



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA

CONSTRUÇÃO DE UMA PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE UM CURSO SUPERIOR
EM TURISMO NO INSTITUTO FEDERAL DO AMAPÁ (IFAP)

DIEGO SAMARO BELO BARRIGA

SEROPÉDICA, RJ

2025



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA

**CONSTRUÇÃO DE UMA PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE UM CURSO SUPERIOR
EM TURISMO NO INSTITUTO FEDERAL DO AMAPÁ (IFAP)**

DIEGO SAMARO BELO BARRIGA

Sob orientação do professor

Dr. Rodrigo Amado dos Santos

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre no Curso de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia, do Programa de Pós-Graduação em Gestão e Estratégia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ.

Seropédica – RJ

Junho de 2025

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B275c BARRIGA, DIEGO SAMARO BELO, 1989-
Construção de uma Proposta de Criação de um Curso
Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá
(IFAP) / DIEGO SAMARO BELO BARRIGA. - MACAPÁ, 2025.
255 f.: il.

Orientador: Rodrigo Amado dos Santos.
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Gestão
e Estratégia, 2025.

1. Educação Superior em Turismo. 2. IFAP. 3.
Desenvolvimento Regional. 4. Currículo e Competências
Profissionais. 5. Relatório Técnico Conclusivo. I. dos
Santos, Rodrigo Amado, ---, orient. II Universidade
Federal Rural do Rio de Janeiro. Programa de Pós
Graduação em Gestão e Estratégia III. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA**

DIEGO SAMARO BELO BARRIGA

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre(a), no Programa de Pós-Graduação em Gestão e Estratégia, Área de Concentração em Gestão e Estratégia.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 27/06/2025.

Prof(a). Dr(a). Rodrigo Amado dos Santos
Presidente da Banca/Orientador(a)
Membro Interno
UFRRJ

Prof(a). Dr(a). Carlos Alberto Lidizia Soares
Membro Interno
UFRRJ

Prof(a). Dr(a). Márcia Cristina Rodrigues Cova
Membro Interno
UFRRJ



Documento assinado digitalmente
DAVID LEONARDO BOUCAS DA SILVA
Data: 30/06/2025 11:20:18-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dr(a). David Leonardo Bouças da Silva
Membro Externo
IFAM



TERMO Nº 552/2025 - PPGE (12.28.01.00.00.00.05)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 30/06/2025 12:52)

MARCIA CRISTINA RODRIGUES COVA

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

DeptAdT/IM (12.28.01.00.00.82)

Matrícula: ###834#5

(Assinado digitalmente em 30/06/2025 12:47)

RODRIGO AMADO DOS SANTOS

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

ICSA (12.28.01.45)

Matrícula: ###153#7

(Assinado digitalmente em 30/06/2025 15:31)

CARLOS ALBERTO LIDIZIA SOARES

ASSINANTE EXTERNO

CPF: ###.###.277-##

Visualize o documento original em <https://sipac.ufrj.br/documentos/> informando seu número: 552, ano: 2025, tipo: **TERMO**, data de emissão: 30/06/2025 e o código de verificação: **3bdb91a34b**

Dedico esta dissertação à minha amada esposa, Karina Belo, aos meus filhos, João e Lucas, à minha mãe, Odete, e ao meu falecido pai, Francisco.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, pela resiliência e coragem derramadas em meu espírito, que me permitiram chegar ao fim dessa jornada; por me dar forças nos momentos de cansaço e ânimo nas horas em que me vi abatido; pelo seu soberano amor e pela sua amorosa soberania.

Agradeço à minha família, pela paciência e confiança. Em especial à minha esposa, Karina Belo, pelo companheirismo e compreensão, pela renúncia e dedicação em prol da família que construímos; por acreditar em mim, por me trazer conforto e alento na hora precisa. Sem você eu não seria nem metade do homem que me tornei.

Aos meus filhos, João e Lucas, que não sabem, mas me dão toda a razão e propósito para avançar em busca de uma vida melhor.

Aos meus irmãos: Isaac, Francisco Neto, Francy e, em especial, Sandro, que foi nosso primeiro exemplo de dedicação aos estudos, sendo o primeiro graduado entre nós – um turismólogo de excelência.

À minha mãe, pelas orações e palavras de encorajamento. Ao meu pai (*in memoriam*), que, na infância, me ensinou a palavra “porém” e, a partir de seu sentido, a articular, por meio das palavras, ideias diferentes das antepostas, mas, sobretudo, mudar os rumos esperados da minha própria trajetória.

Ao Instituto Federal do Amapá, na pessoa do Reitor Prof. Dr. Romaro Antonio Silva, pela oportunidade de cursar este mestrado – algo que, em minha concepção, parecia um objetivo distante e pouco provável de se realizar. Sou grato por trabalhar e pertencer a uma instituição que é, acima de tudo, um lugar crescimento humano, cuja missão impacta a vida de muitos jovens e cidadãos.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Rodrigo Amado dos Santos, pela imensa paciência e presteza. Em nenhum momento me vi desorientado e me senti

abandonado nessa caminhada. Seus conhecimentos foram cruciais, mas, sobretudo, sua humanidade mostraram que é possível aliar gentileza e seriedade no meio acadêmico.

Aos amigos da 1ª Turma IFAP do mestrado em Gestão e Estratégia (Ana Paula, Sanches, Rilton, Alexandre, Maria Orismar, Maria Barreto, Adriana, Rosa, Paulo, Deise, Miguel, Eduardo e Luan): a promessa “ninguém larga a mão de ninguém” não foi clichê – foi verdade, e aqui estamos, juntos concluindo esse desafio. Obrigado pelas risadas e por todo o incentivo!

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Gestão e Estratégia, por aceitarem o desafio de ensinar no extremo norte do Brasil. Por nos olharem e nos valorizarem tal como somos: pessoas do Norte, amapaenses, que amam os rios, os peixes, o açai; gente que conversa com quem acabou de conhecer como se já existisse uma amizade antiga; gente sem “pavulagem”. Sabendo que tínhamos – e temos – muito o que aprender, nos ensinaram que também temos o que compartilhar: nossas vivências, “o jeito de ser do povo daqui”, nosso jeito tucuju. Obrigado por tudo!

RESUMO

BARRIGA, D. S. B. **Construção de uma Proposta de Criação de um Curso Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá (IFAP)**. 254p. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Gestão e Estratégia, Seropédica-RJ, 2025.

O Turismo possui grande capacidade de promover o desenvolvimento regional e, quando bem conduzido, consolida-se como uma atividade sustentável, proporcionando benefícios econômicos, sociais e ambientais. Um dos fatores determinantes para que isso ocorra é o aperfeiçoamento da oferta turística, especialmente pela atuação de profissionais com nível superior na área. No entanto, uma oferta educacional com esta finalidade precisa ser concebida de maneira específica para atender às demandas da realidade local, sendo influenciada diretamente pelos cenários econômico, mercadológico e curricular. Com base nestas premissas, a presente pesquisa teve como objetivo principal: construir uma proposta de criação de um curso superior em turismo no IFAP (Instituto Federal do Amapá). Para dar suporte a esta proposição, os objetivos específicos foram delineados para: identificar os mercados de atuação profissional dos futuros egressos; realizar um diagnóstico profissiográfico que oriente o perfil profissional desejado desses egressos; e propor uma base curricular para o curso. O alcance destas compreensões só foi possível graças a um estudo de caso com teor exploratório-descritivo, com abordagem quali-quantitativa. Outrossim, pelo viés qualitativo, houve a intenção de se compreender, a partir de entrevistas semiestruturadas, as percepções dos *stakeholders* – setor privado, setor público e gestores do IFAP – acerca do cenário turístico amapaense. Pelo viés quantitativo, aplicaram-se questionários estruturados em escala Likert direcionados aos servidores do IFAP, com o objetivo de verificar as opiniões desses atores quanto à criação do curso de turismo e à importância de 15 competências profissionais elaboradas nesta dissertação, com base em análises bibliométricas. Os resultados qualitativos foram dispostos por meio da Análise de Conteúdo baseada em Bardin, o que explicitou os

discursos predominantes que subsidiaram o alcance dos objetivos pretendidos. Por sua vez, a análise quantitativa experimentou um tratamento estatístico descritivo, que propiciou o reconhecimento das competências a serem priorizadas na base curricular. O somatório destas perspectivas possibilitou a criação de um Produto Técnico-Tecnológico (PTT) do tipo Relatório Técnico Conclusivo (RTC). Esse documento apresenta, além dos resultados correspondentes aos objetivos específicos, uma análise estratégica da realidade investigada, utilizando as matrizes SWOT e TOWS, bem como descrições dos cenários econômico e mercadológico do turismo no Amapá. De maneira geral, o impacto deste PTT reside na valorização da formação em turismo, destacando o protagonismo desses profissionais na elaboração de planificações mais assertivas, participativas, holísticas e sustentáveis para o setor. Entre as reflexões finais, ressalta-se uma oportunidade pedagógico-acadêmica ao IFAP, que atualmente não conta com um curso de graduação em turismo. A implantação dessa oferta poderá fortalecer o pioneirismo da instituição como agente impulsionador do desenvolvimento acadêmico, técnico e profissional do turismo — um arranjo produtivo de relevante impacto social, capaz de contribuir de maneira significativa para a interiorização do desenvolvimento socioeconômico no estado.

Palavras-chave: Educação Superior em Turismo; IFAP; Desenvolvimento Regional; Currículo e Competências Profissionais; Relatório Técnico Conclusivo.

ABSTRACT

BARRIGA, D. S. B. Constructing a Proposal to Create a Higher Education Course in Tourism at the Federal Institute of Amapá (IFAP). 254p. Master thesis (Master in Management and Strategy) - Federal Rural University of Rio de Janeiro, Master Program in Management and Strategy, Seropédica-RJ, 2025.

Tourism has great potential to promote regional development and, when properly managed, establishes itself as a sustainable activity, providing economic, social, and environmental benefits. One of the key factors for this to occur is the improvement of the tourism offering, especially through the work of professionals with higher education in the field. However, an educational offering with this purpose must be specifically designed to meet the demands of the local reality, being directly influenced by the economic, market, and curricular contexts. Based on these premises, the main objective of this research was to design a proposal for the creation of an undergraduate tourism program at IFAP (Federal Institute of Amapá). To support this proposal, the specific objectives were outlined to: identify the professional markets for future graduates; conduct a job profile analysis to guide the desired professional profile of these graduates; and propose a curricular framework for the program. The achievement of these understandings was only possible thanks to a case study with an exploratory-descriptive character and a mixed-methods approach. From the qualitative perspective, the intention was to understand, through semi-structured interviews, the perceptions of stakeholders – private sector, public sector, and IFAP managers – regarding the tourism landscape in Amapá. From the quantitative perspective, structured questionnaires using a Likert scale were applied to IFAP staff, aiming to gather their opinions on the creation of the tourism program and on the importance of 15 professional competencies developed in this dissertation, based on bibliometric analyses. The qualitative results were organized through Content Analysis based on Bardin, which highlighted the predominant discourses that supported the achievement of the intended objectives. In turn, the quantitative analysis underwent descriptive statistical treatment, which enabled the identification of competencies to be prioritized in the curricular framework. The sum

of these perspectives made it possible to create a Technical-Technological Product in the form of a Final Technical Report. This document presents, in addition to the results corresponding to the specific objectives, a strategic analysis of the investigated reality using SWOT and TOWS matrices, as well as descriptions of the economic and market scenarios of tourism in Amapá. Overall, the impact of this Final Technical Report lies in emphasizing the value of training in tourism, highlighting the key role of these professionals in developing more assertive, participatory, holistic, and sustainable plans for the sector. Among the final reflections, it is worth noting a pedagogical-academic opportunity for IFAP, which currently does not have an undergraduate program in tourism. The implementation of this offering could strengthen the institution's pioneering spirit as a driving force for academic, technical, and professional development in tourism — a productive arrangement with significant social impact, capable of meaningfully contributing to the regional socio-economic development within the state.

Keywords: Tourism Higher Education; IFAP; Regional Development; Curriculum and Professional Skills; Conclusive Technical Report.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Diretrizes gerais para criação de curso.....	26
Quadro 2 - Diretrizes específicas para a criação de um curso.....	27
Quadro 3 - Critérios utilizados nas análises bibliométricas.....	41
Quadro 4 - Alinhamento entre objetivo, palavras-chave e resultados (1ª Bibliometria)	43
Quadro 5 - Alinhamento entre objetivo, palavras-chave e resultados (2ª Bibliometria)	49
Quadro 6 - Alinhamento entre objetivo, palavras-chave e resultados (3ª Bibliometria)	51
Quadro 7 - Etapas e estratégias da pesquisa.....	86
Quadro 8 - Participantes do processo de validação dos instrumentos de pesquisa. .	88
Quadro 9 - Estruturas dos Roteiros de Entrevista.....	89
Quadro 10 - Entrevistados.....	92
Quadro 11 - Escala Likert elaborada.....	94
Quadro 12 - Processos de criação de cursos FIC na área do Turismo no IFAP.....	96
Quadro 13 - Estruturação dos questionários.....	97
Quadro 14 - Exemplos de descrições de competências.....	99
Quadro 15 - Descrição de competências para o contexto turístico.....	100
Quadro 16 - Análise documental dos processos de cursos FIC em Turismo.....	131
Quadro 17 - Verticalização – previsão legal e normativa.....	138
Quadro 18 - Opiniões dos entrevistados sobre o turismo no Amapá.....	140
Quadro 19 - Conhecimento da existência atual de cursos de turismo.....	144
Quadro 20 - Cursos superiores de turismo nas IES públicas da região norte.....	145
Quadro 21 - Opiniões sobre a contribuição de um curso de turismo.....	146
Quadro 22 - Opiniões sobre o interesse das pessoas em relação ao curso.....	148
Quadro 23 - IES privadas em atuação no Amapá.....	149
Quadro 24 - Opiniões sobre as perspectivas dos egressos no mercado.....	150
Quadro 25 - Evolução do número de empregos gerado pela CPT no Amapá.....	151
Quadro 26 - Opinião sobre áreas de atuação proeminentes no turismo.....	152
Quadro 27 - Prestadores turísticos no Amapá constantes no Cadastur.....	153

Quadro 28 - Inserção de graduados em turismo nas secretarias de turismo no Amapá.....	154
Quadro 29 - Diferenças salariais entre servidores efetivos graduados e não graduados da MacapaTur.....	156
Quadro 30 - Opinião sobre competências necessárias no turismo.....	157
Quadro 31 - Quadro-Resumo da Análise de Conteúdo.....	159
Quadro 32 - Identificação das competências nas demonstrações de resultados....	164
Quadro 33 - Tratamento dos resultados (Questões sobre competências).....	165
Quadro 34 - Demonstração de resultados (Ranking por categorias de competências)	166
Quadro 35 - Análise SWOT dos cenários.....	173
Quadro 36 - Análise TOWS para criação do curso.....	174
Quadro 37 - Competências do egresso (Resultados x DCNsTur).....	178
Quadro 38 - Sugestão de Base Curricular.....	182

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Obras e atrativos turísticos difundidos em redes sociais.....	24
Figura 2 - Dimensões da Sustentabilidade.....	61
Figura 3 - Classificação e interação entre competências.....	80
Figura 4 - Cadeia produtiva do turismo.....	92
Figura 5 - Análise SWOT e TOWS.....	103
Figura 6 - Certificado emitido pelo site do Mapa do Turismo.....	126
Figura 7 - Trecho da ata de reunião.....	132
Figura 8 - Centro de Atendimento ao Turismo (CAT) em Macapá.....	135
Figura 9 - Foco do turismo amapaense pelos entes públicos.....	142
Figura 10 - Ranking geral de competências.....	165
Figura 11 - Estrutura da base curricular.....	180

LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

AP – Amapá

APL – Arranjo(s) Produtivo(s) Local(is)

CADASTUR – Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos

CAAE – Certificado de Apresentação de Apreciação Ética

CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CAT – Centro de Atendimento ao Turismo

CEAP – Centro de Ensino Superior do Amapá

CEP/UFRRJ – Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

CES – Câmara de Educação Superior

CNE – Conselho Nacional de Educação

CONSUP/IFAP – Conselho Superior do Instituto Federal do Amapá

CONEP – Comissão Nacional de Ética em Pesquisa

CPT – Cadeia Produtiva do Turismo

DCNs – Diretrizes Curriculares Nacionais

DCNsTur – Diretrizes Curriculares Nacionais/Turismo

DIGERAL-MCP – Diretoria Geral do Campus Macapá

EaD – Ensino a Distância

EJA – Educação de Jovens e Adultos

EMBRATUR – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

e-MEC – Sistema Eletrônico de Monitoramento do Ensino Superior

e-SIC – Sistema Eletrônico de Informações ao Cidadão

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

FABRAN – Faculdade Brasil Norte

FAMAT – Faculdade Madre Tereza

FATECH – Faculdade de Teologia e Ciências Humanas

FCA – Faculdade de Ciências da Amazônia

FECOMÉRCIO – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Amapá

FESAM – Faculdade de Ensino Superior da Amazônia

FIC – Formação Inicial e Continuada

GAB/RE/IFAP – Gabinete da Reitoria do Instituto Federal do Amapá

GT-PT/2019 – Grupo de Trabalho de Produção Técnica CAPES 2019

IA – Inteligência Artificial

IES – Instituição/Instituições de Ensino Superior

IESAP – Instituto de Ensino Superior do Amapá

IF(s) – Instituto(s) Federal(is)

IFAP – Instituto Federal do Amapá / Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

IMMES – Instituto Macapaense de Ensino Superior

MACAPATUR – Instituto Municipal de Turismo de Macapá

MAPTUR – Mapa Estratégico para Gestão do Turismo

MEC – Ministério da Educação

META – Faculdade de Tecnologia do Amapá

MTur – Ministério do Turismo

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

PDI – Plano de Desenvolvimento Institucional

PDSA – Programa de Desenvolvimento Sustentável do Amapá

PIB – Produto Interno Bruto

PMM – Prefeitura Municipal de Macapá

PPGADM/UFPR – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná

PPGE – Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia

PPC – Projeto Pedagógico de Curso

PRT – Programa de Regionalização do Turismo

PROEJA – Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação de Jovens e Adultos

PROEN – Pró-Reitoria de Ensino

PTT – Produto Técnico-Tecnológico

PUC – Pontifícia Universidade Católica

RR – Roraima

RTC – Relatório Técnico Conclusivo

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMDI – Secretaria Extraordinária Municipal de Desenvolvimento Integrado
SETUR/AP – Secretaria de Estado de Turismo (Amapá)
SINDETUR – Sindicato das Empresas de Turismo do Estado do Amapá
SUAP – Sistema Unificado de Administração Pública
SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats
T&H – Turismo e Hotelaria
TBL – Triple Bottom Line
TI – Tecnologia da Informação
TRL – Technology Readiness Level
TUT – Tshwane University of Technology (Universidade de Tecnologia de Tshwane)
UFPR – Universidade Federal do Paraná
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
UNAMA – Faculdade da Amazônia de Macapá
UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí
UNWTO – United Nations World Tourism Organization (Organização Mundial do Turismo)
UOL – Universo Online
WTTC – World Travel & Tourism Council (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	20
1.1. Contextualização.....	20
1.2. Problema de Pesquisa.....	22
1.3. Objetivos.....	28
1.4. Relevância da Pesquisa.....	28
1.5. Delimitação do Estudo.....	36
1.6. Organização da Dissertação.....	36
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	39
2.1. Análises Bibliométricas: o que se discute sobre a Educação Superior em Turismo?.....	39
2.1.1. Resultados Específicos – Análise Bibliométrica de 26/11/2024.....	43
2.1.2. Resultados Específicos – Análise Bibliométrica de 29/11/2024.....	45
2.1.3. Resultados Específicos – Análise Bibliométrica de 19/12/2024.....	50
2.2. Turismo e Desenvolvimento Regional: quais caminhos estratégicos um pequeno estado da Amazônia (Amapá) necessita percorrer para alcançar o desenvolvimento regional sustentável?.....	58
2.3. Educação Superior em Turismo: como elaborar uma proposta de curso considerando o real e o ideal?.....	68
2.4. Atuação Profissional no Mercado Turístico: quais competências são necessárias mediante os desafios da profissão?.....	76
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	83
3.1. Classificação da pesquisa.....	83
3.2. Etapas da pesquisa, instrumentos de coleta de dados e sujeitos da pesquisa.....	86
3.2.1. Abordagem qualitativa.....	87
3.2.2. Abordagem quantitativa.....	93
3.3. Tratamento e Análise de Dados.....	101
3.3.1. Resultados da abordagem qualitativa.....	101
3.3.2. Resultados da abordagem quantitativa.....	104
3.4. Limitações dos métodos selecionados para a pesquisa.....	104
3.5. Produto Técnico-Tecnológico (PTT).....	105
4. DISCUSSÕES E RESULTADOS.....	111
4.1. Entrevistas com representantes do <i>Trade</i> Turístico amapaense.....	111
4.1.1. Entrevistado(a) “Samaúma”.....	111
4.1.2. Entrevistado(a) “Amazônida do Meio do Mundo”.....	115
4.1.3. Entrevistado “Tarumã”.....	116
4.1.4. Entrevistado “Tucunaré”.....	119
4.1.5. Entrevistado(a) “Camarão no Bafo”.....	121
4.1.6. Entrevistado(a) “Oca”.....	123
4.2. Entrevistas com representantes das instâncias públicas.....	124
4.2.1. Entrevista com representante municipal.....	124

4.2.2. Entrevista com representante estadual.....	127
4.3. Entrevistas com representantes do IFAP.....	129
4.3.1. Entrevistada “Tucumã”.....	130
4.3.2. Entrevistado “Açaí”.....	133
4.3.3. Entrevista com a Reitora em exercício do IFAP.....	138
4.4. Análise de Conteúdo.....	140
4.4.1. Quadro-Resumo da Análise de Conteúdo.....	159
4.5. Questionários aplicados aos servidores do IFAP.....	160
 5. ELABORAÇÃO DO PRODUTO TECNOLÓGICO – RELATÓRIO TÉCNICO	
CONCLUSIVO.....	169
5.1. Caracterização do produto.....	169
5.2. Descrição sucinta de cenários.....	170
5.3. Análise estratégica – SWOT e TOWS.....	173
5.4. Características Básicas do Curso.....	175
5.5. Proposta de descrição de “Mercado e Atuação Profissional”.....	176
5.6. Proposta de “Perfil do Egresso e Competências”.....	177
5.7. Proposta de “Base Curricular”.....	180
 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	188
 7. RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO.....	192
 REFERÊNCIAS.....	226
 APÊNDICES.....	238
Apêndice A – Roteiro de Entrevista para Representantes do <i>Trade</i> Turístico....	238
Apêndice B – Roteiro de Entrevista para Representantes dos Governos Locais.....	241
Apêndice C – Roteiro de Entrevista para Representantes do IFAP.....	243
Apêndice D – Questionário para servidores do IFAP envolvidos em atividades na área do Turismo no âmbito da instituição.....	245
 ANEXOS.....	251
Anexo A – Modelo de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	251
Anexo B – Modelo de Termo de Anuência Institucional.....	255

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

O turismo pode, de maneira singela, ser compreendido como o “ato de viajar”, “ir e voltar” ou “deslocar-se” mantendo certa estada no destino, com intenção principal ou secundária de lazer, mas podendo envolver também outras finalidades, tais como: profissional, educacional, religiosa, de saúde, dentre outras. Apesar desta concepção simples, se trata de um fenômeno humano complexo, tendo relevância e implicações sociais, culturais, econômicas, ambientais e espaciais; por isso esse comportamento se tornou objeto de estudos científicos e se constituiu como uma área interdisciplinar de conhecimento das mais recentes (Moesch, 2013).

