

## Profissionalização em Turismo: a relação entre mercado, educação formal e ensino a distância

**Autora: Debora Cordeiro Braga<sup>1</sup>**

**Resumo:** O presente trabalho objetiva descrever a oferta de cursos que podem contribuir com a formação de pessoas interessadas em atuar com turismo, especificamente na área de agenciamento de viagens e avaliar de que forma o ensino a distância participa dessa dinâmica. Trata-se de uma pesquisa exploratória descritiva baseada em bibliografia sobre mercado de agência de turismo, formação superior em turismo, curso técnicos, treinamento e educação a distância e em pesquisa feita pela internet em sites de empresas de agenciamento e instituições de ensino e organizações especializadas em cursos a distância. Desenvolveu-se assim um conteúdo que aborda como as agências de turismo de grande porte desenvolvem atividades de treinamento e capacitação, as características da estrutura curricular do curso de bacharelado de turismo da Escola de Comunicações e Artes, as diretrizes de cursos técnicos na área de turismo com o descritivo do curso de agenciamento do Centro Paula Souza, e comenta os tipos e características de cursos oferecidos no formato a distância. Os resultados apontam que as estruturas presenciais em alguns tipos de curso de educação formal são imprescindíveis mais o uso de ambientes virtuais de aprendizagem são necessários. Por outro lado para cursos de treinamento, de especialização e livres o formato a distância parece o mais indicado.

**Palavras-chave:** Turismo. Profissionalização. Educação formal. Ensino a distância. Curso a distância.

### Introdução

A profissionalização no setor de turismo sempre foi um tema controverso porque havia uma dissonância entre as exigências do mercado de trabalho e o discurso da academia. Enquanto os cursos valorizam a formação através de conteúdos teóricos baseados nas ciências sociais aplicadas o empresariado demanda mão de obra com formação técnica para atuar em áreas comerciais.

Considerando esse embate o objetivo deste trabalho é relatar como se dá a oferta de cursos que podem contribuir com a formação de pessoas interessadas em atuar com turismo, especificamente na área de agenciamento de viagens e avaliar de que forma o ensino a

---

<sup>1</sup> Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), Bacharel em Turismo pela mesma Escola, Bacharel em Administração pelas Faculdades Metropolitanas Unidas. Coordena o curso de turismo da ECA-USP e é professora do Programa de Pós-graduação em Turismo da Escola de Artes Ciências e Humanidades (EACH-USP). E-mail: bragadc@usp.br

distância participa dessa dinâmica. Portanto trata-se de uma pesquisa exploratória de caráter descritivo.

Os procedimentos metodológicos adotados constituem-se em levantamento bibliográfico que fundamentaram a análise sobre o mercado de agenciamento de viagens no Brasil, educação formal em turismo e também serviu de apoio para fundamentação teórica sobre treinamento e educação a distância. A pesquisa sobre propostas de treinamento ofertadas pelas agências de turismo foi realizada nos sites das agências associadas à Associação Brasileira de Agências Corporativas (ABRACORP) no mês de março de 2014. Escolheu-se como modelo para a análise da estrutura curricular de curso de bacharelado em turismo a da Universidade de São Paulo pelo seu pioneirismo e do curso técnico de agenciamento do Centro Paula Souza por ser um curso gratuito. A pesquisa de campo para verificar a oferta de cursos EAD na área de turismo se deu entre os dias 18 e 21 de março de 2014 através de busca na internet chegando-se a uma lista com 69 cursos que aparecem usando as seguintes palavras-chave: turismos EAD, especialização em turismo EAD.

Assim contextualizou-se o mercado de agências de viagens, analisou-se as ações que o mundo empresarial utiliza para capacitar seus funcionários, relatou-se a estrutura curricular e os objetivos de um curso de graduação em turismo de uma escola pública pioneira no Brasil e de um curso em nível técnico de uma escola pública que oferece cursos em diversas cidades do Estado de São Paulo. Depois se fez uma discussão teórica sobre as características do ensino a distância e por fim a análise dos cursos ofertados a distancia ligados a turismo para verificar os tipos e as temáticas mais frequentes para compreender se este formato pode contribuir para aproximar os interesses do mercado e academia para a profissionalização.

## **O Mercado de turismo no Brasil**

Dados históricos revelam que a atividade turística no Brasil se constitui de forma organizada a partir das Cias. Marítimas que transportavam brasileiros para o exterior. A Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV, 2004a), em seu livro comemorativo, relaciona sete empresas que atuavam com transporte de carga e passageiros por navios entre 1838 e 1920.

Na década de 1920 a aviação civil comercial começa a se estabelecer pelo mundo e a VARIG, primeira Cia. Aérea brasileira é fundada em 1927, em 1930 os dirigíveis começam a ter seus assentos comercializados no Brasil (ABAV, 2004a). Nesse período algumas agências de viagens com sede em outros países instalam filiais no Brasil como o caso da Exprinter da Argentina e da Wagon-Lits da Bélgica (REJOWSKI e PERUSSI, 2008).

Segundo Rejowski (2001) a primeira agência de viagens genuinamente brasileira foi a Agência Geral de Turismo, fundada por Modesto Mastrorosa em 1943 na cidade de São Paulo, fazendo excursões do ônibus, roteiro aéreo de carnaval para o Rio de Janeiro, reservas em hotéis das estâncias balneárias.

Rejowski e Perussi (2008) afirmam que o crescimento efetivo do setor de viagens no Brasil se deu a partir da década de 1950 quando houve o aumento da oferta de pacotes turísticos incluindo diversos serviços. Por outro lado agências foram fundadas por imigrantes que tinham elevado nível de conhecimentos gerais e dominavam língua estrangeira. Seus negócios estavam voltados a atender às colônias de imigrantes que demandava viagens aos seus países de origem com certa frequência, mas também operavam pacotes no Brasil.

