus, 1998.