Com efeito, este fenômeno social, ao se tornar uma área da ciência, permitiu realizar o caminho inverso ao descrito acima: os preceitos científicos do turismo hoje permitem a intervenção na realidade de maneira a influenciar as dinâmicas turísticas de forma intencional, consciente e planejada, isto é, gerir a atividade, sobretudo em busca de sua sustentabilidade (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022).

Deste modo, o turismo, enquanto ciência, com seus vieses econômico, social e ambiental, beneficia empresas, comunidades e setores públicos, por meio das descobertas, proposições, criações e elucidações provenientes da atividade acadêmica – notadamente pela atuação de instituições no ensino superior e na pós-graduação –, a partir das práticas do ensino, da pesquisa, da extensão e da inovação, como ocorre em muitas outras atividades (Lopes *et al.*, 2021).

Essa relação dinâmica entre a academia e a sociedade, especialmente envolvendo os setores produtivos, constitui um fator impactante para o desenvolvimento humano (Maráková e Dzúriková, 2022). Com base nessa premissa, o presente estudo teve como pretensão apresentar ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá (IFAP) informações capazes de corroborar uma proposta de atuação na área de conhecimento do turismo. Logo, esta investigação teve como objeto “a criação de um curso superior de turismo no IFAP” e, conseqüentemente, as condicionantes normativas e contextuais a serem satisfeitas para que se leve a termo tal ideia.

Compreende-se ser oportuno tal proposição, pois atualmente não é possível encontrar no estado do Amapá nenhum curso em nível superior presencial de turismo¹, existindo somente cursos na modalidade a distância² oferecidos por instituições de ensino particulares. Estes cursos não costumam apresentar quaisquer adaptações que considerem aspectos regionais nem realizam projetos de pesquisa ou extensão voltados para a realidade local. No entanto, essa ausência de oferta por si só não significa que um curso deste deva ser criado, assim muitas outras constatações fazem-se necessárias para certificar a sua necessidade e a sua viabilidade, bem como para sedimentar o caminho para o seu êxito (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019).

Um aspecto importante a ser analisado para que um curso como este seja ofertado é a importância ou viabilidade da atividade econômica na localidade, o que tende a indicar um potencial de discentes ingressantes (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019). No entanto, as normas e legislações em matéria educacional aplicáveis a este caso concreto não apresentam um modelo objetivo para esta análise (Neves e Pinto, 2019), limitando-se a apresentação de diretrizes.

Uma solução seria buscar na literatura sobre o tema uma maneira de analisar esse aspecto. Tomazzoni (2007), por exemplo, propôs uma investigação sobre o amadurecimento do turismo enquanto um arranjo produtivo local, o que perpassou por prospecções nas dimensões econômica, cultural e organizacional da realidade estudada. Por sua vez, Bonfim, Bassinello e Freitag (2019) afirmaram que ao menos deveria existir na localidade: empresas do ramo, efetiva atuação governamental e atrativos significativos.

Neste sentido, o Amapá, enquanto estado amazônico, oferece inúmeros atrativos naturais e culturais que podem ser explorados e se destaca por ser o estado com mais áreas protegidas do país³. Além disso, possui algumas

¹As faculdades SEAMA e IESAP ofereceram no estado, nos anos 2000, o curso de bacharelado em turismo, formando poucas turmas e extinguindo os cursos posteriormente.

²Em consulta ao e-MEC (Sistema Eletrônico de Monitoramento do Ensino Superior) foi possível vislumbrar sete cursos superiores de turismo na modalidade online com status “Em atividade” e um “Em extinção”. Em se tratando dos cursos presenciais, se observou cinco cursos “Extintos” e um “Em extinção”, sendo este último da faculdade IESAP, que não dispõe de tal oferta desde o final dos anos 2000.

³Aproximadamente 73% do território do Amapá é constituído por áreas protegidas, incluindo 9,3 milhões de hectares de Unidades de Conservação (UC) municipais, estaduais, federais e 1,1 milhão de hectares de terras indígenas (Amapá, 2022).

peculiaridades: Macapá é a única capital brasileira banhada pelo rio Amazonas, o maior do mundo; junto a ele possuindo a maior orla da região norte; também é a única capital cortada pela linha do Equador, tendo no monumento Marco Zero um meio de observação do fenômeno do Equinócio. Além disso, em Macapá se encontra a maior fortificação militar portuguesa fora de Portugal: a Fortaleza de São José.

Portanto, ainda que não seja possível falar em um sistema produtivo turístico já consolidado no Amapá, não se pode negar que existe uma potencialidade ainda a ser melhor trabalhada para o crescimento da atividade. Desta maneira, a “amazônia tucuju”⁴ pode ganhar maior destaque e competitividade, ao menos dentre os estados da região norte. A partir dessa realidade, o turismo deve ser visto com mais seriedade enquanto uma alternativa possível de incremento econômico regional, algo que é viável nos mais variados contextos (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022); porém, essa atividade também esbarra em dificuldades locais diversas que, em suma, refletem a falta de políticas públicas para o ramo, o que vai desde a ausência de infraestrutura adequada à recepção dos visitantes até a ausência de opções de qualificação dos profissionais atuantes nessa cadeia de produtos e serviços (Almeida *et al.*, 2022).

Ante tais ponderações, se pugna que uma deliberação desta alçada precisa transpassar ideias vagas, decorrentes de preferências pessoais e do senso comum. Além destas prescrições, deverá se aprofundar e se alicerçar em dados precisos, oriundos de fontes oficiais e pesquisas científicas, além de debates com pessoas especializadas e atuantes no ramo; o que poderá revelar se os cenários de instalação do curso são favoráveis e, sendo, que caminhos poderão ser trilhados para se obter êxito.

1.2. Problema de Pesquisa

O estado do Amapá tem no turismo uma promessa de destaque há muito tempo explorada e difundida. A primeira política pública que se sobressaiu ao tentar estabelecer um modelo regionalmente adaptado de desenvolvimento para o estado

⁴As terras que hoje constituem o Amapá eram habitadas em tempos antigos pelos povos indígenas das etnias waiãpi, palikur, maracá-cunani e, particularmente, tucujus (Brasil, 2024).

foi o Programa de Desenvolvimento Sustentável do Amapá (PDSA)⁵, trazendo a sustentabilidade em seu discurso como o principal alicerce. Em que pese não apresentar em seu texto original qualquer menção às atividades turísticas, o plano logrou avanços também no setor, pois estimulou a construção de uma identidade cultural própria amapaense, capaz de caracterizar: a oferta turística, a arquitetura de prédios e logradouros públicos, e estimular a criação de produtos da floresta – uma “amapalidade” (Silva e Silva, 2021). Este processo se deu a partir da valorização da cultura popular local, do patrimônio histórico e do modo de vida dos povos da floresta, quilombolas e ribeirinhos⁶.

A despeito disso, o PDSA perdurou somente entre 1995 e 2002, sendo descontinuado na ocorrência da sucessão política. Posteriormente, alguns avanços, sobretudo em termos de infraestrutura para o turismo, foram vistos no Amapá, tais como: estruturação das orlas; construção do Parque do Forte, no entorno da Fortaleza de São José; revitalização e reforma de espaços como: a Casa do Artesão, o monumento Marco Zero e o estádio Zerão; inauguração da Ponte Binacional Franco-Brasileira e da nova e ampliada estrutura do aeroporto de Macapá. Porém, estas ações não estavam inseridas numa política holística, contínua, integralizadora e articulada de consolidação do setor – a indispensável governança turística (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022).

Este cenário mitigou impactos positivos econômicos, ambientais e sociais que poderiam ser proporcionados ao estado do Amapá a partir do turismo. Atualmente, a potencialidade turística do estado segue – como nunca – sendo “explorada e difundida”. Apesar da necessidade de maior foco na gestão para o seu melhor aproveitamento⁷ (Almeida *et al.*, 2022), recebe grande dedicação nos perfis das

⁵Instituído por meio do Decreto Estadual n.º 2453, de 14 de agosto de 1995, o programa trazia seis diretrizes principais: Valorização das Vantagens Comparativas do Amapá, Sustentabilidade da Economia, Equidade Social, Utilização de Parcerias na Execução dos Projetos, Desconcentração das Atividades e Municipalização (Amapá, 1995).

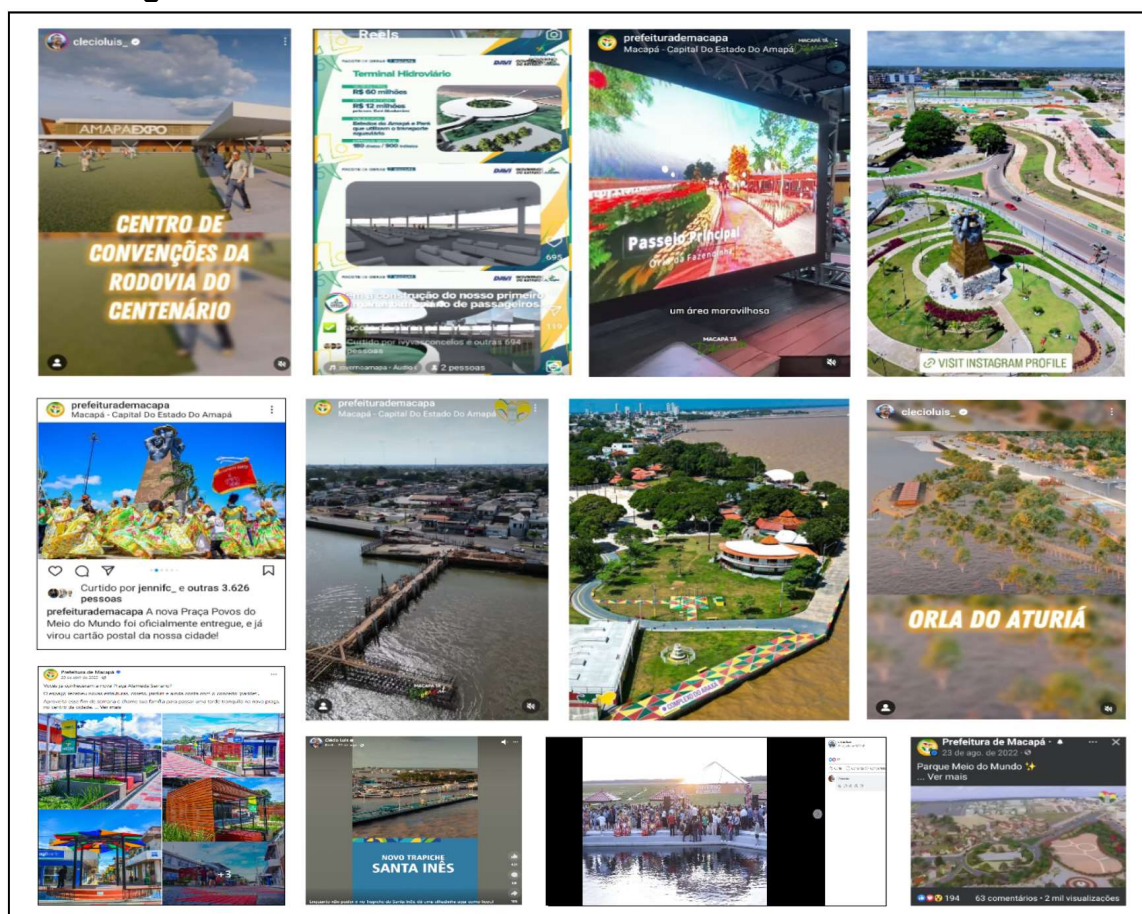
⁶Concretamente alguns projetos que perduram até hoje podem ser destacados: Museu Sacaca, Centro de Cultura Negra, Sambódromo, recuperação da Fortaleza de São José e construção de seu anfiteatro para realização de eventos culturais; organização de mercados com produtos da floresta e artesanato, que culminaram com a construção da Casa do Artesão.

⁷Um exemplo é em relação ao ecoturismo: para Almeida *et al.* (2022), o governo local deveria assumir certas funções estratégicas no Amapá, já que os investimentos do governo federal se concentram em lugares mais consolidados. Assim, a construção de infraestruturas de acesso aos atrativos naturais, a divulgação dos diferenciais do estado, as ações para promover o envolvimento comunitário, a capacitação dos moradores/trabalhadores e o incentivo aos empreendedores locais, dentre outras medidas, devem ser priorizadas e geridas pela esfera pública.

redes sociais de órgãos públicos e personalidades da política em função de novas obras e atrativos – ver Figura 1 – que, por si só, não conduzem à consolidação de um sistema produtivo de turismo (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Posto tal contexto, uma demanda necessita ser explicitada: os debates, ações e a gestão em torno do turismo no Amapá precisam atingir patamares mais elevados. É onde pode entrar em cena uma instituição de ensino que possibilite a formação de profissionais pensantes e atuantes de maneira transformadora, os quais com suas competências são capazes de promover a evolução dos setores em que estão inseridos, contribuindo para o avanço da economia (Apostu *et al.*, 2022).

Figura 1 - Obras e atrativos turísticos difundidos em redes sociais



Fonte: Elaborado pelo autor.

Nesta senda, os Institutos Federais (IF) têm como um dos seus principais objetivos a oferta de educação em nível superior, tal como o artigo 7º da Lei n.º 11.892, de 29 de dezembro de 2008, dispõe:

Art. 7º Observadas as finalidades e características definidas no art. 6º desta Lei, são objetivos dos Institutos Federais:

[...]

VI - ministrar em nível de educação superior:

- a) cursos superiores de tecnologia visando à formação de profissionais **para os diferentes setores da economia**;
- b) cursos de licenciatura, bem como programas especiais de formação pedagógica, com vistas na **formação de professores para a educação básica**, sobretudo nas áreas de ciências e matemática, **e para a educação profissional**;
- c) cursos de bacharelado e engenharia, visando à formação de profissionais **para os diferentes setores da economia e áreas do conhecimento**;
- d) cursos de pós-graduação lato sensu de aperfeiçoamento e especialização, visando à formação de especialistas nas diferentes áreas do conhecimento; e
- e) cursos de pós-graduação stricto sensu de mestrado e doutorado, que contribuam para promover o estabelecimento de bases sólidas em educação, ciência e tecnologia, com vistas no processo de geração e inovação tecnológica (Brasil, 2008, grifou-se).

Mediante as diretrizes legais acima estabelecidas, neste momento, conforme dados do e-MEC (Brasil, 2025), o IFAP possui a seguinte oferta de cursos superiores para a formação profissionais para atuarem nos diversos i) setores da economia: Administração, Alimentos, Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Comércio Exterior, Construção de Edifícios, Engenharia Agrônoma, Engenharia Civil, Engenharia Florestal, Gestão Ambiental, Gestão Comercial, Gestão de Recursos Humanos, Medicina Veterinária, Mineração, Processos Gerenciais, e Redes de Computadores; e na ii) educação (professores): Ciências Biológicas, Educação Física, Física, Letras (Português-Inglês), Informática, Matemática, Pedagogia em Educação Profissional e Química.

Considerando estas áreas de conhecimento, supõe-se que o que motivou e justificou tais escolhas de ofertas cursos foram suas importâncias contemporâneas ou suas potencialidades, isto é, se elas apresentavam significância econômica e social atual ou poderiam apresentar num futuro breve. É nesse sentido que se defende ser crucial a avaliação dos cenários que permeiam a criação de um curso, isto deve se dar a partir das diretrizes normativas e legais previamente estabelecidas para esse propósito, as quais não foram concebidos imotivada e aleatoriamente.

Por isso, em um primeiro momento, debruçando-se sobre as normas primordiais a esta pesquisa⁸, foi possível depreender, ao menos de maneira

⁸Lei n.º 11.892/2008, Resolução nº 74/2023-CONSUP/IFAP e Resolução nº 13/2006-CES/CNE/MEC – Diretrizes Curriculares Nacionais/Turismo (DCNsTur)

generalista, os seguintes parâmetros que foram interpretados como diretrizes gerais a serem seguidas para a criação de um curso de turismo (Quadro 1):

Quadro 1 - Diretrizes gerais para criação de curso

Resolução n.º 74/2023-CONSUP/IFAP	DCNsTur	Lei n.º 11.892/2008	Diretriz
Art. 7º [...] §8º Os estudos de viabilidade da oferta do curso, deverá ser justificado, minimamente, entre outros elementos, com análises sobre: I – Arranjos Produtivos Locais – APLs – buscando-se a justificativa da oferta do curso;	-	Art. 6º [...] IV – orientar sua oferta formativa em benefício da consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, identificados com base no mapeamento das potencialidades de desenvolvimento socioeconômico e cultural no âmbito de atuação do Instituto Federal;	Econômica
Art. 7º [...] §8º [...] VII – Lista com Rede de empresas que poderiam receber os estagiários ou egressos do curso;	Art. 2º [...] § 2º O Projeto Pedagógico do curso de graduação em Turismo poderá admitir Linhas de Formação Específicas, [...] para melhor atender as necessidades do perfil profissiográfico que o mercado ou a região exigirem.	Art. 7º [...] V – estimular e apoiar processos educativos que levem à geração de trabalho e renda e à emancipação do cidadão na perspectiva do desenvolvimento socioeconômico local e regional; e	Mercadológica
Art. 7º [...] §8º [...] VIII – Prévia da matriz curricular;	A norma como um todo tem foco nos aspectos pedagógicos, destacando-se: estruturação do projeto pedagógico (Art. 2º, §1º) e organização curricular (Art. 5º)	-	Pedagógica

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ressalte-se que, em linhas gerais,

- com a diretriz econômica compreendeu-se existir a necessidade de conhecer a relevância da atividade produtiva, alusiva ao curso pretendido, na realidade investigada quanto, por exemplo, aos negócios existentes e empregos gerados;
- por meio da diretriz mercadológica deve-se buscar identificar as peculiaridades do mercado turístico local, as quais o curso possa atender e se adaptar, tais como: preponderância de atividades específicas (perfil profissiográfico), competências exigidas,

possibilidade de inserção no mercado, perspectivas para empreendedorismo, etc.; e

- quanto à diretriz pedagógica percebeu-se um direcionamento para a construção de opções curriculares e de estratégias pedagógicas, a partir da conciliação entre as diretrizes nacionais, as necessidades locais e as tendências atuais do ensino em turismo.

Ademais, a partir destas diretrizes gerais e com base nas pesquisas bibliográficas realizadas, se compreendeu ainda que outras diretrizes específicas poderiam ser assimiladas (Quadro 2). Ainda foi possível suscitar uma quarta diretriz geral que diz respeito ao posicionamento estratégico da instituição de ensino a partir da oferta do pretendido curso.