E ainda hoje muitas dessas empresas continuam em funcionamento sendo administradas pelos descendentes dos fundadores, que na maioria dos casos aprenderam o ofício na prática e não valorizam a formação acadêmica como um diferencial para a profissionalização do setor. Usualmente ouvia-se em eventos do setor que a academia não formava para o mercado, mas hoje esse discurso tem mudado. Exemplo é o depoimento do Sr. Edmar Augusto Bull, Vice-Presidente Administrativo da ABAV, que em palestra para alunos do curso de Turismo da ECA destacou que em suas empresas ele dá preferência por recrutar estudantes de turismo porque esses possuem maior facilidade em aprender a rotina de empresa e, na maioria dos casos, dominam idiomas estrangeiros.

## **Associativismo no setor e a busca por qualificação**

Em 1953 foi criada a ABAV, no Rio de Janeiro, com o intuito de reunir empresários do setor de agenciamento para defenderem interesses comuns de aproximadamente 70 empresas.

Em 1959 os empresários paulistas de uniram e iniciaram o movimento para tornar a entidade de caráter nacional (ABAV, 2004b). Hoje a ABAV Nacional reúne

mais de três mil empresas associadas, responsáveis por 80% do movimento do mercado nacional – incluindo emissão de passagens aéreas, reservas de hospedagens, transporte turístico terrestre, locação de automóveis, operação de pacotes, cruzeiros marítimos, entre outros (ABAV, S/Da).

Visando valorizar o treinamento de recursos humanos no setor de agenciamento a ABAV cria em 1986 o seu Instituto de Cursos, o ICCABAV, hoje Instituto de Capacitação e Certificação da ABAV com o objetivo de

preparar os agentes de viagens para os desafios do dia a dia que tal profissão exige, e a lidar com a competitividade no mercado, onde a busca pelo conhecimento e pela capacitação torna-se fator imperativo a todos aqueles que buscam seu crescimento profissional. (ABAV, S/Db)

Observa-se, portanto que o mercado buscou suprir as deficiências de formação de mão de obra que percebiam, oferecendo cursos profissionalizantes ou de aprimoramento profissional.

São mais de 100 opções de cursos que tratam desde como atender e entender seu cliente, dicas de marketing pessoal, competitividade empresarial, geografia turística, realização de eventos, viagens corporativas, turismo receptivo, uso de GDS e tecnologias no turismo, e vários outros temas de muita relevância para o trade. (ABAV, S/Db).

No site da ABAV Nacional com link para a ICCABAV está disponível o portfólio de cursos de 2013 com descritivo do programa e currículo de dez instrutores. São os seguintes segmentos de cursos oferecidos presencialmente:

**Quadro 1: Seguimentos e quantidade de cursos oferecidos pela ICCABAV em 2013**

Segmento de curso	Número de cursos
Gestão Empresarial e Vendas	41
Planejam., Organiz. e Desenvolv. de Práticas Focadas Nos Diversos Tipos de Turismo	21
Planejamento Turístico	13
Tecnologia e Conectividade	12
Geografia Turística	11
Receptivo	11
Comunicação e Marketing	10
Gestão de Pessoas	10
Gestão Econômica e Financeira	5
Eventos	3
Introdução ao Agenciamento e Turismo	2
Lazer e Entretenimento	2
Total	141

Considerando a quantidade de curso por segmento observa-se a grande valorização de temas ligados à gestão e vendas, reforçando que o setor empresarial demanda profissionais com expertise na administração do negócio e do processo de comercialização. A oferta de cursos ligados a tipos de turismo específicos mostra a tendência de segmentação desse mercado de agenciamento que se mostra bastante pulverizado, de um lado existem muitas pequenas empresas que precisam se especializar para se diferenciar e de outro há poucas grandes empresas, ligadas ao mercado corporativo ou de consolidação<sup>2</sup>. Os cursos de planejamento turístico estão voltados a questões operacionais de formatação de roteiros e elaboração de pacotes que são o produto das agências.

De todos os segmentos que compõem os cursos do ICCABAV o único que tem pouca representatividade nos currículos dos cursos superiores de turismo seriam os de Tecnologia e Conectividade que têm um caráter bastante prático explorando as novas tecnologias da informação como instrumental de trabalho e de divulgação da empresa e de seus serviços.

Alguns grupos empresariais da área de agenciamento também possuem divisões de treinamento e capacitação profissional com o intuito de aprimorar o conhecimento de seus colaboradores e mantê-los atualizados sobre as constantes mudanças no mercado. Além de cursos desenvolvem pesquisas para otimizar ferramentas e tecnologias com o intuito de aprimorar e facilitar a operação das agências, oferecendo inclusive treinamentos on-line para que seus colaboradores possam ser continuamente orientados.

O Grupo Flytour tem a Academia Flytour que oferece cursos, palestras e workshops aos colaboradores, clientes e público em geral sobre variados temas “*incluindo desde introdução ao turismo, atendimento ao cliente até técnicas de venda e negociações*” (FLYTOUR, S/D). A preocupação em manter seus colaboradores atualizados parece ser o principal objetivo por isso promove treinamento no horário de trabalho, que provavelmente se dá com ajuda de conteúdos on-line.

---

<sup>2</sup> “Números da ABRACORP estimam que, de um total de R\$ 15,5 bilhões, o mercado corporativo contribuiu com uma movimentação de R\$ 9 bilhões no segmento doméstico” (ABRACORP, 2013). O que significa que as agências que atendem o mercado corporativo foram responsáveis por aproximadamente 58% dos valores movimentados no turismo doméstico brasileiro em 2013.

# XI SEMINÁRIO 2014 ANPTUR

XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
24 a 26 de setembro de 2014 – Universidade do Estado do Ceará - UECE

A Academia Flytour preza pela educação das pessoas oferecendo a oportunidade de desenvolvimento pessoal e profissional. Considera importante que seus colaboradores estejam atualizados com assuntos relevantes para a área, possibilitando que eles recebem treinamento durante sua jornada de trabalho. (FLAYTOUR, S/D)

A Academia Flytour também realiza pesquisas sobre novas tecnologias, das quais resultaram os sistemas de *Front Office* e *Back Office* informatizados viabilizando uma prestação de serviços de melhor qualidade. Assim entende-se que se trata de um instituto de formação de mão de obra e de desenvolvimento tecnológico que pode agregar valor aos profissionais do mercado e enriquecer a dinâmica de treinamento através de ferramentas de educação a distância para trabalhadores do setor de turismo.