Quadro 2 - Diretrizes específicas para a criação de um curso

Diretriz Geral	Diretrizes Específicas	Autores
Econômico	Sustentabilidade da atividade econômica	Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020); Santos e Pereira (2020); Maráková e Dzúriková (2022); Gavinolla <i>et al.</i> , (2023)
	Relevância socioeconômica	Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Oppliger e Oliveira (2022); Kronenberg e Fuchs (2022)
Mercadológico	Mapeamento de Competências emergentes	Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020; Rasethuntsa (2022)
	Mapeamento de Competências contextuais	Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020); Castro e Oliveira (2022)
Pedagógico	Interdisciplinaridade	Simsek e Kalýpcý (2023)
	Tendências epistemológicas	Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020); Luong, Huynh e Kim (2022)
	Necessidades curriculares contextuais	Castro e Oliveira (2022); Gavinolla <i>et al.</i> (2023)
Estratégico	Articulação interinstitucional	Lopes <i>et al.</i> (2021); Rasethuntsa (2022)
	Participação dos <i>stakeholders</i>	Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020); Luong, Huynh e Kim (2022); Rasethuntsa (2022); Gavinolla <i>et al.</i> (2023)
	Atração de investimentos para a instituição	Apostu <i>et al.</i> (2022)
	Estratégias de oferta: avaliação da concorrência, identificação de demanda etc.	Neves e Pinto (2019)

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tais diretrizes foram interpretadas como apontamentos estratégicos que, se considerados e executados, farão com que uma futura oferta de um curso de

turismo, por parte do IFAP, possa contribuir para o amadurecimento deste setor produtivo, por intermédio da inserção de profissionais qualificados no mercado e parcerias com empresas e órgãos públicos, a partir da realização de pesquisas, projetos de extensão, estágios, etc.

Com base em tais apontamentos, a presente construção de proposta de curso superior de turismo concentrou esforços em ponderações sobre a economia local, o mercado de trabalho e a organizações públicas do ramo; enfim, uma investigação do cenário em que se pretende atuar, tal como o levantamento das práticas pedagógicas e tendências curriculares recentes. Assim, com vistas ao direcionamento desta pesquisa, indagou-se: Como os cenários econômico, mercadológico e curricular influenciam a construção de uma proposta de curso superior em turismo no IFAP?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo Geral: Construir uma proposta de criação de um curso superior em turismo no IFAP.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Identificar os mercados de atuação profissional dos futuros egressos do curso superior em turismo do IFAP;
- Realizar um diagnóstico profissiográfico que oriente o perfil profissional desejado dos futuros egressos do curso superior em turismo do IFAP; e
- Propor uma base curricular para o curso superior em turismo do IFAP.

1.4. Relevância da Pesquisa

O difícil período da pandemia de Covid-19, compreendido oficialmente entre 11 de março de 2020 e 05 de maio de 2023 (Organização Pan-Americana de Saúde, 2023), foi desafiador para vários setores da economia mundial, em especial para o turismo. A realidade imposta pelos *lockdowns* era muito desfavorável, uma vez que a atividade turística depende da locomoção e da interação interpessoal presencial. No entanto, passado o pior momento, com a retomada gradual da normalidade em

todas as atividades, a recuperação do turismo especificamente no Brasil, ocorreu de forma surpreendente, superando já em 2023⁹, em termos econômicos (movimentação financeira) e sociais (geração de empregos), o último ano pré-pandêmico (2019) e ultrapassando a tendência global¹⁰.

Ante a sua pujança econômica, lançar um olhar estratégico sobre o turismo é algo que governos e gestores locais deveriam se propor, empregando recursos e esforços em seu aperfeiçoamento. Em razão de que essa atividade tem seus impactos positivos maximizados quando bem conduzida, dentre os quais destacam-se: garantia e melhoria da subsistência econômica de comunidades tradicionais, aliadas ao enaltecimento da cultura e do modo de vida locais (Oppliger e Oliveira, 2022); impulsionamento do desenvolvimento regional em função de seu efeito indutor e dinamizador econômico, na medida em que atrai recursos externos à realidade local, oriundos dos diversos gastos feitos pelos turistas (Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, 2020); preservação e conservação de patrimônios e ambientes naturais com sua utilização ordenada e monitorada, proporcionando assim a longevidade do destino (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022); dentre outros.

Para que tais impactos positivos sejam factíveis, o pleno desenvolvimento de uma cadeia produtiva turística requer esforços planejados e bem articulados, algo que deve envolver governos, iniciativa privada, comunidades abrangidas (Oppliger e Oliveira, 2022) e instituições educacionais e profissionalizantes do setor (Lopes *et al.*, 2021). Não basta que uma localidade tenha, por exemplo, uma cultura marcante e paisagens naturais exuberantes para se tornar um destino turístico (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Um aspecto importante, por vezes olvidado nas iniciativas de desenvolvimento do turismo, é exatamente a formação dos profissionais atuantes na área, tal como sua efetiva valorização e protagonismo. A esse respeito, Rigoldi *et al.* (2020) constataram que os quadros de recursos humanos das estruturas administrativas públicas responsáveis pela gestão do turismo prescindem da atuação de

⁹Segundo estimativas do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) em relação ao ano de 2023, o turismo foi responsável por 7,8% do PIB brasileiro, algo em torno de R\$ 752,3 bilhões, 5% a mais que em 2019, gerando emprego para quase 8 milhões de brasileiros e superando, também nesse quesito, em 2,5% o ano último ano antes da pandemia (Brasil, 2023).

¹⁰O WTTC também estimou que as atividades turísticas representaram 9,2% do PIB global, movimentando U\$ 9,5 trilhões na economia mundial no ano de 2023, uma excelente recuperação que fica, porém, 5% abaixo do registrado em 2019 (Brasil, 2023).

turismólogos, o que afeta negativamente as políticas públicas, o planejamento turístico e a competitividade do destino. Outrossim, ao analisar o discurso da política pública nacional de qualificação profissional em turismo, Silva e Frattucci (2022) observaram o direcionamento de seus objetivos e resultados pretendidos em prol do empresariado, enquanto o profissional torna-se apenas uma ferramenta, frequentemente limitado a funções operacionais.

Por outro lado, investimento em educação em nível superior demonstra ter correlação positiva com a melhoria dos dados de crescimento e desenvolvimento da economia, tais como: Produto Interno Bruto (PIB), PIB *per capita*, geração de empregos, redução da pobreza, desenvolvimento humano e bem-estar (Apostu *et al.*, 2022). Portanto, parece óbvio que deve constituir elemento basilar dos planos e das políticas de desenvolvimento da potencialidade turística de uma região a priorização da atuação de profissionais específicos da área, sendo estes os dotados de competências, conhecimentos e habilidades necessárias à evolução do setor. Afinal, a partir da formação e inserção no mercado de trabalho de profissionais capazes de otimizar a oferta dos serviços prestados, há a possibilidade de proporcionar experiências satisfatórias aos clientes (Rasethunsa, 2022).

Não obstante, a realidade de preterição de profissionais graduados e especializados na área, por parte dos empregadores, não é incomum (Booyens, 2020; Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020; Kronenberg e Fuchs, 2022). O que redundará na baixa qualidade da oferta de serviços e produtos e, conseqüente, na perda de competitividade e de mercado (Bahçelerli e Altınay, 2023). Em síntese, isso se evidencia como uma atitude contraproducente que, para ser alterada, necessita da integração entre a indústria e as instituições atuantes na educação em turismo (Rasethunsa, 2022).

Principalmente em uma realidade em que ainda se pretende desenvolver adequadamente este sistema produtivo, como é o caso amapaense¹¹, a formação

¹¹A atividade turística pode contribuir para a dinamização da economia amapaense, que depende exageradamente da Administração Pública. Muitos empregos são gerados pela execução de obras e prestação de serviços pelo Estado, o comércio local depende da folha de pagamento do funcionalismo público, que, por si só, representou 46,4% do valor adicionado bruto ao PIB do estado no ano de 2021 (Amapá, 2023). Desse modo, o turismo pode ser visto como uma atividade propulsora do desenvolvimento regional das mais promissoras (Maráková e Dzúriková, 2022), sendo capaz de proporcionar diferentes oportunidades de geração de renda (Su *et al.*, 2018).

profissional merece adequada atenção e pode tornar-se uma peça-chave, sobretudo com a produção e a transferência de conhecimento a partir da articulação entre as Instituições de Ensino Superior (IES) – com suas práticas de ensino, pesquisa, extensão e inovação – governos locais, *trade* turístico, dentre outras partes interessadas (Lopes *et al.*, 2021).

Assim, compreende-se que as instituições de ensino que pretendam atuar em prol do turismo necessitam estabelecer critérios que possam nortear e justificar a criação deste curso, a partir das especificidades de seu mercado de atuação. Além disso, tais proposições devem estar em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), uma vez que estabelecem, mormente em aspectos pedagógicos, os fundamentos para a estruturação dos cursos superiores no Brasil, concedendo flexibilidade para que estes atendam às carências educacionais e de mercado profissional de cada contexto em que forem propostos (Castro e Oliveira, 2022).

Do ponto de vista das DCNs voltadas para os cursos de turismo, existe a Resolução nº 13/2006 - CES/CNE/MEC (DCNsTur) que estabelece regras gerais de organização dessas graduações, dentre elas: a estrutura do projeto pedagógico, o perfil desejado do egresso, as competências e as habilidades profissionais a serem desenvolvidas, a organização curricular, o estágio supervisionado, as atividades complementares, etc. (Brasil, 2006). Quanto aos critérios de avaliação do cenário econômico e mercadológico, a norma não apresenta maiores orientações, salvo o parágrafo 2º do artigo 2º, em que traz a opção da oferta de linhas de formação específicas “para melhor atender as necessidades do perfil profissiográfico que o mercado ou a região exigirem” (Brasil, 2006, p. 2). Há, assim, certa liberdade na deliberação sobre tais pontos.

Por sua vez, o IFAP elaborou a Resolução nº 74/2023-CONSUP/IFAP que dispõe sobre as normas e os procedimentos referentes à criação, suspensão e extinção de cursos de graduação. Sobre os estudos de viabilidade para a oferta de novos cursos essa norma dispõe:

Art. 7º [...]

§8º Os estudos de viabilidade da oferta do curso, deverá ser justificado, minimamente, entre outros elementos, com análises sobre:

I – Arranjos Produtivos Locais – APLs – buscando-se a justificativa da oferta do curso;

- a) os estudos acerca dos APLs deverão apresentar dados sobre indicadores, coletados em órgãos de pesquisas oficiais, acerca do contexto socioeconômico e cultural que ajudarão na construção do diagnóstico para a oferta do curso.
- II – dados sociais, econômicos, relevância política, tecnológica e cultural;
- III – Potencialidades regionais macro e micro espacial;
- IV – Disponibilidade e previsão de docentes e técnico-administrativos para atender o curso, desde seu início até a conclusão;
- V – Disponibilidade e previsão de instalações físicas (salas de aula, laboratórios, biblioteca, rede de internet etc.) em quantidade de locais e equipamentos suficientes para a realização das atividades do curso, desde seu início até sua conclusão, considerando-se o Catálogo Nacional de Cursos – para os cursos de Tecnologia – as Diretrizes Curriculares – para os cursos de Bacharelado, as Diretrizes Curriculares para formação inicial de professores – para os cursos de licenciatura – e demais legislações pertinentes;
- VI – Previsão orçamentária anual para atender às demandas do curso;
- VII – Lista com Rede de empresas que poderiam receber os estagiários ou egressos do curso;
- VIII – Prévia da matriz curricular;
- a) A prévia da matriz curricular não implica a adoção integral quando da elaboração do PPC.
- IX – Cronograma com previsão de eventos para a estudo de criação e implantação do curso; (Amapá, 2023)

Essa norma vem preencher uma lacuna em torno dos procedimentos para novas ofertas educacionais. O presente estudo não pretende, todavia, satisfazer todos esses critérios, mas especialmente aqueles ligados aos âmbitos econômicos, mercadológicos e curriculares. Sobre esse último ponto, nota-se ainda pouco detalhamento sobre como se deverá construir essa matriz curricular. Assim, pretende-se apresentar uma contribuição assertiva nesse aspecto, que poderá ser aproveitada para as construções com base nesta norma interna.

Igualmente, a literatura em Educação Superior em Turismo aponta alguns caminhos em consonância com as normas aludidas: Lemos *et al.* (2021) destacaram a necessidade de uma criteriosa análise dos cenários para proposição de ofertas formativas, o que considera as condições internas (das instituições) e externas – a realidade do mercado de trabalho, por exemplo. Do ponto de vista pedagógico, Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020) dispuseram sobre a necessidade de se estruturar um currículo equilibrado em termos de formação teórica e prática, integrando essas abordagens no processo de aprendizagem. Em suma, muitos são os fatores determinantes na tomada de decisão sobre um curso de graduação a ser oferecido à sociedade.

Nesse sentido, alguns Institutos Federais (IFs) elaboram normas internas que buscam estabelecer as avaliações prévias que definem como e quais ofertas de cursos devem ocorrer (Neves e Pinto, 2019); sendo orientados, logicamente, pelas normas de abrangência nacional e caráter vinculativo. Sobretudo, para estas instituições, existe a Lei n.º 11.892, de 29 de dezembro de 2008, que em seu artigo 6º dispõe sobre as características e finalidades dos IFs, destacando-se na linha da presente questão:

Art. 6º Os Institutos Federais têm por finalidades e características:

I - ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas na atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional;

[...]

V - orientar sua oferta formativa em benefício da consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, identificados **com base no mapeamento das potencialidades de desenvolvimento socioeconômico e cultural** no âmbito de atuação do Instituto Federal; (Brasil, 2008, grifou-se).

No sentido do texto legal acima, o propósito desta investigação foi firmado para prover informações que atestem a potencialidade socioeconômica da atividade turística no Amapá. A partir disso, tornou-se possível estruturar direcionamentos para um processo de tomada de decisão para a criação de um curso, do qual a finalidade será promover a qualificação e a formação de profissionais aptos a atuarem com as particularidades do sistema turístico. Conforme o estabelecido no artigo 3º das DCNsTur, quanto ao perfil desejado do egresso:

Art. 3º O curso de graduação em Turismo deve ensejar, como perfil desejado do graduando, capacitado e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais, relacionadas com o mercado turístico, sua expansão e seu gerenciamento, observados os níveis graduais do processo de tomada de decisão, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação profissional. (Brasil, 2006, p. 2)

Com isso em vista, a presente pesquisa também se dedicou à busca pelas tendências curriculares atuais desta área de conhecimento, conectando-as com os requisitos da DCNsTur e as especificidades do Estado do Amapá. Algo que se deu por meio:

- de análises bibliométricas, primeiramente, as quais serviram para conhecer o estado da arte em torno do tema, sua finalidade primordial (Simsek e Kalýpçý, 2023); além de ensejar resultados que explicitem desdobramentos em torno de aplicações práticas;
- do conhecimento das percepções dos *stakeholders* turísticos do estado do Amapá, acerca das carências de formação de seus colaboradores e das competências necessárias para se destacarem no mercado de trabalho. Tal procedimento é bastante relevante na atualidade quando se pretende estabelecer uma gestão voltada para a sustentabilidade, pois a participação é aspecto indispensável¹² (Santos, 2018).

Além da Resolução n.º 74/2023-CONSUP/IFAP, vislumbrou-se no IFAP as orientações do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) – contidos no Plano de Oferta de Vagas para novos alunos. O PDI 2019-2023, por exemplo, trazia a oferta de vagas na área “Turismo, Hospitalidade e Lazer”: um curso técnico direcionado para o campus avançado do município de Oiapoque, com turmas para anos/semestres 2019.2 e 2020.2, com 40 vagas em cada (IFAP, 2022).

Se identificou também que um curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) de “Condutor de Turismo em Unidade de Conservação Ambiental Local” foi realizado no campus do município de Laranjal do Jari, oferta essa integrada ao Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação de Jovens e Adultos (PROEJA), por meio do Edital nº 34/2023 (IFAP, 2023).

Por sua vez, o PDI 2024-2028, igualmente, previa a oferta de vagas na área “Turismo, Hospitalidade e Lazer” no Campus Avançado de Oiapoque, trazendo um cronograma com algumas informações: o curso seria técnico subsequente, poderia ser presencial ou a distância, com turmas previstas para os anos de 2026 e 2028, sendo 40 vagas em cada uma delas (IFAP, 2023). No entanto, no decorrer desta pesquisa testemunhou-se que esta oferta foi efetivada já em 2025.

¹²Esse caráter participativo, inclusive, tem sido observado em termos educacionais para fins curriculares (Rasethuntsa, 2022; Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020; Gavinolla *et al.*, 2023). Houve interesse em saber se algo nesse sentido já foi aplicado nas rotinas de criação de cursos no IFAP, assim uma busca documental foi realizada concernente aos cursos FIC e técnico (p. 131).

Com estas informações, é possível afirmar que o IFAP já apresenta um despertar para a importância do turismo na realidade socioeconômica amazônica e amapaense, em especial por seus campi de cidades do interior do estado. O que é salutar, pois o reconhecimento a este ramo econômico deve ser priorizado em tais territorialidades, na medida em que se trata de uma opção capaz de aliar as dimensões ambientais, culturais, sociais e econômicas que o desenvolvimento regional sustentável requer (Castanho, Santos e Couto, 2023). Desse modo, tal modelo deve ser compreendido como o desejável para a região investigada.

Todavia, sabe-se que existem barreiras aparentemente intransponíveis para tornar o Amapá um destino turístico de grande destaque¹³. Apesar disso, preconizar a investigação sobre o turismo justifica-se no contexto regional amazônico, pois trata-se de um cenário apto ao estabelecimento de um sistema de produtos e serviços turísticos sustentáveis ou, ao menos, ambiental e socialmente responsáveis.

Nessa linha de pensamento, o turismo de massa – que ocorre nos grandes destinos – sequer é o ideal para o alcance da pretendida sustentabilidade (Castanho, Santos e Couto, 2023), sobretudo num estado que é símbolo de preservação ambiental. A literatura traz evidências de que o turismo criativo, rural, ecológico, cultural, dentre outros, tem maior efetividade na concretização do desenvolvimento regional sustentável (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021). Essas modalidades atraem um nicho novo de visitantes: os ecoturistas, que costumam estar mais dispostos a abdicar de certos confortos e a encarar desafios (Almeida *et al.*, 2022). Assim, a caracterização do turismo que se pretende construir por meio de um curso no IFAP deve ocorrer de modo a não aderir a tendências exógenas que não dialogam com a realidade local.

Além de tais aspectos relevantes de ordem socioeconômica, gerencial e teórico-metodológica, alguns enfoques desta investigação demonstraram ter certa originalidade: são escassos os estudos bibliométricos em torno do tema Educação Superior em Turismo, segundo Simsek e Kalýpçý (2023) e Qian, Law e Li (2019); logo, é possível que o presente estudo figure entre esses poucos documentos, uma

¹³Dentre elas: isolamento geográfico, altos custos das passagens aéreas, opções de transporte fluvial pouco estruturadas, dificuldades de acesso e falta de estrutura dos atrativos naturais distantes da capital, etc. (Almeida *et al.*, 2022).

vez que são mais escassos ainda estudos em torno do fenômeno de criação de cursos superiores em turismo. Outro ponto, foi a avaliação da inserção de profissionais graduados em turismo nos órgãos públicos (estadual e municipal) responsáveis pela gestão do turismo no Amapá, investigação deste tipo já foi realizada em outros lugares (Rigoldi *et al.*, 2020), mas não no território amapaense.

1.5. Delimitação do Estudo

Esta pesquisa se lançou sobre a realidade turística do estado do Amapá por meio do contato com representantes desta cadeia produtiva, especialmente o seu eixo central (Coutinho *et al.*, 2024): gastronomia, hotelaria, operadores de turismo, guias de turismo, bacharéis em turismo e divulgadores virtuais. Adicionou-se a estes, representantes da esfera pública (secretarias municipais e estaduais de turismo) e da educação (o próprio IFAP).

Os trabalhos desta pesquisa foram realizados entre os anos de 2023 a 2025, se delimitando em um período de 2 anos. O que incluiu: bibliometrias, qualificação, submissão ao comitê de ética e pesquisa, pesquisa de campo, elaboração da dissertação e construção do produto técnico-tecnológico. Por outro lado, algumas ponderações consideraram os últimos 5 anos (2021 a 2025), o que teve repercussão sobretudo quanto ao olhar sobre o cenário político (mandatos de prefeito e governador) e dados econômicos do turismo (geração de empregos, por exemplo).

Sob o ponto de vista epistemológico, a investigação abrangeu, ou dialogou com, os seguintes ramos do conhecimento: 1) Administração – Gestão e Estratégia; 2) Educação – Teoria do Currículo; 3) Economia – Desenvolvimento Regional e 4) Turismo.

1.6. Organização da Dissertação

O presente documento se apresenta contendo os seguintes capítulos/tópicos: **1. INTRODUÇÃO, 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA, 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES, 5. PRODUTO TECNOLÓGICO – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO e 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.**

No capítulo **1. INTRODUÇÃO**, ao contextualizar a pesquisa – subcapítulo **1.1. Contextualização** –, se fez necessário estabelecer conceitualmente o seu tema, de tal modo que a definição de turismo foi alicerçada. Seguiu-se com o discurso do advento do turismo enquanto área do conhecimento, o que conduziu diretamente à atuação de instituições de ensino e pesquisa. Posto isso, introduziu-se o IFAP como entidade a cumprir esse mister no contexto amapaense, o que se justificou preliminarmente em função da ausência de uma oferta educativa efetiva na área e dos potenciais benefícios advindos do aperfeiçoamento da cadeia produtiva.

Passando-se a uma busca para contemplar as dificuldades ou lacunas desta proposição, o subcapítulo **1.2. Problema de Pesquisa** inicialmente dá continuidade a um panorama contextual, reforçando a carência de abordagens mais profissionais e cientificamente embasadas para o direcionamento do turismo no Amapá. Novamente entrou em cena o IFAP, como agente efetivador dessa missão, por isso normas e legislações aplicáveis ao instituto foram explicitadas, as quais direcionaram para a necessidade de se averiguar as dimensões econômicas, mercadológicas e pedagógicas capazes de influenciar essa tomada de decisão, o que se traduziu na questão de pesquisa.

Por sua vez, os **1.3. Objetivos** – Geral e Específicos – foram delineados para atender igualmente aos resultados concretos e às respostas ao questionamento de pesquisa. Em seguida, aprofundou-se o discurso em torno da **1.4. Relevância da Pesquisa** com base em estudos sobre o tema, outros dados do contexto do IFAP e breves discursos sobre os aspectos gerenciais, teóricos e metodológicos do estudo.

Em **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**, evidenciou-se o processo de construção do próprio conteúdo do capítulo, que ocorreu por meio de três **2.1. Análises Bibliométricas**. Tais resultados desdobraram-se em outros três subcapítulos: **2.2. Turismo e Desenvolvimento Regional**, no qual se tratou de debates relevantes em torno da capacidade do turismo em desenvolver econômica e socialmente os territórios em que é operado; **2.3. Educação Superior em Turismo**, momento em que se tomou conhecimento das tendências pedagógicas e curriculares em evidência na atualidade; e, **2.4. Atuação Profissional no Mercado Turístico**, que introduziu o debate sobre competências profissionais na formação em turismo, elemento este que influenciou o diagnóstico profissiográfico.

Concernente ao capítulo **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**, sua disposição se deu a partir da: **3.1. Classificação da pesquisa**, a qual assumiu uma tipologia exploratória-descritiva e uma abordagem quali-quantitativa, a partir de um estudo de caso; em **3.2. Etapas da pesquisa, instrumentos de coleta de dados e sujeitos da pesquisa** se compartilhou mais detalhes metodológicos, se evidenciou o processo de construção dos instrumentos de pesquisa (roteiros de entrevistas e questionário), incluindo a validação, e se justificou a escolha dos entrevistados e respondentes; por **3.3. Tratamento e Análise de Dados** se estabeleceu a Análise de Conteúdo baseada em Bardin para ser aplicada aos dados qualitativos e uma estatística descritiva aos resultados quantitativos; seguiu-se pelo relato das **3.4. Limitações dos métodos selecionados para a pesquisa**; e **3.5. Produto Técnico-Tecnológico (PTT)**, onde se demonstrou o seu tipo e se discorreu sobre o seu grau de inovação, impacto, aplicabilidade e complexidade.

O capítulo **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES** foi construído da seguinte forma: primeiramente, deu-se destaque a cada entrevista realizada, extraíndo delas os pontos considerados mais relevantes para as discussões teóricas e a construção de resultados; em um segundo momento, esse conteúdo de modo geral, inclusive as falas não comentadas na etapa anterior, foram submetidas à Análise de Bardin, tecendo-se um panorama dos discursivos dominantes; e, por fim, a etapa quantitativa foi traduzida em dados do tipo *score* ponderado para demonstração da opinião dos servidores respondentes.

No que se refere ao capítulo **5. ELABORAÇÃO DO PRODUTO TECNOLÓGICO – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO**, demonstrou-se como o RTC foi constituído. Em **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**, se visou sintetizar a trajetória da pesquisa, seus resultados, contribuições, aprendizados, limitações e sugestões para seu aproveitamento e para outras pesquisas no futuro.

Ao cabo, o **7. RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO** foi constituído como instrumento de entrega dos resultados específicos (mercados de atuação, perfil de egresso e base curricular); porém, sendo anteceditos de uma análise estratégica, por meio da descrição dos cenários e das matrizes SWOT e TOWS.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Análises Bibliométricas: o que se discute sobre a Educação Superior em Turismo?

“Bibliometria” é uma técnica investigativa criada por Alan Pritchard, em 1969, para denominar um processo pelo qual é possível avaliar as tendências epistemológicas em torno de determinado tema científico, com base nas publicações mais recentes e relevantes. A partir dessa técnica, a proposta consiste em identificar temáticas preponderantes no universo investigado, compreendendo o percurso teórico ao longo do tempo, a fim de descobrir lacunas de pesquisa e debates que carecem de mais atenção (Simsek e Kalýpçý, 2023).

Isto posto, parte da fundamentação teórica desta dissertação foi desenvolvida a partir de análises bibliométricas efetuadas na base de dados *Scopus*. Ao todo, foram realizadas três bibliometrias em torno de temáticas consideradas norteadoras, que se alinham aos objetivos específicos deste estudo.

A primeira bibliometria ocorreu em 26 de novembro de 2024, foram utilizadas quatro palavras-chave para esta busca – “*Tourism Higher Education*” OR “*Tourism Education*” AND *Competencies AND Stakeholders* –, as quais propiciaram uma base teórica sólida para o diagnóstico profissiográfico que orientou a definição do perfil e das competências do egresso para o curso de turismo.

A segunda bibliometria foi realizada em 29 de novembro de 2024, na qual buscou-se, por meio de duas palavras-chave – *Tourism* AND “*Regional Development*” –, conhecer os principais discursos e debates em torno do desenvolvimento regional por meio do turismo, para correlacioná-los com a realidade amapaense. Essa reflexão teve como propósito compreender novas abordagens teóricas a serem de modo a influenciar os mercados de atuação dos egressos outrora mencionados.

Por fim, operou-se a terceira bibliometria em 19 de dezembro de 2024, também com base em duas palavras-chave, quase homônimas – “*Tourism Higher Education*” OR “*Tourism Education*” –, uma vez que, previamente, observou-se o uso recorrente dessas expressões em pesquisas que abordaram o tema investigado.

Ademais, as palavras elegidas estavam alinhadas com a intenção de subsidiar a construção da base curricular do curso a ser proposto.

Na página seguinte, o Quadro 3 apresenta mais detalhes sobre os quesitos aplicados nos procedimentos bibliométricos, contendo as seguintes informações: data, palavras-chave usadas nas buscas, critérios preliminares e seus resultados, critérios de redução com os respectivos resultados após cada aplicação, bem como os artigos selecionados para análise.

Cabe esclarecer que, ao se observar os “resultados finais” e os “artigos analisados”, é possível perceber um decréscimo significativo na quantidade de documentos. Isso ocorreu em função da análise pormenorizada de cada artigo, a qual permitiu concluir que muitos deles, embora contivessem as palavras-chave aplicadas, não reproduziam um debate consistente sobre as temáticas indicadas. Em alguns casos, observou-se que a palavra-chave era citada apenas uma ou duas vezes em todo o texto, em informações complementares que sequer faziam parte do objeto central dos estudos.

Outro ponto que vale mencionar diz respeito ao considerável número de documentos com acesso restrito¹⁴. Sabe-se que muitos desses documentos só podem ser acessados mediante pagamento, cujo valor, cobrado em dólar, quando convertido para reais, torna-se bastante elevado. Na primeira bibliometria, alguns documentos interessantes foram encontrados nessa condição, o que levou ao emprego do critério de redução “Acesso Aberto” na segunda bibliometria. Portanto, alguns documentos não foram acessados por essa razão.

Todas as buscas consideraram trabalhos publicados nos últimos cinco anos (2019 a 2023), com o intuito de identificar as questões mais relevantes da atualidade em torno dos temas abordados. Após o Quadro 3, serão detalhados os vieses metodológicos e/ou teóricos que embasaram a seleção de cada um dos documentos, os quais se demonstraram capazes de contribuir com objetivos e as discussões desta pesquisa.

¹⁴Foram encontrados 10 artigos, com acesso pago, na 1ª bibliometria; 120 artigos pagos na 2ª bibliometria e 125 na 3ª bibliometria.

Quadro 3 - Critérios utilizados nas análises bibliométricas

(continua)

Data	Palavras-Chave	Critérios Preliminares	Resultados Preliminares	Critérios para Redução	Resultados	Artigos Analisados
26/11/2024	"Tourism Higher Education" OR "Tourism Education" AND Competence AND Stakeholders	1. Tipo de campo de pesquisa: <i>All Fields</i>; 2. Tipo de documentos: Todos; 3. Período: 2019 a 2023.	2.226 documentos	1. Pesquisa em: título do artigo, resumo e palavras-chaves; Resultados preliminares: 68 documentos. 2. Limitado às temáticas: <i>"Business, Management and Accounting", "Social Science", "Environmental Science", "Economics, Econometrics and Finance" e "Computer Science"</i>; 3. Temáticas excluídas: <i>Agricultural and Biological Sciences, Biochemistry, Genetics and Molecular Biology, Biochemistry, genetics and molecular biology, Decision Sciences, Engineering, Arts and Humanities, Medicine, Health Professions, Earth and Planetary Sciences</i>; Resultados preliminares: 62 documentos. 4. Temáticas excluídas: <i>Agricultural and Biological Sciences, Biochemistry, Genetics and Molecular Biology, Biochemistry, genetics and molecular biology, Decision Sciences, Engineering, Arts and Humanities, Medicine, Health Professions, Earth and Planetary Sciences</i>; Resultados preliminares: 52 documentos.	52 documentos	4
29/11/2024	Tourism AND "Regional Development"	1. Tipo de campo de pesquisa: <i>All Fields</i>; 2. Tipo de documentos: Todos; 3. Período: 2019 a 2023.	12.948 documentos	1. Pesquisa em: título do artigo, resumo e palavras-chaves; Resultados preliminares: 626 documentos. 2. Temáticas excluídas: <i>Agricultural and Biological Sciences, Computer Science, Energy, Medicine, Mathematics, Veterinary, Psychology, Materials Science, Chemistry, Biochemistry, Genetics and Molecular Biology, Biochemistry, genetics and molecular biology, Decision Sciences, Engineering, Arts and Humanities, Medicine, Health Professions, Earth and Planetary Sciences</i>; 3. Tipo de documentos: Artigos; Resultados preliminares: 302 documentos. 4. Acesso Aberto; Resultados preliminares: 217 documentos. 5. Acesso Aberto; Resultados preliminares: 97 documentos.	97 documentos	11

(conclusão)

Data	Palavras-Chave	Critérios Preliminares	Resultados Preliminares	Critérios para Redução	Resultados	Artigos Analisados
19/12/2024	"Tourism Higher Education" OR "Tourism Education"	1. Tipo de campo de pesquisa: <i>All Fields</i>; 2. Tipo de documentos: Artigos; 3. Período: 2019 a 2023.	6.408 documentos	1. Pesquisa em: título do artigo, resumo e palavras-chaves; Resultados preliminares: 473 documentos. 2. Temáticas excluídas: <i>Engineering, Energy, Medicine, Decision Sciences, Agricultural and Biological Sciences, Biochemistry, Genetics and Molecular Biology, Physics and Astronomy, Health Professions, Psychology, Mathematics, Chemistry, Materials Science, Immunology and Microbiology, Chemical Engineering, Computer Science, Economics, Econometrics and Finance, Environmental Science, Earth and Planetary Sciences, Arts and Humanities, Multidisciplinary</i>; Resultados preliminares: 217 documentos. 3. Tipo de documentos: Artigos; Resultados preliminares: 92 documentos.	92 documentos	22

Fonte: Elaborado pelo autor

2.1.1. Resultados Específicos – Análise Bibliométrica de 26/11/2024

Na primeira bibliometria, foram empregadas as seguintes palavras-chave: (1ª) *“Tourism Higher Education” OR* (2ª) *“Tourism Education” AND* (3ª) *Competencies AND* (4ª) *Stakeholders*. A primeira palavra-chave refere-se diretamente ao tema geral desta pesquisa; no entanto, optou-se por utilizar, alternativamente (*OR*)¹⁵, uma segunda palavra-chave que, apesar de remeter a um conceito mais amplo, poderia trazer bons resultados sobre os caminhos metodológicos ou teóricos da pesquisa em construção – mesmo que em estudos que trabalhassem outros níveis educacionais, como o técnico e o básico. A terceira palavra-chave está fielmente alinhada com um dos objetivos específicos; enquanto a quarta, relaciona-se a uma opção metodológica para construção desse mesmo resultado – a consideração das partes interessadas, conforme demonstrado a seguir (Quadro 4).

Quadro 4 - Alinhamento entre objetivo, palavras-chave e resultados (1ª Bibliometria)

Objetivo Específico			
Realizar um diagnóstico profissiográfico que oriente o perfil profissional desejado dos futuros egressos do curso superior em turismo do IFAP.			
Palavras-chaves e operadores booleanos	Resultados	5 palavras-chave mais frequentes	Artigos Analisados
<i>“Tourism Higher Education” OR “Tourism Education” AND Competence AND Stakeholders</i>	52 documentos	<i>Tourism Education (18), Tourism (14), Education (5), Hospitality and Tourism Education (4), Higher Education (3)</i>	4

Fonte: Elaborado pelo autor

Apresentam-se, a seguir, aspectos destes quatro artigos que se evidenciaram relevantes para a presente pesquisa:

1. Luong, Huynh e Kim (2022) abordaram a necessidade de reestruturação das diretrizes de formação dos profissionais de turismo e hotelaria. Para investigar o contexto, optaram por identificar e ouvir as partes interessadas, utilizando, para construção de proposições, técnicas e práticas recorrentes em projetos e em estratégias de gestão (Metodologia de Sistemas Suaves).

Dentre as diretrizes construídas, destacaram-se: a pesquisa como fonte de

¹⁵A plataforma *Scopus*, como tantas outras, permite o uso de operadores lógicos ou “booleanos”, tais como: *AN*, *OR* e *NOT*, a partir destes termos ocorre a inter-relação de palavras-chave, destarte, permitindo ampliar ou restringir os resultados (PUC, s.d.).

métodos pedagógicos e profissionais, a valorização da relação entre indústria e educação, e o investimento no aperfeiçoamento dos docentes;

2. Rasethuntsa (2022) defendeu enfaticamente o argumento da necessidade de recursos humanos capacitados como um dos pilares estratégicos para o desenvolvimento do turismo. A pesquisa realizou um *benchmarking* qualitativo sobre as ações implementadas nos três países com o turismo mais desenvolvido do Sul da África (Botsuana, Ilhas Maurícias e Tanzânia). O autor concluiu que as maiores lacunas de competências estavam nas áreas de Tecnologia da Informação, Gestão e Habilidades Sociais. A relação entre a indústria e a educação, a formação em turismo no nível superior e a priorização de competências nos planos estratégicos foram apontados como “pontos-chave” entre as melhores práticas;

3. Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020) ressaltaram a necessidade de estruturação de currículos integrados que tratem do desenvolvimento de competências para lidar com problemas reais da vida profissional, destacando a criatividade e o empreendedorismo. Em suma, apregoaram o turismo enquanto matéria com viés não apenas acadêmico e teórico, mas também profissional e pragmático;

4. Gavinolla *et al.* (2023), primeiramente, buscaram na literatura itens relevantes da temática sustentabilidade e, após isso, alinharam essas informações à visão dos sujeitos envolvidos na elaboração de currículos e programas de formação em turismo na Índia. Ressaltaram a importância de incorporar a sustentabilidade na formação do profissional de turismo e concluíram que o setor pode proporcionar muitos benefícios às partes interessadas. Entretanto, alertaram que os aspectos negativos também podem ser maximizados se não for gerido de forma sustentável, o que evidencia a formação e a atuação desses profissionais como relevante.

Analisando estes discursos, notou-se que Gavinolla *et al.* (2023), Luong, Huynh e Kim (2022), Rasethuntsa (2022) e Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020) concordam com a consulta às partes interessadas para a consecução do aprimoramento da formação profissional e do desenvolvimento de competências.

Este percurso metodológico, portanto, parece traduzir uma tendência na área educacional do turismo.

Luong, Huynh e Kim (2022, p. 241), inclusive, sugeriram que suas proposições poderiam constituir um quadro conceitual para “ser usado como orientação para a realização de renovações curriculares e reformas pedagógicas relevantes em instituições de hospitalidade e turismo”. Assim, seus resultados corroboraram tais diretrizes.

Por outro lado, como observado nas descrições enumeradas acima, os demais autores indicaram, em seus resultados, competências específicas a serem sanadas ou cultivadas na formação profissional. Neste aspecto, o discurso que inovou foi o de Gavinolla *et al.* (2023), pois destacou a importância da sustentabilidade, como componente curricular crucial, para que os profissionais do turismo saibam implementar práticas sustentáveis em suas gestões.

Deste modo, vislumbrou-se a sustentabilidade enquanto uma competência a ser desenvolvida, sobretudo em regiões que almejam ou tendem a experimentar um crescimento e, ao menos, pretendem preservar suas riquezas naturais e culturais, o que conduziu a presente pesquisa à reflexão sobre o desenvolvimento regional.

2.1.2. Resultados Específicos – Análise Bibliométrica de 29/11/2024

As palavras-chaves (1ª) *Tourism AND* (2ª) *“Regional Development”* conduziram aos resultados da segunda análise bibliométrica. Por se tratar de termos bastante abrangentes e pela opção de busca por documentos de todos os tipos, esta análise foi a que teve a maior quantidade de resultados na fase preliminar: totalizando 12.948 documentos. Esta busca foi refinada, a partir da aplicação de alguns critérios de redução – os campos de pesquisa foram limitados a: título, resumo e palavras-chaves –, resultando em 626 achados, mas esta quantidade ainda era inviável de ser analisada.

Após, procedeu-se à limitação temática – *Business, Management and Accounting, Social Science, Environmental Science e Economics, Econometrics and Finance* – e a exclusão de outras, sem relação com as áreas de conhecimento abarcadas – *Agricultural and Biological Sciences, Computer Science, Energy, Medicine, Mathematics, Veterinary, Psychology, Materials Science, Chemistry,*

Biochemistry, Genetics and Molecular Biology, Biochemistry, genetics and molecular biology, Decision Sciences, Engineering, Arts and Humanities, Medicine; Health Professions, Earth and Planetary Sciences. Ainda restavam 302 documentos.