A Carlson Wagonlit Travel disponibiliza a Academia CWT com a missão de *“elevar a capacidade de atuação dos profissionais por meio da educação e formação de pessoas proporcionando o constante desenvolvimento de talentos em busca da alta performance”* (Carlson Wagonlit, S/Da), onde os novos colaboradores se familiarizam com conceitos técnicos, institucionais e comportamentais para compreender os fundamentos da empresa e os antigos reciclam seus conhecimentos. Não há menção de cursos para público externo assim, pode-se dizer que se trata de um departamento de treinamento de recursos humanos para consolidar a filosofia da empresa e fazer cursos de reciclagem por demanda interna. Não há informações sobre o uso ferramentas de ensino a distância apesar de o grupo congrega aproximadamente 900 funcionários no Brasil e mais de 20 mil no mundo (Carlson Wagonlit, S/Db).

O Grupo CVC criou em 2007 a Universidade CVC para aprimoramento profissional de seus funcionários, através do que eles chamam de educação corporativa, tendo capacitado mais de 15 mil colaboradores através de treinamento e-learning com temas focados para o negócio CVC e gestão de vendas (CVC, S/D). Esse é um exemplo de uso de ferramentas de educação a distância para a capacitação no setor de agenciamento e operação de viagens que tem a característica de estar espalhado pelo território nacional e precisa de instrumental eficiente para disseminar informações sobre procedimentos operacionais, técnicas de gestão e comercialização e conteúdos sobre os produtos comercializados.

A Master Turismo também oferece a Academia Master que foi instituída para suprir a carência de pessoas capacitadas e bem qualificadas no mercado de agenciamento, desenvolvendo cursos e treinamentos exclusivamente para seus colaboradores, sem projeção para o público em geral (MASTER TURISMO, S/D).

Nesse mesmo formato de departamento de treinamento de recursos humanos a Maringá Turismo qualifica seus colaboradores através do seu *Training Travel Center* com o propósito de garantir qualidade e a agilidade na prestação do serviço. Os funcionários recém chegados passam por um programa sobre conhecimentos institucionais e de adequação aos procedimentos da empresa e a capacitação do quadro funcional refere-se a habilidades e competências para garantir a satisfação dos clientes. Constata-se, portanto que os resultados gerados pelos colaboradores treinados é o que mantém esse centro. (MARINGA TURISMO, S/D).

Já o Grupo Alatur JTB gere o Instituto Alatur que tem como missão “*estimular o desenvolvimento de conteúdo e difundir as melhores práticas do mundo, onde quer que elas estejam, para contribuir com o crescimento sustentável das atividades relacionadas à mobilidade corporativa no seu sentido mais amplo*” (ALATUR JTB, S/D), propósito abrangente que supera a simples capacitação de colaboradores e visa suprir necessidades do segmento, pois as atividades que são de sua competência são genéricas a ambiciosas tais como constam em seu *site*: geração e difusão de pesquisas de mercado e estatísticas do setor; promoção e intercâmbio de melhores práticas; desenvolvimento de conteúdo através de publicações como livros e periódicos; promoção de debates, fóruns, atividades de conteúdo e iniciativas de apoio ao desenvolvimento sustentável para integração de gestores de viagens; divulgação de iniciativas e projetos relevantes do mercado (ALATUR JTB, S/D.). Interessante verificar que mesmo a educação a distância sendo uma prática eficiente para o setor de agenciamento o Instituto não menciona em suas competências o desenvolvimento de conteúdos on-line para contemplar as demandas por cursos do mercado.

Conclui-se que o mercado de agenciamento de viagens está baseado em empresas de estruturas tradicionais e grupos empresariais de atuação internacional que seguem procedimentos padrões e exigem conhecimentos específicos que precisam ser ensinados e

reforçados junto aos colaboradores. Isso se concretiza através de cursos montados pela associação empresarial do setor ou através de departamentos de treinamento exclusivos de grandes empresas.

## **Turismo na ECA um exemplo de curso superior**

O primeiro curso superior de turismo implantado no Brasil foi em São Paulo, na Anhembi-Morumbi, hoje Universidade Anhembi-Morumbi (UAM), em 1972. No ano seguinte, 1973, o curso da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) abria suas primeiras vagas e segundo seu idealizador Mário Carlos Beni *“desde o início o Curso de Turismo da ECA-USP passou a constituir-se num referencial para os novos cursos que começaram a surgir nas diferentes instituições de ensino superior do País”* (BENI, 2013).

Sempre passando por atualizações hoje o curso da ECA tem como missão

promover a construção do conhecimento através de um conteúdo generalista embasado nas ciências humanas para formar profissionais com uma visão holística da atividade turística e, conseqüentemente, capazes de se adaptarem às mudanças e à dinamicidade do mundo do trabalho, atuando como líderes e direcionadores de ações inovadoras que venham contribuir para o desenvolvimento do turismo nos setores público e privado. (ECA, 2013, p. 8)

A estrutura curricular está distribuída em oito semestres, quatro anos, com uma carga horária de aula de 2.610 horas mais 1.860 horas trabalho totalizando 4.470 horas. Dessas horas 360 referem-se a Estágio Supervisionado e 60 horas ao Trabalho de Conclusão de Curso, que somados representam 9,4% da carga horária total. A recomendação do Ministério da Educação através da Resolução CNE/CES No. 02 de 18/06/2007 é de que a carga horária mínima do curso superior de turismo na modalidade presencial seja de 2.400 horas e que as horas de estágio e atividades complementares não sejam superior a 20% da carga horária total do curso (BRASIL, 2007), assim esses critérios estão plenamente atendidos.