Ao final, limitou-se ainda mais a busca, quanto ao tipo de documento (Artigos), o que revelou 217 resultados e, aplicando-se a opção “Acesso Aberto”, se alcançou 97 estudos, dos quais 11 foram aproveitados para a fundamentação da pesquisa, pelas seguintes razões:

1. Maráková e Dzúriková (2022) expuseram o estado atual do desenvolvimento do turismo na região pesquisada, dentre os dados utilizados para isso estavam: número de visitantes e número de acomodações com as respectivas taxas de ocupação – estas informações foram fornecidas pelas instâncias públicas competentes. Além disso, os pesquisadores buscaram *insights* das partes interessadas sobre o desenvolvimento do turismo na região. O estudo concluiu que o enfoque na cooperação entre os países da região estudada é um fator decisivo para a sustentabilidade dos destinos turísticos;
2. Castanho, Santos e Couto (2023) avaliaram que o desenvolvimento de projetos-piloto, de turismo cultural e criativo junto às comunidades, tornou-se um traço fundamental para a sustentabilidade a longo prazo da atividade na região investigada. Além disso, defenderam o incentivo ao empreendedorismo para promover a diversidade da oferta turística, o favorecimento ao turismo comunitário – ao invés do turismo de massa – e a colaboração entre os setores público, privado e a sociedade em geral;
3. Maldonado-Erazo *et al.* (2022) realizaram uma análise bibliométrica que revelou a produção científica em torno do tema “Desenvolvimento Regional e Turismo”, ressaltando a sua importância e as tendências apontada pelos estudos encontrados. As palavras-chave mais utilizadas nesses estudos – “desenvolvimento sustentável”, “desenvolvimento do turismo”, “planejamento regional”, “desenvolvimento econômico” e “ecoturismo” – revelaram a estreita relação do Desenvolvimento Regional com os preceitos e valores sustentáveis;

4. Pelos estudos de Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022), se concluiu que a análise dos processos de governança, em torno do turismo, constitui um importante indicador das potencialidades e limitações para o desenvolvimento do turismo em uma região;
5. Oppliger e Oliveira (2022), em sua investigação, observaram que o desenvolvimento do turismo comunitário tem como requisito o consenso dos residentes em torno de uma proposta. Ademais, trouxeram outros elementos necessários, tais como: a capacitação de pessoal para o planejamento e a gestão – administrativa e comercial – dos empreendimentos e a existência de políticas públicas que proporcionem a articulação entre o governo, a iniciativa privada e a comunidade;
6. Kronenberg e Fuchs (2022) descobriram que, no país por eles investigado, o grande volume de empregos gerados pelo turismo diz respeito às funções operacionais. Em razão disso, constataram uma redução no número de vagas que exigem nível superior. Por outro lado, segundo os entrevistados (representantes da indústria), o aperfeiçoamento do setor depende de profissionais devidamente qualificados, sobretudo em áreas de gestão e planejamento, o que destoou da realidade das contratações nesse mercado;
7. Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) orientaram a adoção de modalidades turísticas – turismo cultural, turismo criativo, turismo rural – que se diferenciem do turismo de massa, que ocorre nos grandes destinos. Justificaram que essas alternativas são capazes de constituir um cenário apto ao estabelecimento de um sistema de produtos e serviços turísticos sustentáveis ou, ao menos, social e ambientalmente responsáveis. O método aplicado na pesquisa foi qualitativo, centrado nos *stakeholders*, inclusive identificando-os enquanto primários e secundários. Por fim, os resultados foram agregados em uma análise SWOT, sendo classificados como forças, fraquezas, oportunidades e ameaças;
8. Minasi, Kaiser e Oliveira (2021) trataram da importância da participação social no desenvolvimento do turismo regional e expuseram como tem sido o exercício da governança no Programa de Regionalização do Turismo (PRT),

do MTur. Concluíram que no PRT é priorizada a articulação com os setores privados em detrimento de grupos e agentes sociais impactados;

9. Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020) avaliaram que, a despeito da modalidade turística existente em determinado lugar, a efetividade econômica de tal atividade pode ser confirmada, não apenas pela quantidade de visitantes que recebe, mas pelo volume de gastos que estes efetuam no destino. Tal fato, concluíram, tende a ser influenciado pelo tipo de turismo, destacando-se o turismo de lazer, como tendo a maior taxa de gastos. Portanto, com essa constatação, é possível tecer estratégias para estruturação da oferta turística;

10. Santos e Pereira (2020) fizeram uma avaliação da região objeto do estudo (Mesorregião Campos das Vertentes, Minas Gerais), com base no modelo proposto por Tomazzoni (2007), especialmente no que diz respeito à dimensão organizacional da atividade turística, o que envolve entes públicos e privados. Isso se deu a partir da análise dos seguintes elementos: gestão sistêmica, divulgação e imagem, mercado e comércio, planejamento, empreendedorismo e inovação, e conhecimento e governança;

11. Para Lopes *et al.* (2021), a relação entre as Instituições de Ensino Superior (IES) e as empresas mostrou-se crucial para a transferência de conhecimento acadêmico, que redundava em práticas inovadoras de mercado. A articulação para parcerias, por meio de estágios, foi relatada como um ponto inicial nessa aproximação, mas que, geralmente, não é bem conduzida. Ressaltaram, ainda, que a transferência de conhecimento deve ser viabilizada por meio de acordos, mas, para que isso ocorra, o ensino e a produção acadêmica devem ser orientados para a realidade e as potencialidades do mercado local. Dentre as ofertas de parcerias, que podem ser levadas pelas IES ao mercado, destacaram: estágios, desenvolvimento de produtos e serviços, melhorias de processos, pesquisas mercadológicas e redes de colaboração. Tais estratégias poderão estimular a contratação de profissionais de nível superior e, a partir de resultados positivos, favorecer o aumento da renda.

Após estes relatos, salienta-se que a procura esteve em consonância com um dos objetos específicos deste estudo, conforme abaixo exposto (Quadro 5):

Quadro 5 - Alinhamento entre objetivo, palavras-chave e resultados (2ª Bibliometria)

Objetivo Específico			
Identificar os mercados de atuação profissional dos futuros egressos do curso superior em turismo do IFAP			
Palavras-chaves e operadores booleanos	Resultados	5 palavras-chave mais frequentes	Artigos Analisados
Tourism AND "Regional Development"	97 documentos	<i>Regional Development</i> (37), <i>Tourism</i> (18), <i>Tourism Development</i> (11), <i>Sustainable Development</i> (6), <i>Sustainability</i> (6)	11

Fonte: Elaborado pelo autor.

Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020) e Maráková e Dzúriková (2022) trouxeram abordagens mais centradas nos aspectos econômicos das atividades turísticas; no entanto, seus discursos contemplaram, ainda que secundariamente, outros aspectos, como o social e o ambiental. Isto conduziu à reflexão de que a lógica de mercado é inexorável, todavia, é possível alinhar os propósitos dos negócios com os preceitos sustentáveis, ao menos como forma de mitigação de impactos negativos – até que se alcance um modelo capaz de gerar benefícios duradouros e multidimensionais¹⁶.

Kronenberg e Fuchs (2022) se aprofundaram no aspecto socioeconômico em sua investigação, que foi centralizada na força de trabalho que faz as engrenagens do turismo funcionarem. As questões sobre trabalho e emprego no setor despertaram preocupação, todavia, o contexto dessa pesquisa foi o turismo de massa, caracterizado pelos baixos salários e funções pouco especializadas. Trata-se de um modelo que não deve inspirar a proposta a ser elaborada neste trabalho.

Outrossim, os autores Castanho, Santos e Couto (2023), Oppliger e Oliveira (2022), Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) apontaram para modalidades turísticas – e diretrizes para implementá-las – que se harmonizam com o desenvolvimento regional sustentável, dando ênfase ao turismo cultural, turismo criativo, turismo comunitário e turismo rural.

¹⁶Ver Figura 2, p. 61: Dimensões da Sustentabilidade.

O discurso de Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022) trouxe ao palco a necessidade da governança participativa para que uma região desponte, como opção turística, de forma estruturada e organizada. Concordaram com isto Oppliger e Oliveira (2022), uma vez que apregoaram que o turismo comunitário não pode se dar à revelia da própria comunidade. Em seu turno, Minasi, Kaiser e Oliveira (2021) avaliaram que a existência de canais formais de participação social não garante que, efetivamente, os atores locais estejam sendo ouvidos e considerados.

Também se esmerou nessa avaliação de aspectos políticos e institucionais, ao que denominaram de dimensão organizacional do turismo, Santos e Pereira (2020), na medida em que desenvolveram critérios para estabelecer o nível de maturidade da cadeia produtiva turística. O que se deu especialmente pela constatação da presença de instâncias públicas que articulem, pensem e planejem o setor, estando aí incluídas instituições de educação e pesquisa.

Em seu turno, Lopes *et al.* (2021) foram aqueles que adentraram apropriadamente na inter-relação do setor produtivo e das IES, a partir da instigação da transferência de conhecimento para a evolução do setor. Naturalmente, estes autores encontraram problemas nas redes de colaboração que puderam examinar, assim, trouxeram valiosas considerações para o aprimoramento da relação “tríplice” entre a indústria, o governo e as IES.

2.1.3. Resultados Específicos – Análise Bibliométrica de 19/12/2024

A última análise bibliometria tratou do que é considerado o cerne desta investigação, traduzido pelas palavras-chave (1ª) “*Tourism Higher Education*” e (2ª) “*Tourism Education*”. Optou-se pela aplicação do operador lógico *OR* a fim de se maximizar os resultados, evidenciando tendências discursivas mais amplamente do que nas bibliometrias anteriores, o que culminou em 6.408 documentos no resultado preliminar.

Basicamente a mesma lógica de redução de resultados da segunda bibliometria foi aplicada nesta, alcançando-se 92 documentos e, após a leitura individualizada, 22 artigos. Obter mais material teórico nessa temática em específico era exatamente o que se pretendia.

Despertou atenção também o fato de que, entre as palavras-chave mais frequentes nesses últimos 92 trabalhos, a palavra “Curriculum” diferiu-se dentre as demais, que praticamente decorrem de sinônimos das duas palavras-chave empregadas na busca. Isto indica a importância dada a este instrumento educacional nestas pesquisas e a consonância (Quadro 6) de mais um objetivo específico, a ser alcançado, com os debates contemporâneos e relevantes.

Quadro 6 - Alinhamento entre objetivo, palavras-chave e resultados (3ª Bibliometria)

Objetivo Específico			
Propor uma base curricular para o curso superior em turismo do IFAP			
Palavras-chaves e operadores booleanos	Resultados	5 palavras-chave mais frequentes	Artigos Analisados
“Tourism Higher Education” OR “Tourism Education”	92 documentos	<i>Tourism Education</i> (39), <i>Tourism</i> (23), <i>Curriculum</i> (16), <i>Higher Education</i> (13), <i>Education</i> (10)	22

Fonte: Elaborado pelo autor.

Mediante isso, passa-se a pormenorizar, abaixo, os pontos que se sobressaíram destes 22 artigos, que dialogam com a proposição desta pesquisa:

1. A pesquisa de Simsek e Kalýpçý (2023) remontou brevemente o surgimento do método bibliométrico e destacou a sua importância para a compreensão do desenvolvimento do conhecimento. O artigo apresentou um contexto resumido envolvendo os conceitos de educação, ensino superior, currículo e turismo; tais temáticas são também pilares da pesquisa ora proposta. Ademais, a bibliometria demonstrou dentre os principais resultados: o país com maior produção em tais temáticas, os autores mais produtivos e os artigos mais citados. No campo da interdisciplinariedade, mencionaram a surpresa de não terem encontrado nenhum trabalho envolvendo “geografia e turismo” – área que defendem ser importante para um currículo acadêmico;
2. Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan (2023) trouxeram o contexto da COVID-19 e sua influência na educação em turismo, especificamente no Ensino a Distância (EaD), destacando suas vantagens e desvantagens. Do ponto de vista dos docentes, o EaD foi visto como problemático, pela falta de interação pessoal e isolamento social, além da ausência do devido suporte técnico por parte das instituições. O artigo propôs uma abordagem estratégica aplicando

as matrizes SWOT e TOWS, compreendeu-se que esta proposição também poderia ser adotada na fase de discussão de resultados desta pesquisa, alinhando-a ao enfoque do programa de mestrado em Gestão e Estratégia;

3. Bahçelerli e Altınyay (2023) enfatizaram que, especialmente, na prestação de serviços turísticos a qualidade é fator decisivo na satisfação dos clientes. Assim, é crucial que os colaboradores tenham a adequada capacitação para atender às demandas emergentes do mercado. Os autores destacaram competências concernentes ao domínio de recursos tecnológicos, uma vez que a automação tende a diminuir o número de postos de trabalho; porém, o mercado não tende a abdicar de profissionais que detenham o domínio desses aparatos tecnológicos;

4. Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023) destacaram que o empreendedorismo é um componente proeminente nos currículos de cursos de turismo, constituindo um meio de demonstrar aos alunos que ter o seu próprio negócio pode ser uma opção de carreira. A mudança de atitude e formação de competências são dois pontos em que as faculdades devem se concentrar na disciplina do empreendedorismo, bem como a inovação e modelos de geração e gestão de negócios;

5. As competências operacionais, de comunicação, de diversificação (lidar com a diversidade nos locais de trabalho) e de aprendizagem profissional foram investigadas em relação aos estagiários oriundos de cursos de EaD, por Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022). Os empregadores foram indagados sobre os atributos exigidos a esses colaboradores, tais como: habilidades básicas, adaptativas, colaborativas, técnicas e de empregabilidade. Os resultados em geral demonstraram que os alunos online apresentaram as competências requeridas pelas empresas, sendo mais preponderante a atuação em si do que a modalidade de ensino que cursaram. No entanto, o estágio é um momento inviável de se adaptar para um modelo online; desta forma, se constitui um elemento crucial na formação profissional;

6. Os estudos de Seyitoglu *et al.* (2022), por terem sido realizados logo após o período de restrições em função da pandemia, tiveram como resultados

uma coleta de percepções envolvidas por frustração e temor, por parte dos estudantes, em relação à carreira e ao futuro do turismo. Sobre as tendências que estes acreditaram emergir na profissão, destacaram-se o maior uso de tecnologias – evitando contato físico desnecessário – e modalidades de turismo que evitam multidões – tais como, o turismo rural ou ecológico. Destarte, concluíram que ao estudante de turismo se requer grande capacidade de adaptação, resiliência e planejamento frente aos cenários da profissão;

7. Zhang e Tavitiyaman (2022) ao investigarem as opiniões de profissionais e estudantes de Turismo e Hotelaria (T&H), sobre questões de sustentabilidade, advertiram que se faz fundamental a inclusão da sustentabilidade como disciplina obrigatória de um curso T&H, pois os alunos devem compreender o conceito em todas as suas dimensões, sendo as mais essenciais: ambiental, econômica e social; a fim de aplicarem seus preceitos nas operações da indústria;

8. Os autores Shi, Cai e Wolfe (2022) ressaltaram a importância da formação de alunos para que se tornem “líderes éticos” ante os desafios sociais e ambientais relativos ao turismo. Competências como empatia, humildade cultural e habilidades interculturais tendem a complementar a exigência crescente pelo domínio de recursos tecnológicos e uso de Inteligência Artificial (IA), de maneira que irão se contrabalancear, exigindo múltiplas competências dos trabalhadores. O cenário de rápida e constante mudança exigirá que os gestores educacionais do turismo estejam sempre aptos a promoverem mudanças inovadoras nos métodos de ensino e nos currículos;

9. Para Bernardi (2022), a educação em turismo deve trabalhar não somente conhecimentos e habilidades, mas também valores. Isso significa formar cidadãos e profissionais capazes de agir conforme padrões éticos e morais aceitáveis na sociedade; além do mais, a transmissão destes valores por parte de docentes e instituições deve se dar de maneira livre, reflexiva e coletiva, e não impositiva;

10. Farsari (2022) alegou que o antigo modelo de ensino do turismo era focado, demasiadamente, no fenômeno empresarial; no entanto, sabe-se que

se trata também de um fenômeno social, cultural e ambiental. Assim, compreender a complexidade do turismo representa para o estudante ser capaz de utilizar todo o seu potencial na atuação profissional, o que pode fazer a atividade alcançar patamares mais elevados e alcançar a tão almejada sustentabilidade;

11. Lucia *et al.* (2021) revelaram que as universidades, por eles investigadas, estavam introduzindo em seus currículos perspectivas baseadas em valores, as quais estão focadas na dignidade humana e na justiça social. Depreendeu-se deste estudo que, por ser uma experiência em primeiro lugar humana, o turismo requer que seus agentes sejam dotados de competências indispensáveis, além daquelas relativas à gestão de negócios, mas as que dizem respeito ao trato adequado para com as pessoas, culturas e povos;

12. Lemos *et al.* (2021) descreveram que o ensino superior em Portugal possui uma avaliação contínua, por ciclos de estudo; assim a autorização e renovação para a oferta de cursos se dá por tempo limitado, devendo renovar-se periodicamente. Deste modo, quanto melhor estruturado o curso maior o interstício entre uma validação e outra. Esta pesquisa ressaltou a necessidade de uma criteriosa análise dos cenários para proposição de ofertas educacionais, o que vai desde as condições internas das instituições até as realidades externas – principalmente o mercado de trabalho;

13. Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020) alegaram ter observado, em sua pesquisa, que os profissionais graduados em nível superior têm um desempenho superior aos que possuem somente formação profissionalizante. No entanto, constataram também que o mercado ainda não prioriza a contratação e a valorização desses profissionais;

14. Booyens (2020) constatou que, na região analisada (África do Sul), a maior parte dos trabalhadores de turismo não tem formação na área – em nenhum nível: técnico ou superior –, pois isto não costuma ser um requisito para a contratação. A falta de qualificação afeta diretamente a qualidade dos serviços e o desenvolvimento do setor, uma vez que os trabalhadores não desenvolvem suas competências profissionais; o que, para os autores, se faz necessário até mesmo nas funções operacionais;

15. Prince (2020) trouxe a proposta de superação e abandono do paradigma mercadológico, com observações críticas profundas sobre o uso midiático do turismo para fins meramente discursivos, que não se traduzem em mudanças sociais e ambientais radicais. Também ressaltou a importância de disciplinas e atividades práticas que envolvam o ensino da metodologia científica, a fim de desenvolver habilidades de pesquisa e investigação nos discentes desde os primeiros períodos da formação;

16. Bakar (2020) introduziu uma abordagem espiritualista do ensino do turismo. Para a visão de mundo ocidental isto tende a soar como algo pouco profissional, anticientífico e até irracional. O contexto oriental em que a pesquisa foi produzida, no entanto, não insiste em tais dicotomias, compreendendo que a formação profissional é integrante da formação pessoal. Dessa forma, incentivar que os alunos busquem compreender a sua missão de vida e o seu papel na sociedade, pode fazer com que eles se tornem agentes éticos, humanos, solidários, plurais e criativos;

17. Al-Romeedy, Moosa e Elbaz (2020) trouxeram um apanhado bastante interessante sobre a Teoria do Currículo, citando alguns conceitos e compreensões acerca do instrumento objeto da teoria, bem como quais as suas finalidades. Também defenderam a necessidade da formação ser capaz de desenvolver competências úteis à atuação profissional e a diferenciação no mercado de trabalho. Concluíram existir uma lacuna entre o que é ministrado nas faculdades e o que o mercado exige, a respeito de competências e habilidades;

18. Ndou, Mele e Del Vecchio (2019) estudaram a integração do empreendedorismo nos currículos de turismo, apresentado como estratégia de carreira e desenvolvimento do setor, que conduz à inovação pela elaboração de produtos e serviços oferecidos diretamente no mercado. Refletiram que em contextos de países em desenvolvimento, em que nenhuma área de formação garante certeza de emprego, desenvolver competências empreendedoras é uma estratégia social e educacional importante;

- 19.** Qian, Law e Li (2019) aplicaram técnicas bibliométricas para compreender as tendências investigativas envolvendo turismo e educação. No geral, os artigos por eles encontrados foram ateóricos, isso significa que a maior parte não se fundamentou em teorias preexistentes. Além disso, a bibliometria identificou as temáticas e as abordagens predominantes. A palavra-chave "*tourism education*" se demonstrou apropriada para a busca bibliométrica. Observaram, ainda, que "turismo e educação" não é uma área tão pesquisada quanto "turismo e economia", "turismo e geografia" e "turismo e cultura";
- 20.** Ramakrishnan e Macaveiu (2019) investigaram as motivações e aspirações dos alunos de turismo em relação à escolha do curso e suas perspectivas de futuro na carreira; concluindo que algumas a escolha pelo curso deve ser consciente e que faltam mecanismos de aproximação entre o mercado e as IES;
- 21.** Thapa (2019), em seu estudo de caso sobre a Universidade de Tecnologia de Tshwane, destacou a importância de uma IES estabelecer parcerias acadêmicas internacionais e criar redes de colaboração, incluindo representantes governamentais, empresariais e da sociedade. Estes atores devem ser integrados nos debates e atividades envolvendo currículo, pesquisa, extensão e desenvolvimento do corpo docente;
- 22.** Xu *et al.* (2022) instigaram a construção dos currículos acadêmicos a partir da necessidade de se desenvolver competências nos estudantes, as quais traduzam uma resposta aos anseios da indústria e da sociedade; bem como prepará-los para cenários de constantes mudanças. Para tanto, buscaram ouvir as partes interessadas no assunto, a saber: estudantes de hotelaria e turismo, corpo docente e profissionais que atuam no setor. Deste modo, puderam listar uma série de competências a serem priorizadas nos currículos, categorizando-as em *Hard Compentecies/Skills* e *Soft Compentencies/Skills*.

Para uma melhor visualização e compreensão desses achados, é possível organizá-los e correlacioná-los com base em seus contextos e ênfases teóricas ou metodológicas:

- Bibliometrias: Simsek e Kalýpçý (2023) e Qian, Law e Li (2019);
- Avaliação do ensino no contexto da pandemia de Covid-19 (durante e pós): Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan (2023), Seyitoglu *et al.* (2022), Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022) e Shi, Cai e Wolfe (2022);
- Investigação em torno de competências: Bahcelerli e Altýnay (2023), Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023), Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022) e Xu *et al.* (2022);
- Debates sobre currículo acadêmico ou enfoques pedagógicos: Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023), Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan (2023), Simsek e Kalýpçý (2023), Bernardi (2022), Farsari (2022), Shi, Cai e Wolfe (2022), Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022), Zhang e Tavitiyaman (2022), Xu *et al.* (2022), Lemos *et al.* (2021), Lucia *et al.* (2021), Al-Romeedy, Moosa e Elbaz (2020), Bakar (2020), Prince (2020), Ndou, Mele e Del Vecchio (2019), Ramakrishnan e Macaveiu (2019) e Thapa (2019);
- Percepção dos *stakeholders*: Simsek e Kalýpçý (2023), Seyitoglu *et al.* (2022), Zhang e Tavitiyaman (2022) e Xu *et al.* (2022);
- Mercado de trabalho turístico: Booyens (2020), Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020) e Ndou, Mele e Del Vecchio (2019).

Observou-se a prevalência dos estudos cujo objeto diz respeito ao currículo e a outras questões pedagógicas; entretanto, chamou atenção uma certa dicotomia entre os discursos. Enquanto alguns estudiosos pleitearam que a Educação em Turismo se voltasse mais para atender as necessidades do mercado (Al-Romeedy, Moosa e Elbaz, 2020 e Bahcelerli e Altýnay, 2023), outros defenderam uma ruptura radical com seus interesses (Prince, 2020 e Lucia *et al.*, 2021) ou uma atenuação considerável da influência desses nas diretrizes da educação (Farsari, 2022 e Bernardi, 2022). Por outro lado, autores como Xu *et al.* (2022), Shi, Cai e Wolfe (2022) e Thapa (2019) apresentaram um discurso mais equilibrado, buscando

considerar toda uma amplitude de fatores e sujeitos interessados na evolução do setor turístico com influência da formação profissional.

Os demais tópicos, listados acima, revelaram algumas reflexões importantes no decorrer desta fundamentação teórica, sobretudo quanto à relação currículo e competências, ao envolvimento dos *stakeholders* nas decisões e construções pedagógicas, e à realidade do mercado de trabalho – como se preparar para ela.

Em resumo, estes 37 artigos oriundos das três bibliometrias, além de alguns outros achados incluídos no decorrer desta pesquisa, possibilitaram a elaboração dos discursos do tópico seguinte, os quais nortearam as elaborações em torno do objetivo principal, qual seja: a construção de uma proposta de curso superior em turismo para o IFAP.

2.2. Turismo e Desenvolvimento Regional: quais caminhos estratégicos um pequeno estado da Amazônia (Amapá) necessita percorrer para alcançar o desenvolvimento regional sustentável?

O Desenvolvimento Regional, de acordo com Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer (2024), é caracterizado pela existência de atividades econômicas preponderantes ou promissoras em determinada delimitação espacial, considerando-se suas características geográficas e humanas, tais como: clima, recursos naturais, infraestrutura, cultura produtiva, qualificação da mão de obra, entre outras. Para estes autores, é determinante, nesse contexto, a existência de uma ou mais atividades relevantes, capazes de impulsionar outras atividades, em uma relação virtuosa de colaboração, interdependência e competição entre empreendimentos – o que configura a existência de *clusters* ou Arranjos Produtivos Locais (APL)¹⁷.

¹⁷“Os conceitos de APL e de *cluster* são similares; entretanto, com base em Porter (1999) e em outros autores posteriores, no *cluster* um setor, ou alguns setores, diferenciam-se pela competitividade das indústrias ou setores produtivos, que determinam a expansão econômica em diferentes escalas territoriais. De outro lado, o APL caracteriza-se por valorizar os pequenos empreendimentos – como protagonistas do desenvolvimento econômico e social local e regional – com base em um processo endógeno de mobilização e cooperação” (Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer, 2024, p. 6).

O turismo ganha destaque nesse aspecto, uma vez que, para além de sua motivação principal – a recepção de turistas –, ele gera muitas outras operações diretas e indiretas, a saber: hospedagem, transporte, serviços bancários e de câmbio, consumos e serviços diversos (alimentação, vestuário, materiais de higiene, medicamentos, saúde, estética e beleza, suvenires), construção civil, indústria, arrecadação de impostos, entre outros (Maráková e Dzúriková, 2022), o que constitui o efeito multiplicador¹⁸ da atividade.

A influência do Turismo no Desenvolvimento Regional tem sido objeto de investigações mais intensas na academia desde a década de 1990. Atualmente, destacam-se como temáticas mais pesquisadas: a) desenvolvimento sustentável; b) inovação; c) atuação dos governos locais; e d) impactos da atividade turística nos residentes e nas comunidades locais (Maráková e Dzúriková, 2022). Os estudos têm evidenciado que o turismo é capaz de proporcionar benefícios econômicos e sociais nas regiões onde se desenvolve, podendo figurar dentre as principais atividades produtivas de uma região – ou mesmo de um país inteiro¹⁹ (Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, 2020; Maráková e Dzúriková, 2022).

Em razão disso, para Coutinho *et al.* (2024), o investimento estatal no turismo precisa ser ampliado e aprimorado no Brasil, pois se observa que, em comparação com outros setores governamentais, não há uma priorização adequada. Esta é uma realidade contraditória, tendo em vista a representatividade da atividade turística na economia nacional, sobretudo quanto à geração de empregos e negócios²⁰.

¹⁸Portanto, o efeito multiplicador diz respeito à sucessão de relações econômicas desencadeadas por uma atividade, tendo relação de proporcionalidade com o nível de interação desta com outras operações, recursos e serviços acessórios ou correlatos a ela. Por exemplo, segundo o Ministério do Turismo (MTur), para cada R\$ 100,00 faturados na hotelaria, R\$ 86,00 impactam a indústria brasileira; e para cada 100 empregos gerados na hotelaria, outros 26 são criados na indústria (Brasil, 2011).

¹⁹Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, no estudo sobre gastos turísticos e produtividade econômica nos países-membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), trazem conclusões interessantes, como, por exemplo, em relação à Nova Zelândia. Segundo os autores, para este país, o estudo revelou que “a elasticidade de longo prazo do PIB real em relação às despesas reais com o turismo internacional é estimada em 0,4, ou seja, um crescimento de 1% no turismo resultará num crescimento de 0,4% da economia” (2020, p. 994). Esse é outro exemplo do efeito multiplicador do turismo, que influencia positivamente muitos outros setores e segmentos econômicos, tais como: transporte, comércio, construções, serviços bancários, telecomunicações, cultura, etc.

²⁰Essa pujança é tamanha que, em se falando somente “quanto às viagens internas (turismo doméstico), a qual responde por 7,7% do PIB nacional com uma contribuição econômica de US\$ 165,4 bilhões e 7,76 milhões dos empregos gerados no País”, já se pode justificar uma maior atenção ao setor (Coutinho *et al.*, 2024, p. 66).

A falta de priorização do setor turístico por parte do Estado, enquanto ferramenta estratégica de desenvolvimento territorial e de inclusão socioprodutiva, também se reflete na iniciativa privada. Acima de tudo, o setor empresarial precisa entender que, sem o seu apoio (financeiro, político, institucional etc.), o turismo nacional seguirá aquém das reais possibilidades de desenvolvimento socioeconômico que podem advir das atividades de visitação (Coutinho *et al.*, 2024, p. 66).

Tais autores, destacaram ainda que, além do importante papel na economia, o turismo revela a sua transversalidade contribuindo em muitas outras agendas, como, por exemplo:

- na agenda ambiental, a partir da preservação de florestas, cujo acesso é controlado para visitantes; o que inclui o pagamento de taxa de visitação e a comercialização de produtos da “sociobiodiversidade”; e
- na agenda educacional, com a retenção de talentos e lideranças locais nas comunidades, “na medida em que gera renda, autoestima e dignidade” (Coutinho *et al.*, 2024, p. 94).

Estas informações revelam uma característica ímpar do turismo: sua capacidade de ser viabilizado como uma atividade econômica, social e ambientalmente sustentável – algo que é mais notável nas modalidades de turismo ecológico (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022), turismo cultural e turismo criativo (Castanho, Santos e Couto, 2023; Oppliger e Oliveira, 2022), entre outras. Dessa forma, trata-se de uma atividade que desponta entre as mais promissoras na consecução do ideal sustentável, particularmente no contexto do desenvolvimento regional (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Todavia, o conceito de sustentabilidade é mais amplo do que a ideia transmitida pelas modalidades turísticas acima mencionadas, abrangendo também aspectos culturais, políticos e territoriais (ver Figura 2), além dos já mencionados (Kronenberg e Fuchs, 2022). Assim, quando sustentável, o turismo representa não somente crescimento econômico, mas sobretudo desenvolvimento econômico, social e humano – conceitos estes atrelados, por exemplo, à

- distribuição de renda, a partir de estruturas justas de emprego e trabalho, que garantem os meios de subsistência da população regional (Kronenberg e Fuchs, 2022),
- manutenção e melhoria da qualidade de vida dos moradores locais (Maráková e Dzúriková, 2022) e
- participação da comunidade nas decisões sobre questões de seu interesse e que possam afetar sua vida (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022).

Figura 2 - Dimensões da Sustentabilidade



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos preceitos sustentáveis de Castanho, Santos e Couto (2023), Kronenberg e Fuchs (2022), Maldonado-Erazo *et al.* (2022) e Oppliger e Oliveira (2022).

Observa-se que, nos debates sobre sustentabilidade, o aspecto ambiental é o que desperta maior atenção dos estudiosos, uma vez que o crescimento desordenado da atividade turística pode ocasionar impactos negativos irreparáveis. Nesse sentido, a partir da década de 1980, houve a intenção de se compreender determinados efeitos – poluição na atmosfera, solo e água; alterações nas paisagens, fauna, flora e características geológicas, por exemplo (Maráková e Dzúriková, 2022) – que a expansão do turismo exercia sobre seus territórios e

comunidades (Beni, 1999). Apesar do conceito de sustentabilidade estar em constante adaptação (Kronenberg e Fuchs, 2022), urge não se olvidar desta abordagem ambiental, uma vez que por ela se pretende preservar os recursos naturais, garantido que as gerações futuras possam usufruí-los e que a operação turística tenha longevidade (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022).

Sobre a dimensão econômica, Kronenberg e Fuchs (2022) observaram que muitos estudos buscavam estabelecer os benefícios do turismo com base em dados agregados – número de empregos gerados, arrecadação de impostos, volume de negócios, gastos por turista, entre outros. Segundo eles, essa tendência acaba por negligenciar a mensuração dos benefícios sociais que o avanço econômico deveria proporcionar para ser considerado sustentável. Neste aspecto, observaram que os trabalhadores do setor eram negligenciados ao serem submetidos, em muitos casos, a baixos salários e funções braçais – vivenciando um limitado panorama de evolução na carreira.

Além disso, os autores compreenderam que um modelo de desenvolvimento sustentável do turismo deve ser voltado à geração e distribuição de riquezas para as comunidades e para os moradores – e não apenas à criação de empregos operacionais e subempregos ou à atração e satisfação de grandes investidores. Isso porque, em geral, o mercado não está comprometido com problemáticas socioeconômicas.

Zhang e Tavitiyaman (2022), por sua vez, destacaram, especificamente, os impactos negativos do crescimento do turismo no mercado local: ao estabelecer uma disparidade entre a produção e o consumo, ocasionando a elevação de preços para os residentes. Trata-se do fenômeno inflacionário, ocasionado pelo turismo, que afeta negativamente a qualidade de vida dos moradores locais, forçando-os a migrarem em busca de melhores condições de vida. Em consequência, isso ocasiona o esfacelamento da cultura local e um processo predatório de especulação imobiliária²¹. Estes panoramas enfatizam a distinção entre o avanço meramente

²¹Trata-se do processo de gentrificação, no qual a população local é movida/substituída de suas áreas residenciais na medida em que estas são visadas pelo capital para exploração econômica (Andrade e Góes, 2023). Uma reportagem do site O Globo (Scatolini e Coutinho, 2023, n.p.) traz o exemplo do estado americano do Havaí “que recebeu, em 2022, mais de 9,2 milhões de visitantes — 2,9 milhões apenas em Maui, com um retorno de US\$ 5,82 bilhões (R\$ 28 bilhões), segundo o departamento de turismo do estado —, há uma crise habitacional instaurada há anos. Enquanto

econômico e o avanço social, os quais necessitam estar entrelaçados e equilibrados.

Os mesmos autores observaram, desta vez quanto à dimensão cultural, que a sustentabilidade é pouco compreendida entre profissionais e estudantes da área do turismo e hotelaria. Tal desconhecimento contribui para a ocorrência de conflitos culturais entre visitantes e populações locais, pois deixam de ser evitados. Além disso, limita-se a implementação de ações e estratégias para a preservação cultural. Nesse contexto, são novamente os residentes os mais afetados pela intensa atividade turística de massa, onde não há zelo por um ambiente de tranquilidade, sossego e respeito às tradições, costumes e modo de vida locais²². Por isso, Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) asseveram que a gestão sustentável do território também deve ser considerada no desenvolvimento regional do turismo. Os residentes devem ser ouvidos a respeito da atividade em sua região para que, por exemplo, não sejam deslocados de suas habitações em função da instalação de empreendimentos turísticos.

Dessa forma, deve existir uma gestão profícua das riquezas naturais e culturais de uma região, com vistas à sua preservação em meio às dinâmicas da atividade turística. Isso se justifica pelo fato de que tais elementos são vistos como o ponto de partida para que a sua potencialidade turística seja definida e, a partir disso, se estimule o surgimento de novas atividades e modalidades de turismo. Além disso, a existência desses recursos e as atividades que podem ser desenvolvidas para o aproveitá-los ao máximo, tem se destacado como fator de motivação para a escolha de destino turísticos. Por outro lado, os mecanismos de mitigação dos impactos ambientais e culturais decorrentes das visitas inspiram uma escolha

resorts, mansões de celebridades e condomínios de luxo dominam cada vez mais o espaço, a população local é forçada a se deslocar para áreas distantes, afugentada por preços exorbitantes e especulação imobiliária”.

²²Consequências do fenômeno denominado “*overturism*” (turismo em excesso), que nada mais é que a visita excessiva ao destino (Milano, Noveli e Cheer, 2019). Na Espanha, por exemplo, as Ilhas de Ibiza e Maiorca passaram a proibir o consumo de bebidas alcoólicas nas suas principais zonas turísticas. Além disso, barcos de festa que vendem bebida devem manter uma distância de pelo menos 1 milha náutica de diversas áreas, restringidas também para embarque e desembarque. As medidas foram tomadas por decreto para conter o “comportamento não civilizado” de alguns turistas, o que vem prejudicando a imagem do destino, diminuindo a qualidade de vida dos moradores e aumentando a violência (Hunter e Alberti, 2024).

mais consciente – o que é uma tendência entre muitos turistas assíduos (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022).

No que se refere à consolidação de uma região como destino turístico, Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) expuseram que, embora as belezas naturais sejam fundamentais para atração de visitantes, elas não são o bastante para consolidar o turismo como uma atividade relevante. Isso porque o destino turístico é um espaço físico onde se tem atrativos naturais ou artificiais combinados com serviços e estruturas mínimas necessárias à estadia dos visitantes. Esta oferta, proposta por uma coletividade de indivíduos e entidades privadas, com apoio dos entes públicos, se apresenta na forma de bens tangíveis e intangíveis – manifestações culturais, artesanato, gastronomia, história, tradições, produção agrícola etc. Entretanto, são os recursos naturais exuberantes que tornam muitos lugares aptos a se tornarem destinos turísticos, especialmente quando há participação ativa de todas as partes interessadas no desenvolvimento local.

Essa visão é corroborada por Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022), quando expõem que um destino turístico requer a existência de uma série de produtos e serviços, infraestrutura, apoio governamental e envolvimento comunitário. Como resultado, forma-se uma complexa rede de atores públicos e privados que dão forma e movem a atividade, o que gera a necessidade de planejamento e governança, sobretudo com caráter participativo. Por essa razão, é fundamental que não somente os visitantes identifiquem determinado lugar como um destino turístico, mas também o governo e a comunidade, de modo que invistam em capacitação e aprimorem a sua oferta.

De acordo com estes autores, a governança no turismo deve, inevitavelmente, ser um processo coletivo para que alcance êxito, sendo essencial o equilíbrio entre os atores governamentais, privados e comunitários na definição de estratégias e diretrizes. Só assim a atividade turística redundará em efeitos positivos para todos. Nesse processo se inclui a elaboração e utilização de um planejamento turístico regional que prestigie todas as dimensões da sustentabilidade. Para tanto, além de estimar os benefícios, deve-se antecipar os efeitos negativos da atividade, a fim de minimizá-los e contê-los (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022), tais como:

- conflitos diversos (social);

- mudança da base produtiva (econômico);
- desastres e devastação de áreas naturais (ambiental);
- privatização de áreas (territorial); e
- perda de identidade (cultural).

Dada tal influência sobre a vida de populações nativas, o meio ambiente e a economia local, a tarefa de conduzir o crescimento do turismo por meio da atração de investimentos e novos visitantes deve ser um alvo de políticas públicas democraticamente elaboradas (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022), contando, para isso, com envolvimento das partes interessadas (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021; UNWTO, 2018).

Neste sentido, Minasi, Kaiser e Oliveira (2021) observaram que as políticas de governança turística no Brasil têm pouca participação de comunidades e moradores, sendo frequentemente direcionadas ao protagonismo do setor privado e das entidades públicas. Esta realidade, no entanto, deve ser equacionada com o fato de que os principais agentes do desenvolvimento regional são, justamente, as pequenas e médias empresas, as quais igualmente necessitam de oportunidades nos espaços de debate, tomada de decisões (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021) e produção de conhecimento (Lopes *et al.*, 2021). Desta feita, uma estratégia de desenvolvimento exigirá um caráter inclusivo, integralizador e com foco na gestão participativa em todas as suas fases (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Um dos debates a ser promovido com as partes interessadas diz respeito à definição das modalidades turísticas a serem implementadas na região. Tal decisão deve ser pautada com base em dados concretos e em casos de sucesso (Coutinho *et al.*, 2024). Para Beltramo, Peira e Bonadonna (2021), destinos turísticos bem estabelecidos e estruturados podem considerar desejável o nível de turismo de massa, pois são capazes de lidar com os seus impactos – ou estes tampouco são considerados, se tornando rotineiros.

Todavia, em regiões menores – onde o turismo é uma atividade secundária, ou entrou em fase de estagnação ou declínio –, a orientação é de que outras formas de turismo sejam enfatizadas. Um exemplo é o turismo cultural e criativo, que oferece aos visitantes uma experiência imersiva na cultura local de pequenas

comunidades e povoados, com a oportunidade de se vivenciar e interagir ativamente com seus costumes, a partir de dinâmicas de aprendizagem, criação e execução. Essa experiência pode incluir elementos da gastronomia, artesanato, adereços, expressões artísticas locais, entre outros. Tal modalidade tem se demonstrado exitosa para o desenvolvimento regional sustentável; pois, além de gerar renda, preserva valores culturais (Castanho, Santos e Couto, 2023).

O turismo ecológico também representa uma grande oportunidade para pequenas regiões com belezas naturais, ainda que tenham uma estrutura básica e pouco desenvolvida²³. A motivação dos visitantes em torno das riquezas naturais dos destinos tem sido crescente e determinante nas suas escolhas. Inicialmente, são as atividades recreativas nesses lugares que mais atraem os turistas; mas, agregam valor à experiência a demonstração da interação da comunidade local com a natureza e de práticas de educação ambiental na própria visita, visando à redução de impactos e o contato com a cultura local (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022).

O posicionamento estratégico entre os turismos doméstico e internacional também é uma questão de grande valia. Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020) ressaltaram a importância do turismo doméstico, que pode conferir maior estabilidade ao setor diante das oscilações decorrentes da sazonalidade do turismo internacional. De acordo com os autores, este tipo de turismo representa a maior parte dos gastos em turismo em todo o mundo, além de estar crescendo nos países em desenvolvimento. Esse fenômeno está ligado à tendência de férias curtas e próximas de casa.

Adicionalmente, o turismo doméstico pode favorecer lugares que não são comumente frequentados por turistas, visto que demanda por serviços de alojamento com estruturas mais simples e possui grande efeito multiplicador, em função da dependência de serviços e recursos basicamente locais²⁴.

²³O turismo de natureza no Brasil representa 60% do faturamento do setor turístico, sendo oferecido por 65,9% das empresas do ramo e tendo a preferência de 27% dos turistas; 2º lugar na preferência, atrás somente do turismo de “sol e praia”, que detém 59% (Brasil, 2024). No ano de 2022, aproximadamente 2 (dois) a cada 10 (dez) turistas internacionais foram atraídos ao país pelo turismo ecológico, o maior índice (19%) dos últimos 5 (cinco) anos (Sebrae, 2022). Mundialmente, espera-se que o faturamento desse nicho cresça de US\$ 200,8 bilhões, observados em 2023, para US\$ 331,62 bilhões anuais, até 2027 (Embratur, 2024).

²⁴O trabalho desenvolvido pela Rede Cearense de Turismo Comunitário é um exemplo disso. Desde 2008, essa rede de grupos e comunidades da zona costeira do Ceará desenvolve o turismo em

No entanto, em regiões onde existe uma tendência para o turismo internacional, os benefícios econômicos dessa modalidade não devem ser desprezados. Visto que seu potencial de contribuição para a produtividade local é significativo, especialmente em regiões de fronteira (Maráková e Dzúriková, 2022).

Atualmente, outro debate importante no campo do desenvolvimento regional tem sido a inovação como um de seus pilares. Lopes *et al.* (2021) sugeriram que, para que o setor turístico tenha um ambiente de inovação, é necessária uma convergência entre governos, indústria e instituições de ensino e pesquisa, com o objetivo de promover a transferência de conhecimento e empreendedorismo.

Os autores ressaltaram que, no turismo, a discrepância entre a realidade acadêmica e realidade da indústria não contribui para que a inovação se torne efetiva. Em primeiro lugar, isso ocorre porque os objetos de pesquisas acadêmicas, com frequência, não possuem relevância para a indústria. Em segundo lugar, existe uma dificuldade de comunicação entre os dois setores, dada a diferenças entre as linguagens acadêmica e comercial. Há ainda uma terceira causa, que diz respeito à falta de acesso dos pesquisadores ao *trade* turístico, isto é, as empresas não se permitem ser objeto das pesquisas, não facilitam a participação de seus funcionários e tem a crença de que esse é um processo moroso e com resultados incertos.