O projeto político pedagógico do curso foi estruturado em 2008 e revisto em 2013 para atender à resolução CNE/CES No. 13 de 24/11/2006 que institui as Diretrizes Curriculares



Nacionais do Curso de Graduação em Turismo (BRASIL, 2006), com a estrutura curricular distribuída entre disciplinas de conteúdos básicos, específicos e teórico-práticos<sup>3</sup>.

Constata-se um significativo predomínio das disciplinas de conteúdo específico, revelando que o curso tem um caráter generalista cobrindo as diversas áreas que compõe o setor de turismo. Mesmo disciplinas teóricas direcionam seus conteúdos para as especificidades da atividade turística com o propósito de fazer com que os alunos compreendam as suas interfaces com várias áreas do saber.

Considerando a missão do curso e as Diretrizes Curriculares determinadas pelo Ministério da Educação fica evidente que o bacharel em turismo deverá ser capaz de refletir sobre a realidade social, cultural, ambiental e econômica que envolve o fenômeno turístico para buscar soluções que promovam o desenvolvimento sustentável da atividade de forma a favorecer a comunidade receptora e proporcionar uma experiência compensadora ao turista. Portanto, trata-se de um profissional gestor da atividade em nível público ou privado com a consciência da responsabilidade social e ambiental de suas decisões.

Esse profissional tem formação mais apurada e crítica e por isso, muitas vezes não se adapta a colocações no mercado corporativo que estabelecem metas de vendas sem dar espaços para reflexões ou sugestões para melhorias de processos, pois os bacharéis estão constantemente questionando métodos e resultados sempre pensando nas consequências das ações do empresariado ou dos gestores públicos. Procuram respostas aos problemas através de dados coerentes, pois o método de pesquisa científica, que preza pela fundamentação teórica para se atingir objetivos, constitui-se na base de pensamento desse profissional. Por essa razão observa-se certa dissonância entre o bacharel e a necessidade do mercado que tem mais oferta de emprego para pessoal técnico.

Compreende-se que o papel do curso superior em turismo seja formar gestores e profissionais que venham a direcionar o desenvolvimento da atividade turística, seja em nível público ou privado, refletindo sobre procedimentos e políticas de ação eficientes.

---

<sup>3</sup> A grade curricular está disponível no sistema Júpiter que traz dados sobre os cursos de graduação da Universidade de São Paulo.

<https://uspdigital.usp.br/jupiterweb/listarGradeCurricular?codcg=27&codcur=27531&codhab=4&tipo=N>

## Formação Técnica em Turismo e a atuação do Centro Paula Souza

O Ministério da Educação atualizou em 2011 o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT) para a oferta de cursos de nível médio em todos os sistemas de ensino (BRASIL, S/Da), instituindo o eixo tecnológico “*Turismo, Hospitalidade e Lazer*” que congrega sete cursos (Agenciamento de Viagem, Cozinha, Eventos, Guia de Turismo, Hospedagem, Lazer e, Serviços de Restaurante e Bar).

O curso técnico em Agenciamento de Viagem

Desenvolve atividades de venda e serviço de pós-venda de produtos turísticos. Elabora roteiros de viagem, pacotes turísticos, emissão de bilhetes e orientação ao viajante. Realiza consultoria de viagens sobre roteiros e destinos, em conformidade com as demandas da atividade turística. (BRASIL, S/Db)

Observa-se que a formação desse técnico é coerente com as necessidades do empresariado de agenciamento que busca profissionais operacionais capazes de elaborar pacotes, emitir bilhetes, orientar visitantes e vender produtos turísticos.

O Centro Paula Souza do governo do Estado de São Paulo oferece o curso técnico em Agenciamento de Viagem em escolas de nove cidades: Araraquara, Batatais, Guaratinguetá, Itu, Mogi das Cruzes, Santo André, Santos, São Paulo e Sorocaba.

A estrutura curricular deste curso presencial está distribuída em três módulos<sup>4</sup> e as disciplinas são bastante focadas para o agenciamento, atendimento a clientes e processos de trabalho em agências de turismo e o guiamento de grupos, não se comparando à formação do bacharel que passa de três a quatro anos discutindo a atividade turística sob diversas perspectivas.

Entende-se que o governo do Estado de São Paulo tenha oferecido formação acadêmica em níveis técnico e superior em quantidade e qualidade adequadas, entretanto o setor ainda requer profissionais com conhecimentos técnicos mais específicos e que muitas vezes referem-se a procedimentos e ferramentas tecnológicas exclusivas de algumas empresas.

---

<sup>4</sup> Grade curricular pode ser acessada em:

<http://www.etesaopaulo.com.br/interna.aspx?cod=2&cod2=28&sub=1> e  
<http://www.etcariostotelesferreira.com.br/agenciamentodeviagem.html>.

Diante disso acredita-se que realmente seja de responsabilidade das empresas promover o treinamento para seus colaboradores para orientá-los sobre as especificidades da corporação.

## **Características do ensino a distância**

Cabe esclarecer que se entende que o ensino a distância, engloba tanto o treinamento a distância (TAD) quanto a educação a distância (EAD), conceitos tratados de forma diferenciada na literatura especializada e que realmente possuem características e objetivos diferentes. Enquanto o primeiro está voltado principalmente para a capacitação profissional, na maioria dos casos, promovido por empresas e associações profissionais, com o propósito de qualificar seus profissionais o outro tem maior identificação com o ensino formal desenvolvido para substituir ou complementar o ensino presencial.