Para superar essas barreiras e avançar, Lopes *et al.* (2021) sustentaram que os governos locais devem ter um papel mais ativo, utilizando, por exemplo, incubadoras de empresas para fomentar a inovação, bem como promovendo e organizando eventos que oportunizem a interação entre a indústria e a universidade. O meio acadêmico, por sua vez, deve ousar, buscando aplicabilidades práticas em suas pesquisas, de forma que o conhecimento gerado propicie novas tecnologias, ou seja, novos produtos, serviços ou processos. Já a indústria – acostumada a buscar resultados imediatos – deve ver o conhecimento e a pesquisa como um investimento estratégico, cujos resultados se manifestam a médio e longo prazos,

localidades pouco ou nada visadas pelo turismo de massa. Os dizeres da colaboradora Ana Lima expressam exatamente estas características: “A gente compara o turismo comunitário com a economia solidária. Tem pessoas que me procuram dizendo que querem conhecer Caetanos, então eu vou mostrar as opções de hospedagem das famílias e elas têm a liberdade de escolher onde querem ficar. A gente está sempre compartilhando essas coisas com os nossos companheiros, sem falar dos outros trabalhos como as trilhas, os passeios de barcos que cada pessoa tem a sua responsabilidade, sua atividade dentro desse trabalho” (Barbosa, 2024, n.p.).

propiciando longevidade ao negócio por meio de seu aperfeiçoamento contínuo e da prospecção de oferta de soluções diferenciadas.

Outrossim, o investimento em educação constitui outro pilar estratégico que deve ser privilegiado no desenvolvimento regional, pois tem como finalidade o aprimoramento das cadeias produtivas (Apostu *et al.*, 2022). Isso se concretiza a partir da formação e da qualificação profissional, que culmina na criação de produtos e serviços e na melhoria de processos produtivos (Rasethuntsa, 2022), conjurando, assim, o desejado ambiente de inovação (Lopes *et al.*, 2021). Essa evolução contribui para alavancar e consolidar a economia de uma região no médio prazo – ou de um país no longo prazo (Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, 2020).

Por tal conjuntura, a formação do profissional no turismo ganha relevância e deve figurar entre as prioridades estratégicas para o desenvolvimento do setor, especialmente em termos de gestão e negócios (Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020). Para isso, governos e instituições de ensino e formação profissional podem adotar algumas ações estratégicas, tais como: a oferta de formação superior em turismo, que privilegie a integração entre a indústria e as instituições de ensino; a promoção de cooperações acadêmicas internacionais; o investimento em pesquisa; e a identificação e a articulação com todas as partes interessadas (Rasethuntsa, 2022).

2.3. Educação Superior em Turismo: como elaborar uma proposta de curso considerando o real e o ideal?

No panorama acima descrito, universidades e institutos de educação não podem abdicar de seu importante papel na formação de profissionais e pesquisadores que atuam na cadeia produtiva do turismo. Por isso, a academia tem buscado conhecer e compreender as tendências atuais de estruturação do ensino superior em turismo. Um aspecto exitoso é a relação entre instituições de ensino e mercado, a qual tem se estreitado por meio da formação de mão de obra qualificada (Rasethuntsa, 2022) e da transferência de conhecimento (Lopes *et al.*, 2021) – o que tem cooperado, grandiosamente, para a evolução do setor.

A educação, de fato, tem sido um dos pilares do desenvolvimento humano e, em seu aspecto formal, um dos instrumentos mais relevantes para a sua construção é o currículo escolar ou acadêmico, segundo Simsek e Kalýpçý (2023). Para tais estudiosos, o conceito atual de currículo é observado na literatura desde o século XIX, o qual transmite a ideia de um conjunto de cursos (disciplinas). De acordo com Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020), todavia, se trata não apenas de um conjunto de disciplinas, mas de conteúdos que devem ser integrados e articulados entre si. A finalidade é, no nível de educacional correspondente, facilitar a troca de conhecimentos e experiências, bem como promover a interdisciplinaridade.

Xu *et al.* (2022) trouxeram a lume a existência da Teoria do Currículo, a qual enfatiza a importância desse instrumento para o alcance dos objetivos educacionais. Eles relataram que, junto à evolução dessa teoria, surgiu a ideia da busca por eficiência social na formação acadêmica. Isso significa orientar os currículos para uma realidade profissional atual, ampliando impactos efetivos e benéficos para a sociedade, sobretudo para a vida do próprio formando. Para isto, sugeriram, ainda, a adoção da Teoria dos *Stakeholders*²⁵, segundo a qual várias partes interessadas devem ser ouvidas para a tomada de decisões em uma organização, sendo, neste caso, a construção curricular. Aplicando a teoria, os autores puderam identificar, como interessados na reformulação curricular, estas três categorias de *stakeholders*: discentes, docentes e profissionais da área. Portanto, trata-se de um caminho teórico e metodológico fundamentado, sendo adotado e sugerido em muitos outros estudos que tem como objetivo a avaliação, a atualização ou a elaboração de currículos e de programas de educação (Bahçelerli e Altýnay, 2023; Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan, 2023; Simsek e Kalýpçý, 2023; Farsari, 2022; Sincharoenkul e Witthayasirikul, 2022; Zhang e Tavitiyaman, 2022; Xu *et al.*, 2022; Lucia *et al.*, 2021; Ndou, Mele e Del Vecchio, 2019; Thapa, 2019).

Compulsando artigos encontrados sobre o tema “Educação Superior em Turismo” (Gavinolla *et al.*, 2023; Simsek e Kalýpçý, 2023; Farsari, 2022; Luong, Huynh e Kim, 2022; Rasethuntsa, 2022; Seyitoglu *et al.*, 2022; Shi, Cai e Wolfe, 2022; Zhang e Tavitiyaman, 2022; Bernardi, 2021; Lucia *et al.*, 2021; Vieira, *et al.*

²⁵De Robert Edward Freeman (1984), segundo o qual “*stakeholders* são grupos ou indivíduos que podem afetar ou são afetados pela organização na realização dos seus objetivos” (1984, p. 46).

2021; Al-Romeedy, Moosa e Elbaz, 2020; Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020; Prince, 2020; Rigoldi *et al.*, 2020; Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019; Thapa, 2019), foi possível notar uma variedade de abordagens que, se combinadas e adaptadas a cada realidade, podem compor um quadro orientativo de grande valor para elaboração de uma proposta curricular e pedagógica.

Como, por exemplo, Luong, Huynh e Kim (2022), que propuseram uma estrutura de ensino baseada em evidências científicas. Além disso, ressaltaram que a falta de integração, entre a indústria e as instituições de ensino, contribui para a baixa efetividade na formação profissional, ao criar uma lacuna entre o que é ensinado e como realmente uma empresa turística funciona. Também destacaram a importância da constante atualização dos docentes e do foco em pesquisas científicas, como fonte de métodos pedagógicos e novos conhecimentos.

Em seu turno, Rasethuntsa (2022) trouxe o argumento da necessidade de recursos humanos capacitados para desenvolver plenamente o turismo, considerando isso um pilar estratégico para tal objetivo. Em sua investigação, constatou que algumas competências emergentes – como em tecnologias da informação, gestão de negócios e habilidades sociais – carecem de mais ênfase nos currículos e destacou, como práticas exitosas, a priorização da relação entre a indústria e a educação; a formação de profissionais do turismo em nível superior; e o foco no desenvolvimento prático de competências, por meio de estágios.

Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020), por sua vez, deram destaque às competências, aliando teoria e prática, para sugerir a formação integrada de um currículo que contemple não só as bases teóricas, mas também os desafios da vida real na profissão. Isso os fez enfatizarem a criatividade e o empreendedorismo, como competências a serem incentivadas no turismo comunitário sustentável, que constitui um instrumento de combate ao desemprego e à pobreza.

Do mesmo modo, Gavinolla *et al.* (2023) defenderam que a sustentabilidade deve ser considerada uma matéria das mais importantes nos currículos em turismo, pois, ao mesmo tempo em que o turismo pode proporcionar muitos benefícios às partes interessadas, os aspectos negativos, por vezes inevitáveis, poderão ser maximizados se este não for gerido de forma sustentável.

Segundo Zhang e Tavitiyaman (2022), em um contexto onde se busca por estratégias para o desenvolvimento regional, torna-se imprescindível a inclusão de disciplinas ligadas à sustentabilidade nas grades curriculares. Ampliar a compreensão sobre este conceito – para além das questões ambientais – é uma necessidade. A esse respeito, a abordagem *Triple Bottom Line*²⁶ (TBL) incluiu os vieses econômico e social nos debates sobre sustentabilidade. Com a aplicação da TBL ao turismo, novas propostas de gestão da atividade foram suscitadas, como, por exemplo: a gestão da diversidade (social), as tecnologias verdes (ambiental) e as práticas de comércio justo (econômico).

Farsari (2022) remontou a relação entre a educação e o turismo, a qual inicialmente centrava-se em discussões que privilegiavam a formação de mão de obra para o mercado, a geração de riqueza e a satisfação do turista. Todavia, o que se observa, atualmente, é um amadurecimento que possibilita ao egresso de turismo uma atuação mais adequada às complexidades do fenômeno turístico. Assim, Farsari (2022) propôs uma abordagem prática para que a gestão da sustentabilidade seja uma competência do profissional da área. Logo, este poderá utilizá-la em variados contextos: comunidades, empresas, instituições, localidades, etc. Contribui para isso, a aproximação dos discentes às realidades em que atuarão; portanto, as instituições de ensino devem oportunizar uma aprendizagem prática, com o incentivo à sociabilização, à troca de saberes e ao debate de ideias, por meio de pesquisas de campo ou estudo de casos.

De igual modo, Vieira *et al.* (2021) incentivou essa aproximação entre a instituição de ensino e a indústria. Além de ter recomendado que o currículo trabalhe, obrigatoriamente, disciplinas de línguas estrangeiras, gestão de negócios, inovação e inteligência emocional, ressaltou a importância de laboratórios para atividades práticas, como em hotelaria. Algo que permitiria uma imersão no processo de saber-fazer.

Vislumbrando isso, Simsek e Kalýpçý (2023), destacam ser preciso ter em mente que o turismo é uma área de conhecimento multidisciplinar. Portanto, é impossível elaborar um currículo isoladamente, sem considerar as dificuldades e exigências do setor. Para tais autores, considerar a opinião das muitas partes

²⁶Termo elaborado por John Elkington (1997), popularmente referido como o “Tripé da Sustentabilidade”.

interessadas no processo é crucial, Isto posto, as disciplinas do currículo devem atender às demandas da realidade onde o curso será inserido. Afinal, o currículo é o eixo central dos sistemas educacionais e, não se resume a matérias, mas abrange as experiências proporcionadas aos alunos, a fim de que construam competências e conhecimentos que correspondam com as carências da sociedade (Al-Romeedy, Moosa e Elbaz, 2020).

Não obstante, Lucia *et al.* (2021), ao ter lançado luz à necessidade de formação de profissionais aptos a realizarem uma gestão com foco no ser humano, ancorou-se em outra perspectiva, que não se concentra em resultados para a geração de lucros ao mercado. Uma gestão humanística contribui em dimensões que representam o interesse da coletividade, da dignidade humana, do bem-estar social, da preservação da natureza; culminando com a longevidade da atividade e ampliando seus efeitos benéficos, até mesmo econômicos.

Essa abordagem axiológica do ensino também foi proposta por Bernardi (2021). Segundo esse pensamento, os valores, socialmente construídos, constituem paradigmas ou diretrizes que orientam as escolhas e preferências éticas do ser humano. No ensino do turismo, isso assume uma importância ímpar para o desenvolvimento de profissionais responsáveis, atenciosos, tolerantes e capazes de atuar em uma sociedade plural. Portanto, o ensino baseado em valores, trata-se de um processo de autorreflexão dos valores adquiridos durante a jornada pessoal e educacional. Com isso, não deve ocorrer uma imposição de determinados valores do docente ou da instituição aos alunos; pelo contrário, deve-se incentivar a emancipação do pensamento, com uma forma crítica de ver as relações de poder e as estruturas hegemônicas da sociedade.

Nesse sentido, Prince (2020) propôs uma abordagem teórica disruptiva: que educadores, instituições e currículos rompam com o interesse de lucro e crescimento do mercado, priorizando a formação de profissionais comprometidos com as mudanças sociais e ambientais, para gerir o o turismo de forma transformadora.

Outro pensamento incomum, para os padrões ocidentais e mercadológicos, foi o de Bakar (2020). Segundo o qual, a formação profissional precisa de uma ótica espiritualizada, possibilitando que os alunos contemplem a sua formação como um

aspecto da sua missão de mundo, o que se traduzirá em uma postura solidária, humana e plural.

Uma agenda interinstitucional e internacional foi proposta por Thapa (2019). Nessa política, a busca por parcerias, principalmente com outras instituições de ensino, tem como propósito o desenvolvimento do corpo docente, a criação de grupos de pesquisa e a promoção de debates em torno do currículo. Especificamente, neste estudo de caso, se observou os seguintes objetivos da parceria entre instituições:

1. Realizar intercâmbios de professores e/ou palestras para professores do TUT²⁷ para atualizar habilidades, conhecimentos e metodologias de ensino.
2. Desenvolver e atualizar currículos novos e existentes em cooperação com o corpo docente.
3. Fornecer aprendizagem experiencial e experiência prática de trabalho aos alunos.
4. Visar e inscrever minorias em estudos de turismo para aumentar o número de cidadãos desfavorecidos que se preparam para trabalhar no setor de turismo.
5. Aumentar o envolvimento em reuniões, seminários e programas entre o ensino superior, o governo nacional e local, bem como funcionários da indústria, para criar oportunidades para abordar questões de gestão do turismo local/regional/nacional.
6. Formular oportunidades de *networking* e pesquisa aplicada para o corpo docente promover a conscientização sobre sustentabilidade e modelos de turismo ecológico (ecoturismo) (2019, p. 31).

Tais proposições expressam o desafio de uma área do conhecimento que não pode se limitar à rotina da sala de aula e ao aprendizado tão somente teórico. Tendo isso em vista, o estudo acima propôs também uma série de estratégias pedagógicas para a consecução de um curso bem-sucedido, tais como: palestras, trabalhos em equipe, viagens de campo, estágio obrigatório, e outras.

Shi, Cai e Wolfe (2022) buscaram equilibrar as perspectivas mercadológica e filosófica, ao refletirem sobre os desafios trazidos pela pandemia de Covid-19. Com destaque para a importância de docentes que busquem formar alunos que se tornem “líderes éticos”, ante aos desafios sociais e ambientais crescentes no turismo. Relataram, ainda, que o cenário do turismo é de rápida e constante mudança, o que exige dos gestores educacionais que promovam alterações inovadoras nos métodos de ensino e nos currículos.

²⁷Tshwane University of Technology: Universidade de Tecnologia de Tshwane, em Tshwane, Pretória/África do Sul.

Aliás, as realidades geradas pela pandemia de Covid-19 impulsionaram muitos pesquisadores a refletirem sobre os desafios do turismo, enquanto área do conhecimento e profissão. Afinal, o isolamento social e a limitação de locomoção inviabilizaram completamente a atividade turística; assim, essa área profissional se tornou ainda mais desafiadora. O temor de que algo semelhante aconteça novamente se mantém e, conseqüentemente, pode impactar negativamente o interesse e a busca por esta formação (Seyitoglu *et al.*, 2022).

Por outro ângulo, ao investigarem também sobre o turismo no mundo pós-Covid, Seyitoglu *et al.* (2022), a partir das perspectivas dos estudantes de turismo e hotelaria, discorrem sobre as prováveis tendências do comportamento dos turistas: inicialmente evitariam multidões, exigiriam ambientes muito limpos e que permitam o distanciamento, e optariam por viagens individuais. Após isso, restabelecida uma sensação de segurança, haveria uma explosão de turistas – ansiosos por viajar em função do tempo de isolamento. Além disso, segundo seus resultados, algumas modalidades de turismo ganhariam ênfase: turismo de base tecnológica – por meio de realidade virtual – e o turismo rural e de natureza, pois é realizado em ambientes abertos e não costumam causar aglomerações.

Quanto à perspectiva de carreira, ainda segundo Seyitoglu *et al.* (2022), os alunos se viram prejudicados com a perda de oportunidades de estágios e empregos, e pelo medo em relação ao futuro – no que diz respeito à mínima estabilidade necessária em um emprego. Neste aspecto, os resultados da pesquisa supracitada contradizem outros estudos, que ressaltam o setor como promissor²⁸ para aqueles que desejam atuar com afinco e entusiasmo, e que investem em muita capacitação e aprimoramento. De certo modo, isso se confirmou com a explosão turística global, após normalizada a situação sanitária. Para encerrar, concluíram, que a decisão pessoal e convicta do estudante, pelo ramo do turismo, é fator determinante para a sua continuidade na carreira profissional.

Corroboraram a importância desse perfil autônomo e autodeterminado, Rigoldi *et al.* (2020). Segundo estes autores, o profissional do turismo necessita

²⁸“Em primeiro lugar, Rosyidi (2021) concluiu que os estudantes consideravam a indústria do turismo uma área menos arriscada e enfatizaram que não é uma indústria a temer. Em segundo lugar, Reichenberger e Raymond (2021) descobriram que a maioria dos estudantes de turismo está otimista quanto às suas futuras carreiras turísticas” (Seyitoglu *et al.*, 2022, p. 6).

empreender em sua carreira, ser criativo e fugir do tradicional. No ramo acadêmico, deve buscar a continuidade de sua formação com capacitações, especialização, mestrado e doutorado; no setor público, dominar a legislação e os instrumentos de planejamento turístico; e no ramo privado, ser capaz de gerir negócios, atrair clientes e elaborar produtos e serviços turísticos. Portanto, a instituição de ensino superior, que queira alunos exitosos, deve prepará-los para tais exigências, tendo o currículo como instrumento para isso, o que inclui a oportunidade de estágio.

Trazendo outros parâmetros, por sua vez, a literatura nacional fornece informações valiosas sobre o histórico e a conjuntura dos cursos superiores em turismo no Brasil – realidade que, atualmente, apresenta desafios. Segundo Bonfim, Bassinello e Freitag (2019), o ensino superior em turismo no país teve seu início na década de 1970, com sua consolidação e estagnação nas décadas de 1980 e 1990. Na primeira década dos anos 2000, vivenciou momentos de expansão acentuada com o avanço das faculdades privadas, que ofereciam cursos de apelo meramente comercial e momentâneo. Assim, esse momento foi marcado pela prevalência destas faculdades ou centros universitários privados e, comparativamente, pouca atuação de instituições públicas, o que pode ter colaborado para a baixa qualidade da oferta de ensino.

Neste universo de números que parecem não parar de crescer, surgem diversas IES privadas, na categoria de faculdade, com o intuito de oferecer cursos de graduação que exijam infraestrutura enxuta, logo com baixos investimentos, e que tenham forte apelo de mercado. O mesmo processo ocorre dentro das IES privadas com prerrogativas universitárias; mas, neste caso se destacam os Centros Universitários, pois deles não é exigido alto percentual de docentes com titulação de pós-graduação *stricto sensu* e em regime de trabalho de tempo integral, além das atribuições não implicarem, obrigatoriamente, na pesquisa e extensão, portanto, podem ser instituições economicamente viáveis e ágeis (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019, p. 222).

Além disso, Bonfim, Bassinello e Freitag (2019) afirmaram que tal oferta se deu, indiscriminadamente, em realidades que sequer tinham um mercado de trabalho em turismo consolidado ou potencialmente promissor. Em outras palavras, essas localidades não possuíam atrativos, tinham poucas empresas do segmento e nenhuma atuação séria dos representantes das instâncias públicas do ramo. Tais aspectos são tidos como mínimos para que a cadeia produtiva seja considerada

amadurecida (Tomazzoni, 2007), de modo que se justifique a existência de um curso para a formação dos profissionais de forma diferenciada (Rasethuntsa, 2022). O protagonismo destes, no desenvolvimento do setor, poderá ocorrer caso haja interesse em pesquisa e inovação (Lopes *et al.*, 2021).

Tal realidade não deve ser menosprezada pelos gestores em educação que estão à frente de cursos técnicos ou superiores em turismo. Ao contrário, deve ser prescrutada (Lemos *et al.*, 2021) para evidenciar as necessidades de adaptação e melhorias nas estratégias de ensino-aprendizagem, cooperação com a indústria e parcerias interinstitucionais. Para Vieira *et al.* (2021), os empregadores do setor estão mais interessados em habilidades práticas. Portanto, o posicionamento de um curso entre uma abordagem teórica e a uma ênfase pragmática deve ser muito bem balanceado, a fim de não frustrar as expectativas dos alunos quanto à sua empregabilidade e à possibilidade de desenvolvimento na carreira. Assim, a valorização desses profissionais depende muito da articulação de todas as partes desse processo, permitindo que, por meio da participação em eventos, estágios, visitas técnicas, dentre outras parcerias, os discentes conheçam o funcionamento de várias vertentes do setor e as exigências das funções que podem vir a desempenhar.

Para que estas intenções sejam efetivadas, não se pode perder de vista que o objetivo do ensino superior é entregar indivíduos qualificados do ponto de vista profissional (Rasethuntsa, 2022), acadêmico e humanístico (Lucia *et al.* 2021) à sociedade. E, de igual modo, fazê-los conscientes das dificuldades e oportunidades do mercado de trabalho, bem como proporcionando-lhes o conhecimento, as ferramentas e as vivências necessárias para a sua adequada formação, que é a base para a sua inserção profissional (Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020).