Entende-se que as temáticas tratadas por cursos ICCABAV poderiam ser abordadas no formato de ensino a distância para viabilizar que empregados de agências associadas pudessem fazer os cursos em horário fora do expediente de trabalho e agências sediadas em cidades distantes das capitais pudessem oferecer treinamento profissional a seus colaboradores. Entretanto isso ainda não acontece, assim considera-se importante citar Zerbini e Abbad (2005) que destacam a importância e as características específicas do treinamento a distância para a capacitação profissional

... o treinamento a distância (TaD) pode ser entendido como um conjunto de ações educacionais, sistematicamente planejadas, desenvolvidas na maior parte do tempo no contexto de flexibilidade espacial e temporal entre professor e aluno, de sincronidade e assincronidade, de interação e interatividade e de abertura dos espaços físicos, utilizando-se de meios tecnológicos que facilitam o aperfeiçoamento e a aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes (CHAs) por meio do autogerenciamento da aprendizagem do indivíduo. Os CHAs adquiridos podem ser aplicados no trabalho atual ou futuro, em empresas diferentes, e, no caso de usuários autônomos, aplicados nas diversas atividades profissionais desenvolvidas pelo indivíduo. (ZERBINI e ABBAD, 2005, p. S/N).

Diante das características e objetivos dos cursos de educação formal de turismo descritos cabe refletir se o ensino a distância seria adequado para promover a formação de bacharéis em turismo. Valente (2003) questiona a possibilidade do EAD promover a construção do

conhecimento tão requerida no ensino superior e principalmente no turismo que ainda consolida conceitos e teorias. Pare este autor

No caso dos cursos a distância estas questões são exacerbadas pelo fato de existir uma clara distinção entre a ação de transmitir a informação e a necessidade da interação professor-aluno para que haja condição de construção de conhecimento. Esta construção não necessariamente acontece com o aluno isolado – ele diante do material de apoio ou diante de uma tela de computador. Há todo um trabalho, fruto da interação entre o aprendiz e o professor e entre os aprendizes que deve ser realizado para que esta construção aconteça. Nesse sentido, há uma clara distinção que deve ser feita entre transmitir informação e criar condições de construção de conhecimento. (VALENTE, 2003, p.139)

Por outro lado Ramos (2011, p. 49) destaca que recursos tecnológicos da *Web* “*viabilizam a aplicação do conceito de aprendizagem colaborativa e das redes de aprendizagem e inovação que, além de estimular a interação entre os alunos, têm como objetivo a promoção de uma aprendizagem mais significativa*”. Portanto pode-se supor que a EAD permite o desenvolvimento do senso crítico e faz com que fóruns de discussões e trabalhos em grupo se realizam entre pessoas presentes em espaços geográficos distantes. Assim, como se pretende formar gestores e empreendedores que saibam lidar com a dinâmica das relações entre os agentes envolvidos na atividade turística entende-se que de fato é possível promover o ensino superior em turismo no formato EAD.

Além de tudo isso, não há como ignorar a demanda por novas formas de ensino da geração que nasce na sociedade da informação

As novas gerações estão desenvolvendo novos modos de perceber (sintéticos e “gestaltianos” em contraposição aos modos analíticos e seqüenciais trabalhados na escola), novos modos de aprender mais autônomos e assistemáticos (“autodidaxia”), voltados para a construção de um conhecimento mais ligado com a experiência concreta (real ou virtual), em contraposição à transmissão “bancária” de conhecimentos pontuais abstratos, freqüentemente praticada na escola. Se isso é verdade, então a instituição escolar corre o risco não apenas de perder terreno para os sistemas de mídias eletrônicas, como agência de socialização, mas de perder também o contato, a capacidade de se comunicar, com as novas gerações que ela deve educar. (BELLINI, 2002, p. 120)

Assim, de fato é preciso conhecer e trabalhar técnicas e ferramentas da EAD e das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) para repensar métodos de ensino e construir instrumentos de interação do professor com o aluno que devem mesclar atividades

presenciais e a distância. Portanto entende-se que uma nova dinâmica de ensino do turismo e nível superior é necessária e para não cometer o erro de simplesmente transferir os modelos já superados do ensino formal tradicional para o formato a distância é preciso refletir sobre uma estrutura de curso a distância que efetivamente viabilize a construção do conhecimento e consequente formação de um profissional crítico e capaz de fazer a diferença no mercado de trabalho.

Para viabilizar isso Valente (2003) propõe o “estar junto virtual”

A implantação de situações que permitem a construção de conhecimento envolve o acompanhamento e assessoramento constante do aprendiz no sentido de poder entender quem ele é e o que faz, para ser capaz de propor desafios e auxiliá-lo a atribuir significado ao que está realizando. Só assim ele consegue processar as informações, aplicando-as, transformando-as, buscando novas informações e, assim, construir novos conhecimentos. (VALENTE, 2003, p. 141).

Estratégia que parece pertinente e adequada para desenvolver a EAD em cursos em nível superior em turismo e que pode ser aplicada como a utilização dos ambientes virtuais de aprendizagem (AVAs) que segundo Bassani e Behar (2006)

possibilitam o acompanhamento da freqüência e da produção de cada aluno, uma vez que consistem em uma grande base de dados que armazena/pode armazenar a freqüência e assiduidade (data e hora de acessos ao ambiente, data e hora de acessos a cada uma das ferramentas disponíveis no ambiente), resultados de testes *online*, trabalhos publicados, tarefas realizadas, incluindo verificação de prazos de entrega e também as mensagens trocadas entre os participantes de uma aula/curso. Nesta perspectiva, entende-se que avaliação da aprendizagem em ambientes virtuais de aprendizagem pode ser entendida a partir de 3 (três) perspectivas:

- a) avaliação por meio de testes *online*;
- b) avaliação da produção individual dos estudantes;
- c) análise das interações entre alunos, a partir de mensagens postadas/trocadas por meio das diversas ferramentas de comunicação.

Assim cabe aprofundar uma discussão sobre a pertinência e importância do ensino a distância e a utilização de ambientes virtuais para a educação formal e continuada do profissional de turismo uma vez que segundo Benakouche (2000) a educação a distância tem se expandido por três motivos:

- 1) o aumento da demanda por formação ou qualificação; 2) a multiplicação de meios técnicos capazes de garantir materialmente a efetivação desse

tipo de educação; e 3) a emergência de uma cultura que já não vê com muito estranhamento o estabelecimento de situações de interação envolvendo pessoas situadas em contextos locais distintos. (Benakouche, 2000, p. 3)

Inclusive porque, como veremos a seguir, a oferta de cursos a distância na área de turismo poderia ser aprimorada para efetivamente promover a profissionalização no setor.

## **A oferta de cursos a distância na área de turismo no Brasil**

Diante do exposto acredita-se que de fato o ensino a distância pode contribuir com a profissionalização do interessado em atuar no mercado de agenciamento, uma vez que se trata de uma alternativa para viabilizar a disseminação de conteúdos teóricos e práticos para todo o território nacional. Portanto fez-se um levantamento para verificar que tipo de curso na área de turismo é oferecido no formato EAD no Brasil.

O resultado foi uma lista com 23 empresas/instituições que oferecem cursos relacionados ao turismo. Entre esses há 35 cursos livres que na maioria abordam segmentos ou especialidades do turismo, mas os ligados a agenciamento também se destacam. Outros 22 cursos são de especialização com foco principal em planejamento, gestão e marketing. Em nível superior figuram sete de Tecnologia em Gestão de Turismo e dois de bacharelado. Também há a oferta de três cursos técnicos de guia de turismo, sendo dois de institutos federais e um de escola privada.

**Quadro 2: Quantidade de Cursos Livres e de Especialização oferecidos em EAD por Temáticas na Área de Turismo**

Temática	Livre	Especialização
Segmentos	10	1
Agenciamento	6	-
Planejamento e Gestão	5	10
Gestão Pública	5	-
Acessibilidade	3	-
Guiamento	2	-
Marketing e Comunicação	2	8
Meio Ambiente	2	3
Total	35	22

Fonte: Elaborado pela autora

Analisando os seis cursos livres de agenciamento verifica-se que eles são bastante genéricos, tratam de elaboração de roteiros e pacotes turísticos ou simplesmente indicam as atividades que um agente de viagens desenvolve. Dentre os de planejamento e gestão três tratam

genericamente de planejamento e dois abordam o planejamento de eventos. Em marketing e comunicação um é de marketing turístico e outro de marketing de destinações turísticas. Assim entende-se que nenhum desses cursos atende a necessidade de ampliação de conhecimentos operacionais para a profissionalização do agente de viagens.

Acredita-se que os cursos de especialização sejam os que podem ampliar os conhecimentos específicos do aluno através conteúdos focados em temas em evidência na atualidade. Entre os cursos de marketing e comunicação cinco estão direcionados para temas específicos como eventos, turismo de negócios e e-business e dois são genéricos. Já no caso dos cursos de planejamento e gestão estes não abordam áreas específicas ou questões relacionadas a procedimentos administrativos que pudessem qualificar o profissional de agência de viagens, pelo contrário, são bastante generalistas e devem estar direcionados para um público que ainda não atua na área porque quatro são de turismo, três de consultoria turística, dois são de administração de empresas de turismo e um único tem foco em planejamento de eventos.

Conclui-se que apesar da oferta de cursos EAD na área de turismo essa não supre a necessidade de conhecimentos específicos para pessoas que já atuam no mercado e buscam se qualificar para melhorar seu desempenho profissional com conteúdos ligados às novas tecnologias, técnicas e ferramentas de gestão, legislação pertinente, e tantos outros temas que devem ser tratados segundo as especificidades do turismo.

Neste levantamento não foi possível constatar quais são os cursos que estão sendo oferecidos efetivamente no momento, pois as informações são sobre conteúdos, tempo de duração, instrutores, tutores, público alvo, formas de avaliação e outras informações de caracterização e operacionalização do curso. Mas serve para a compreensão de quem oferece cursos EAD e o que já foi preparado e oferecido no setor.

Das 23 empresas que oferecem os cursos a distância seis não são instituições de ensino (linhas em destaque no Quadro 5), oferecendo cursos livres com duração entre 10 e 60 horas e cursos de especialização em genéricos em turismo. Destaque deve ser feito ao Ministério do Turismo que promove 5 cursos livres de qualificação gratuitos, estruturados por um centro especializado em EAD da UFSC.

Já as instituições de ensino oferecem cursos de todas as modalidades, mais só nove dos cursos livres são por elas oferecidos, a maioria dos cursos de especialização, 20, são ofertados por essas instituições, a graduação, obrigatoriamente tem que ser vinculada a uma instituição de ensino superior (IES), e os cursos técnicos também deveriam ser exclusividade de instituições de ensino, entretanto uma empresa oferece o técnico em guia de turismo, fato que deve ser ressaltado por constituir-se de uma irregularidade.

**Quadro 3: Empresas que oferecem cursos EAD na área de Turismo**

Empresa/Instituição	Livre	Especialização	Graduação	Técnico
ACVM Capacitação Integrada	2			1
Cursos 24h	3			
Estácio			1	
FACCAT - Faculdades Integradas de Taquara – RS	4			
FEAD Virtual			1	
FUNIBER - Fundação Universitária Ibero-americana		4		
Grupo Educacional Ciane		3		
Faculdade UNINTER			1	
IFCatarinense Instituto Federal Catarinense			1	
IFRN Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Farroupilha				1
IFRN Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte				1
Mais Cursos e viagens		1		
Ministério do Turismo / UFSC	5			
Portal Educação	16			
SENAC São Paulo	3			
UGF - Universidade Gama Filho		2		
UNIARA on line - Centro Universitário de Araraquara		10		
UNIASSELVI - Centro Universitário Leonardo da Vinci			1	
UNISA - Universidade Santo Amaro			1	
UNISUL - Universidade do Sul de Santa Catarina			1	
Universidade Católica de Brasília Virtual	2	1	1	
Universidade Metodista			1	
WPOS AVM Faculdade Integrada		1		
Total	35	22	9	3

Fonte: Elaborado pela autora

A consideração que pode ser feita é que há uma variedade de oferta de cursos no formato EAD, desde livres de curta duração que podem ser realizados por qualquer pessoa independentemente de seu nível de escolaridade, cursos técnicos de nível médio, cursos de



graduação, tanto tecnológicos quanto de bacharelado e cursos de especialização para pessoas que já possuem diploma de nível superior.

## **Considerações finais**

Com relação ao mercado de agências de viagens constata-se que as empresas de grande porte possuem setores de treinamento para seus colaboradores, mas poucos divulgam o uso da EAD para esse tipo de ação. Apenas a CVC destaca o uso do e-learning em seus cursos. A ABAV, associação empresarial do setor, oferece uma diversidade de cursos presenciais que podem ser oferecidos pelo Brasil, mas não comentam sobre a possibilidade de oferta de cursos no modelo a distância. Acredita-se que uma parceria da ABAV e outras entidades empresariais do setor de turismo com as empresas especializadas em curso a distância poderia viabilizar a construção de conteúdos de TAD que venham a atender, de fato a demanda do mercado de profissionalização.

Como constatou-se que a maior demanda para a profissionalização do agente de viagens é de conteúdos específicos e práticos, cursos EAD seriam indicados porque não há a necessidade de provas presenciais ou outras ferramentas que exijam polos distribuídos por várias regiões, como acontece com curso da educação formal.

Analisando a educação formal ofertada pelo poder público verificou-se que em nível de graduação os cursos são generalistas com o propósito de formar gestores e empreendedores e compreende-se que utilizando ferramentas adequadas é possível oferecer cursos superiores de turismo no formato EAD, mas com necessidade da inclusão de atividades práticas a serem desenvolvidas presencialmente. Constatou-se a oferta de sete cursos superiores em tecnologia em gestão do turismo e dois de bacharelado ofertado por diferentes IES que dispões, na maioria dos casos, de polos de encontros presenciais espalhados pelo Brasil e estes podem estar atendendo aos interessados de quem se encontram fora dos grandes centros e busca um diploma superior.

Já em nível técnico os cursos tem o caráter profissionalizante, preparando o jovem do ensino médio para atuar em funções operacionais do agenciamento e este formato de curso tem características que o afastam do formato EAD. Entretanto, no levantamento feito

constatou-se a existência de três cursos em nível técnico de formação de guias de turismo, atividade regulamentada pelo Ministério do Turismo que exige a realização de viagens técnicas. Assim estes cursos existentes devem ter parte de seu conteúdo presencial, atividade didática essencial em cursos que objetivam formar pessoal para funções operacionais.

Acrescenta-se que se faz premente, em cursos presenciais, sejam superiores ou técnicos, a utilização de ferramenta de ambientes virtuais de aprendizagem (AVA) para dinamizar a relação aluno professor. Para isso as IES precisam motivar os docentes a se familiarizarem com o meio digital e desenvolver cursos de capacitação que poderiam começar presenciais e evoluírem para TAD, com tutores sempre presentes acompanhando e auxiliando os docentes na construção de suas aulas.

Com relação aos cursos EAD ligados ao turismo constata-se que a maioria são cursos livres, muitas vezes voltados para pessoas comuns que têm alguma curiosidade pela área, seguido por cursos de especialização, que apesar de sua função são muito generalistas e não atendem às especificidades do setor de agenciamento.

Portanto indica-se que sejam estruturados cursos de especialização, entendendo que as IES, empresas de cursos on-line e empresariado do turismo deveriam se conversar para escolherem temas que realmente interessem à profissionalização do mercado e poderiam desenvolver de forma conjunta os conteúdos. A adequação dos conteúdos dos cursos que hoje são oferecidos presencialmente para a estrutura de ensino a distância se faz necessária para atender a demanda nacional e de pessoas que já atuam no mercado e não têm tempo disponível para cursos presenciais e a parceria destes três atores parece promissora.

Por isso propõe-se a realização de um encontro promovido pela academia para discutir ensino a distância e profissionalização do turismo junto ao empresariado e associações do setor.

## Referências

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens. (2004a). *Livro Comemorativo 50 anos de História da ABAV* pág. 3-18. Disponível em: <http://www.portalabav.com.br/arquivos/pags3a18.pdf>. Acesso 14 fev. 2014.

# XI SEMINÁRIO 2014 ANPTUR

XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
24 a 26 de setembro de 2014 – Universidade do Estado do Ceará - UECE

- ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens. (2004b). *Livro Comemorativo 50 anos de História da ABAV* pág. 19-54. Disponível em: <http://www.portalabav.com.br/arquivos/pags19a54.pdf>. Acesso 14 fev. 2014.
- ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens. (S/Da). *Sobre a ABAV - Sistema ABAV*. Disponível em: [http://www.abav.com.br/texto.aspx?id=2&id\\_area=1](http://www.abav.com.br/texto.aspx?id=2&id_area=1). Acesso 14 fev. 2014.
- ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens. (S/Db). *ICCABAV – O que é*. Disponível em: [http://www.abav.com.br/iccabav\\_texto.aspx?id=34&id\\_area=20](http://www.abav.com.br/iccabav_texto.aspx?id=34&id_area=20). Acesso 14 fev. 2014.
- ABRACORP – Associação Brasileira de Viagens Corporativas. (2013). *Abracorp divulga balanço do setor de viagens corporativas de 2013*. Disponível em: <http://www.abracorp.org.br/sala-de-imprensa/>. Acesso 14 fev. 2014.
- ALATUR JTB. (S/D). *Instituto Alatur*. Disponível em: <http://alaturjtb.com/instituto-alatur>. Acesso 17 fev. 2014.
- BASSANI, Patrícia Scherer; BEHAR, Patricia Alejandra. 2006. Análise das interações em ambientes virtuais de aprendizagem: uma possibilidade para avaliação da aprendizagem em EAD. *Novas Tecnologias na Educação* V.4 Nº1, Julho. Disponível em: <file:///C:/Users/Debora%20Braga/Downloads/14044-48192-1-PB.pdf>. Acesso 08 jun 2014.
- BELLONI, Maria Luiza. (2002). Ensaio sobre a Educação a Distância no Brasil. *Educação & Sociedade*, ano XXIII, no 78, Abril. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v23n78/a08v2378.pdf>. Acesso 04 jun. 2014.
- BENI, M. C. Gênese do curso de Turismo da ECA-USP. (2013). BRAGA, D. (org.). *40 Anos de Turismo na ECA: memórias e análises*. São Paulo. Escola de Comunicações e Artes.
- BENAKOUCHE, Tamara. (2000). Educação a Distância (EAD): uma solução ou um problema? *XXIV Encontro Anual da ANPOCS* 2000. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/2057/1/wp005.pdf>. Acesso 07 jun 2014.
- BRASIL. Ministério da Educação. (S/Da). *Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos*. Disponível em: <http://pronatec.mec.gov.br/cnct/>. Acesso 26 fev. 2014.
- BRASIL. Ministério da Educação. (S/Db) *Técnico em Agenciamento de Viagem*. Disponível em: [http://pronatec.mec.gov.br/cnct/et\\_turismo\\_hospitalidade\\_lazer/t\\_agenciamento\\_viagem.ph](http://pronatec.mec.gov.br/cnct/et_turismo_hospitalidade_lazer/t_agenciamento_viagem.ph). Acesso 26 fev. 2014.
- BRASIL. Ministério da Educação. (2006). *Resolução no. 13 de 24/11/2006. Diretrizes Curriculares nacionais do Curso de Graduação em Turismo e dá outras Providências*. Brasília. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13\\_06.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf). Acesso 25 fev. 2014.
- BRASIL. Ministério da Educação. (2007). *Resolução no. 02 de 18/06/2007. Carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial*. Brasília. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2007/rces002\\_07.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2007/rces002_07.pdf). Acesso 25 fev. 2014.
- CARLSON WAGONLIT. (S/Da). *Academia CWT*. Disponível em: [http://www.carlsonwagonlit.com.br/pt/countries/br/sobre\\_a\\_cwt/academia\\_cwt/](http://www.carlsonwagonlit.com.br/pt/countries/br/sobre_a_cwt/academia_cwt/). Acesso 17 fev. 2014.

# XI SEMINÁRIO 2014 ANPTUR

XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
24 a 26 de setembro de 2014 – Universidade do Estado do Ceará - UECE

CARLSON WAGONLIT. (S/Db). *Um olhar sobre a CWT*. Disponível em: [http://www.carlsonwagonlit.com.br/pt/countries/br/sobre\\_a\\_cwt/um\\_olhar\\_sobre\\_a\\_cwt/](http://www.carlsonwagonlit.com.br/pt/countries/br/sobre_a_cwt/um_olhar_sobre_a_cwt/). Acesso 17 fev. 2014.

CVC. (S/D). *Responsabilidade Social*. Disponível em: <http://www.cvc.com.br/lps/responsabilidade-social/index.aspx>. Acesso 17 fev. 2014.

ECA - Escola de Comunicações e Artes. (2013). *Projeto Político Pedagógico Curso de Turismo 2013*. Documento interno.

ETEC ARISTÓTELES FERREIRA. (S/D). *Agenciamento de Viagem*. Disponível em: <http://www.etcaristotelesferreira.com.br/agenciamentodeviagem.html>. Acesso 27 de fev. 2014.

ETEC ARISTÓTELES FERREIRA. *Grade 2ª sem 2012 - Agenciamento de Viagem*. 2012. Disponível em: <http://www.etcaristotelesferreira.com.br/agenciamentodeviagem.html>. Acesso 27 de fev. 2014.

ETESP. (S/D). *Agenciamento de Viagem*. Disponível em: <http://www.etesaopaulo.com.br/interna.aspx?cod=2&cod2=28&sub=1>. Acesso 27 fev. 2014.

FLYTOUR. (S/D). *Academia Flytour*. Disponível em: <http://www.flytour.com.br/academia-flytour>. Acesso 17 de fev. 2014.

ICCBAV – Instituto de Capacitação e Certificação da Associação Brasileira de Agências Viagens. (2013). *Portfólio de Cursos 2013*. Disponível em: <http://www.abav.com.br/pdf/Cursos%20ICCABAV.pdf>. Acesso 14 fev. 2014.

MARINGÁ TURISMO. (S/D). *Training Travel Center*. Disponível em: <http://www.maringaturismo.com.br/sobre-a-maringa/training-travel-center/>. Acesso 17 fev. 2014.

MASTER TURISMO. (S/D). *Academia Master*. Disponível em: <http://www.masterturismo.com.br/academia-master>. Acesso 17 fev. 2014.

RAMOS, Daniela Karine. (2011). As Tecnologias da Informação e da Comunicação na Educação: reprodução ou transformação? *ETD – Educ. Tem. Dig., Campinas*, v.13, n.1, p.44-62, jul./dez. Disponível em: [http://www.fe.unicamp.br/revista/index.php/etd/article/viewFile/2051/pdf\\_1](http://www.fe.unicamp.br/revista/index.php/etd/article/viewFile/2051/pdf_1). Acesso 05 jun 2014.

REJOWSKI, M. (2001). Agência de Viagem. ANSARAH, M. G. dos R (org.). *Turismo como aprender, como ensinar vol. 2*. São Paulo: SENAC.

REJOWSKI, M. e PERUSSI, R. F. (2007). Trajetória das agências de turismo: apontamentos no mundo e no Brasil. BRAGA, D. (org.) *Agências de Viagens e Turismo: práticas de mercado*. Rio de Janeiro: Campos Elsevier.

VALENTE, José Armando. (2003). Educação a distância no ensino superior: soluções e flexibilizações. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, vol. 7, núm. 12, febrero, pp. 139-142. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/1801/180114096010.pdf>. Acesso 05 junho. 2014.

ZERBINI, Thaís e ABBAD Gardênia. (2005). Impacto de Treinamento no Trabalho via Internet. *RAE-eletrônica*, v. 4, n. 2, Art. 16, jul./dez. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=205114650001>. Acesso 08 jun 2014.