2.4. Atuação Profissional no Mercado Turístico: quais competências são necessárias mediante os desafios da profissão?

Levando em consideração os alicerces já expostos, deve-se ressaltar a importância da atuação de verdadeiros gestores turísticos. Esses profissionais,

efetivamente, detém os conhecimentos e habilidades²⁹ exigidos para a evolução da atividade turística; além de apresentarem um desempenho mais elevado por serem graduados em nível superior (Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020). Além disso, este profissional tende a estar apto a compreender a complexidade do fenômeno turístico – que não é somente comercial, empresarial ou operacional, mas também social, cultural e ambiental. Isso representa uma capacidade ímpar para atuar com toda a sua capacidade para alcançar patamares mais elevados na profissão (Farsari, 2022) e desenvolver competências para se destacar.

Para Brandão e Bahry (2014), por competência se deve compreender o conjunto de atitudes, conhecimentos e habilidades expressadas pelo indivíduo, equipe ou organização, de maneira sinérgica e observável, em variados contextos, especialmente o profissional. Assim, para estes estudiosos, no âmbito de uma organização, ou mesmo atividade autônoma, as competências convergem para o desempenho profissional satisfatório, sendo postas à prova nas variadas situações que a profissão impõe. Para fins práticos, isto é, para a realização de mapeamentos ou gestão de competências – ou ainda alguma forma de pesquisa sobre competências –, afirmam também ser salutar a descrição destas de uma maneira adequada, incluindo especificações condizentes ao contexto organizacional investigado, algo que não se observou nos estudos prospectados nesta dissertação, que se limitaram a defini-las com termos simples – de poucas palavras. Este importante detalhe, no entanto, será aplicado na metodologia desta pesquisa³⁰.

A respeito das competências indicadas pela literatura acessada, Shi, Cai e Wolfe (2022) enfatizaram que, nos variados contextos de atuação do profissional de turismo, o contato com pessoas de diferentes origens, idades e necessidades faz com que competências humanísticas, como empatia, humildade cultural e

²⁹O artigo 4º da Resolução nº 13/2006 - CES/CNE/MEC (DCNsTur) estabelece que o curso de turismo deve possibilitar a formação profissional que revele os seguintes conhecimentos e habilidades, resumidamente: compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo; utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas; domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos; adequada aplicação da legislação pertinente; comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social; utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais; dentre outros.

³⁰Ver tópico 3. Procedimentos Metodológicos, p. 83.

habilidades interculturais sejam requeridas. Por outro lado, notaram também, em rotinas operacionais e de planejamento, a exigência crescente pelo domínio de recursos tecnológicos e uso de IA; de tal maneira, que tais requisitos irão se contrabalancear, reivindicando múltiplas competências dos trabalhadores.

Nesse mesmo sentido, corroborou Rasethuntsa (2022) ao afirmar que as competências em tecnologias da informação, gestão de negócios e habilidades sociais devem receber maior atenção na formação e, conseqüentemente, na atuação deste profissional. Assim, essa mescla de competências e habilidades, com naturezas distintas, parece tornar-se um requisito marcante nesse mercado.

Xu *et al.* (2022), por sua vez, identificaram, no contexto da Covid-19, competências que futuros graduados em turismo devem desenvolver. O que se alcançou pelas percepções de discentes, docentes e profissionais da área, ao responderem às seguintes indagações:

- A educação é um investimento no futuro, estimulando os nossos talentos. Que tipos de disciplinas ou conteúdos de ensino você considera essenciais para aumentar as *hard competencies* nos currículos de educação em hotelaria e turismo na era pós-Covid? Por favor, compartilhe suas experiências e pontos de vista.
- Que *soft competencies* você acha que os futuros graduados deveriam possuir, dada a disseminação mundial da Covid-19? Por favor, compartilhe suas opiniões e razões.

As competências em destaque neste estudo estão classificadas nos dois grupos abaixo:

- *Hard Competencies/Skills*: são habilidades e conhecimentos técnicos, objetivamente observáveis e assimilados por meio de cursos, treinamentos e formação acadêmica. A pesquisa destacou: tecnologia (IA, realidade virtual, Big Data); marketing; diversidade e cultura; segurança e gerenciamento de crises; empreendedorismo; finanças e contabilidade; ética e psicologia do trabalho; e
- *Soft Competencies/Skills*: são atitudes ou qualidades sociocomportamentais, subjetivas a cada indivíduo, que o qualificam para lidar com situações de pressão, posições de cooperação e liderança e, enfim, variadas circunstâncias profissionais nas quais o conhecimento

técnico não é aplicável ou é insuficiente. Por isso, tais competências são de difícil definição e assimilação, mas podem ser aperfeiçoadas em treinamentos, mas não necessariamente geradas por eles. Neste estudo, destacam-se: autoconfiança, positividade, criatividade, liderança, trabalho em equipe, pensamento crítico e autocuidado.

De outra forma, Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022) categorizaram as competências para atuação no setor hoteleiro e turístico em cinco grupos distintos:

- H1: habilidades básicas – constituem os requisitos básicos para inserção no mercado, o que inclui: saber ler e escrever adequadamente, lidar com números e ter boa comunicação interpessoal;
- H2: habilidades colaborativas – dizem respeito à capacidade de trabalhar em equipe, de ter relacionamentos profissionais interpessoais saudáveis e colaborativos no ambiente profissional, para o alcance dos resultados esperados na organização;
- H3: habilidades adaptativas – trata-se da aptidão para adaptar e aplicar conhecimentos à situações reais e inesperadas;
- H4: habilidades técnicas – aplicação do conhecimento profissional e técnico nos processos produtivos da organização;
- H5: habilidades de empregabilidade – aprendizagem contínua, inovação e execução de conhecimentos oriundos da experiência profissional.

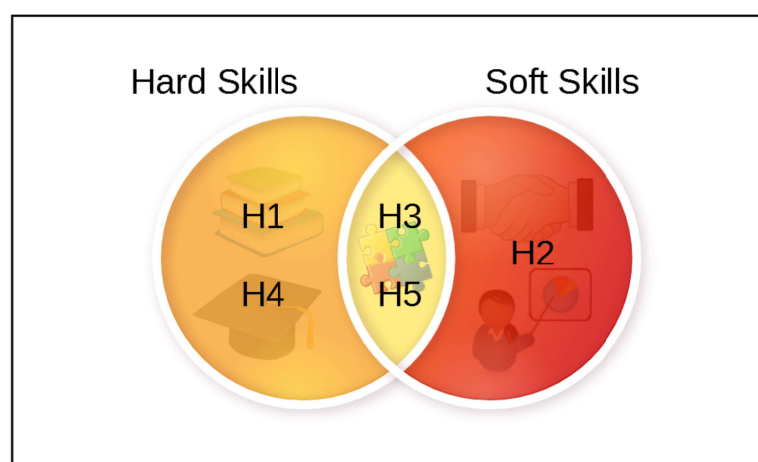
Estes pesquisadores observaram ainda que a categoria de competências pessoais (*Soft Skills*) tem sido mais visada nos recrutamentos para vagas de empregos do que a categoria de competências profissionais (*Hard Skills*). As *Soft Skills* constituem diferenciais na atuação profissional, de modo que os empregadores buscam priorizá-las; ao passo que as *Hard Skills* podem ser desenvolvidas com treinamentos e capacitações.

Apesar disso, muitas vezes não é possível definir com precisão a qual classificação determinada competência pertence. Elas surgem com o advento de novas necessidades, problemas que instigam soluções inovadoras e de acordo cada contexto. Tais cenários exigem um dinamismo que permitem idealizar a existência

de competências mistas – até porque não existe uma listagem exhaustiva e fechada de competências.

A própria classificação de Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022) pode ilustrar isso. Na Figura 3 abaixo, observa-se que as habilidades básicas e as habilidades técnicas (H1 e H4) são claramente identificadas como *Hard Skills*, enquanto as habilidades colaborativas (H2) como *Soft Skills*. De modo distinto, as habilidades adaptativas e as habilidades de empregabilidade (H3 e H5) parecem transitar entre essas duas classes, parecem requer uma mescla de conhecimentos e técnicas, combinados a uma postura pessoal proativa, criativa, adaptável e autodeterminada.

Figura 3 - Classificação e interação entre competências



Fonte: Elaborado pelo autor combinando os estudos de Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022) e Xu *et al.* (2022).

Contribuiu também para a importância das competências pessoais (*Soft Skills*), as reflexões de Booyens (2020). Ao lembrar que o atendimento aos clientes faz parte da rotina das empresas hoteleiras e turísticas, destacou que o aprimoramento de habilidades interpessoais é essencial para atuar nesse ramo, principalmente em regiões onde ele ainda está em desenvolvimento e consolidação.

Neste sentido, como o atendimento tem como base a comunicação, o conhecimento de uma língua estrangeira torna-se primordial, especialmente no turismo. Castro e Oliveira (2022) avaliaram a oferta de línguas estrangeiras no ensino superior brasileiro; concluindo que os cursos que optaram por esta oferta o fazem em função da necessidade do conhecimento básico de inglês para a leitura

de materiais e livros, bem como para o desenvolvimento da pesquisa acadêmica. No caso do turismo, além destas utilidades, saber uma língua estrangeira deve ser considerado como um requisito para a atuação: uma competência a ser desenvolvida pelos profissionais que queiram se consolidar no ramo.

Por isso, quem pretende atuar nesse campo deve estar preparado para desafios e constante atualização (Rigoldi *et al.*, 2020). Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023) defenderam que uma atitude empreendedora (*Soft Skills*) é necessária para que o indivíduo não se limite a uma atuação enquanto trabalhador ou empregado. O empreendedorismo o tornará capaz de desenvolver seus próprios produtos e serviços para oferecê-los no mercado autonomamente ou por meio de uma empresa própria e, para isso, se requer também interesse em inovação e gestão de negócios.

Sabe-se que a indústria do turismo é caracterizada pela prevalência de pequenas e médias empresas, além da possibilidade da atuação autônoma no mercado – como guia de turismo ou pela atuação em consultorias, por exemplo. Deste modo, a competência pessoal empreendedora tem sido incentivada pelos currículos para que os graduandos tenham conhecimento das opções de negócios, caso queiram abrir suas próprias empresas. Colaboram com este intento, a exposição dos discentes às operações da indústria, por meio dos estágios, e a criação de modelos de geração de novos negócios (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023), por meio das incubadoras de empresas.

Apoiou essa ênfase no empreendedorismo, a pesquisa de Ndou, Mele e Del Vecchio (2019). Conforme seus estudos, o ensino do empreendedorismo deve estar ligado à inovação, uma vez que ideias inovadoras tendem a se tornar empreendimentos bem-sucedidos. Para eles, os métodos de ensino precisam também ser inovadores, indo além do tradicional (sala de aula, planos de negócios, palestras, seminários). Um exemplo dado, foi a realização de uma simulação de construção coletiva de um empreendimento; o que vai desde a sua idealização, design, posicionamento de mercado, lançamento e gerenciamento das equipes e processos. Este tipo de abordagem permite o desenvolvimento concreto de competências e conhecimentos.

Aliás, saber trabalhar em equipe foi uma habilidade que se destacou no estudo de Bahçelerli e Altınyay (2023), uma vez que a maior parte dos profissionais tendem a atuar em empresas ou organizações e, deste modo, os resultados dependem do conjunto de indivíduos mutuamente responsáveis pela qualidade, seja de um produto ou de um serviço. Segundo este estudo, o profissional e a organização devem estar dispostos a vivenciar um processo contínuo de aprendizagem, o que significa uma capacidade de se adaptar às mudanças, buscar informações, retê-las e aplicá-las a sua realidade.

Para além da esfera privada, a atuação de profissionais de turismo faz-se crucial também na esfera pública. A competência técnica no que concerne à formulação, ao de tomada de processo de decisão, à concretização e à avaliação de políticas públicas do setor turístico é de grande importância. Além disso, conhecimentos para a realização do planeamento turístico, o qual é “o instrumento capaz de definir o percurso a ser realizado com a capacidade do profissional de Turismo em tomar as decisões para o fortalecimento da atividade turística” (Rigoldi *et al.*, 2020, p. 173), também é indispensável.

Para tanto, observa-se a imposição de se conhecer a legislação federal, estadual e municipal pertinentes; além da estrutura administrativa pública e das demais entidades que devem ser envolvidas nesse processo de planeamento. Nesse mister, em função da prevalência do interesse público; convém, ainda, a aplicação de ideais sustentáveis que proporcionem o bem-estar social, em consonância com o equilíbrio ambiental e o respeito às culturas das comunidades envolvidas, promovendo a participação destas e de outros interessados no processo (Rigoldi *et al.*, 2020).

Em remate, faz-se relevante a exposição dos discentes, desde logo, às possibilidades que a carreira em turismo oferece, bem como às exigências – e limitações – que impõe. Todos estes fatores (positivos e negativos), por serem amplos, diversificados e múltiplos, exigem que o profissional seja engajado, que aspire a apresentar um desempenho profissional diferenciado e deseje sempre progredir. São as aspirações que conduzem ao aumento do potencial profissional e das capacidades do ser humano, contribuindo, assim, para o sucesso e o progresso profissional e social (Ramakrishnan e Macaveiu, 2019).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Por procedimentos metodológicos, se deve compreender nada mais que o “caminho” investigativo a ser tomado pelo pesquisador. Apesar disso, a definição e a descrição deste percurso exigem zelo e empenho, para que seus resultados possam representar a realidade escrutinada de maneira de legítima, coerente e válida (Creswell, 2007). Deste modo, convém definir adequadamente: a classificação da pesquisa, suas etapas, universo amostral, instrumentos de coleta de dados e, por fim, como os dados obtidos serão tratados e analisados.

3.1. Classificação da pesquisa

Com a reflexão sobre os objetivos desta pesquisa, se compreendeu que esta assumiu as tipologias exploratória e descritiva, uma vez que buscou elucidar, por meio de métricas investigativas plausíveis para a finalidade almejada, uma realidade até então pouco explorada (Creswell, 2007) – ao menos no contexto do estado do Amapá: o mercado de trabalho turístico, suas carências de formação e capacitação. Ao mesmo tempo, ao tentar trazer a lume as características econômicas e sociais do fenômeno turístico do território supracitado, a combinação destas duas tipologias tornou-se inexorável. Algo que, na concepção de Robson (2011), é ideal quando o pesquisador pretende alcançar uma aplicabilidade prática em seus resultados, tais como: proposições, sugestões, recomendações ou mesmo ações na própria pesquisa.

Corroborando isso, Yin (2015), ao propor que, se uma pesquisa científica é desenhada no intuito de se compreender “como” ou “por que” determinado fenômeno ocorre, o método a ser aplicado poderá ser o “estudo de caso”. Essa afirmação sem dúvidas estabeleceu um paralelo pertinente com a proposta desta investigação, na medida em que este estudo pretende buscar respostas sobre: “como” um curso de ensino superior, voltado ao turismo, pode ser elaborado e “por que” sua criação se faz necessária.

Lastreando-se ainda pelos requisitos de Yin (2015) para o emprego do método “estudo de caso”, não se exigiu controle dos eventos comportamentais dos participantes envolvidos na pesquisa – não se tratou de um experimento –; além

disso, o fenômeno foi investigado na contemporaneidade. Em seu turno, Robson (2011) expõe a relevância de tal método, por se tratar de uma pesquisa voltada para o “mundo real” – escopo prático, local e específico. O “estudo de caso” trouxe contribuições oportunas para esta pesquisa na medida em que

- foi um método adequado ao seu caráter exploratório (Gil, 2008);
- oportunizou a compreensão de processos subjacentes, não evidenciados de forma satisfatória unicamente por dados quantitativos ou inferências estatísticas (Yin, 2015);
- apresentou-se como um método de estudo em profundidade, que não excluiu, mas que necessitou do trabalho de campo e de uma multiplicidade de fontes de dados e evidências, acessadas com auxílio de variadas técnicas (Goode e Hatt, 1975; Robson, 2011; Yin, 2015);
- com isto, se oportunizou uma abordagem holística, ao permitir uma noção ampla e multifatorial do fenômeno – o que é desejável para a análise de contextos (Goode e Hatt, 1975; Yin, 2015);

Considerando este último ponto, mediante a diversidade de informações que foram levantadas, se requereu uma abordagem de análise mista que envolveu estudos quantitativos e qualitativos, tornando possível: a confirmação de resultados por diversas fontes de dados (Creswell, 2007) e a proposição de debates, por meio de visões diferentes em torno da problemática investigada, possibilitando descobrir caminhos para a sua resolução (Tashakkori e Teddlie, 2010). Isto posto, julgou-se oportuno a opção pela predominância do aspecto qualitativo, em função da tipologia desta pesquisa enquadrar-se, majoritariamente, na vertente exploratória. Afinal, a temática pouco foi pesquisada no contexto do estado do Amapá, assim os entendimentos advindos da investigação foram baseados, principalmente, no contato com os participantes das entrevistas (Creswell, 2007).

Este aspecto é especialmente relevante quando se pretende construir algo voltado a atender a sociedade, a comunidade, grupos específicos de pessoas ou uma instituição. O envolvimento de tais atores no processo de construção – o caso da presente pesquisa – e de tomada de decisão (Minasi, Kaiser e Oliveira, 2021) é

fundamental. Vale ressaltar, por esse aspecto, que a investigação presente caracteriza-se também como uma pesquisa aplicada.

Nesse mesmo sentido, o método qualitativo tem sido descrito como propício para fornecimento de informações detalhadas sobre os recortes populacionais investigados, a fim de se desenvolver apoio e orientação a esses grupos – ou seja, uma aplicabilidade de resultados. Isso ocorre porque seus dados vão além do fenômeno isolado, desvendando suas causas e razões, tornando-o ideal para revelar opiniões, pensamentos e motivações (Ramakrishnan e Macaveiu, 2019).

Por isso, até mesmo em estudos quantitativos, não se deve abdicar de buscas e análises qualitativas (Maráková e Dzúriková, 2022). Em verdade, se combinadas, essas abordagens proporcionam investigações mais completas, esclarecedoras e com maior credibilidade, ao passo que permitem ao pesquisador “ir além da leitura dos dados, com vistas a integrá-los num universo mais amplo em que poderão ter algum sentido” (Gil, 2008, p. 178).

Nas buscas realizadas neste estudo, o tratamento qualitativo de dados revelou-se preponderante nas pesquisas envolvendo as temáticas: Turismo e Educação (Bahçelerli e Altınay, 2023; Farsari, 2022; Lopes *et al.*, 2021; Booyens, 2020; Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020;) e Turismo, Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021; Minasi, Kaiser e Oliveira, 2021; Santos e Pereira, 2020). Em tais assuntos, faz-se crucial considerar as opiniões, percepções e preocupações dos *stakeholders* e dos especialistas das áreas afins. Isso porque o turismo não é somente uma atividade econômica – demonstrada numericamente, mas também envolve muitas nuances humanas a serem consideradas: culturais, sociais, religiosas, territoriais, entre outras.

Ademais, o método qualitativo pode ter como técnica de coleta de dados: a observação participante, a entrevista, a revisão de documentos, a dinâmica de grupos focais, dentre outros. Seus resultados tendem a trazer uma “visão realista e holística do ambiente” investigado; sem ignorar que estes cenários, por serem compostos por relações humanas diversas e dinâmicas, apresentam complexidades que, ao menos em fase exploratória, não podem ser traduzidas puramente em números (Bahçelerli e Altınay, 2023, p. 62).

3.2. Etapas da pesquisa, instrumentos de coleta de dados e sujeitos da pesquisa

De antemão, ficam demonstradas no Quadro 7, resumidamente, as estratégias que possibilitaram o alcance dos resultados almejados: na primeira etapa, os procedimentos bibliométricos e a aplicação prática de seus resultados; na segunda etapa, as construções metodológicas; a terceira etapa foi a pesquisa de campo; por sua vez, a quarta etapa expõe as técnicas de análise dos resultados; e, por fim, a quinta etapa tratou da construção da proposta de criação do curso.

Quadro 7 - Etapas e estratégias da pesquisa

Ordem	Etapas	Estratégias
1ª etapa	Análises Bibliométricas	1. Definição de palavras-chave alinhada a cada objetivo específico 2. Utilização da base de dados <i>Scopus</i> 2.1. Seleção de documentos 4. Elaboração da fundamentação teórica
2ª etapa	Construção da metodologia da pesquisa	1. Identificação de <i>stakeholders</i> (entrevistados e respondentes) 2. Elaboração dos instrumentos de pesquisa com base nos achados bibliométricos, nos objetivos, na realidade local e nas classes de <i>stakeholders</i> 3. Validação dos instrumentos de pesquisa 3.1. Consideração dos apontamentos para melhoria dos instrumentos 4. Qualificação do projeto de pesquisa 4.1.. Consideração dos apontamentos para melhoria dos instrumentos 5. Submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa 5.1. Aprovação
3ª etapa	Pesquisa de Campo	1. Realização das entrevistas semiestruturadas 2. Aplicação de questionários online
4ª etapa	Análise de Resultados	1. Utilização da Análise de Conteúdo baseada em Bardin 2. Aplicação de estatística descritiva (média ponderada > <i>score</i>)
5ª etapa	Construção da Proposta	1. Consolidação dos resultados no produto tecnológico Relatório Técnico Conclusivo, contendo: relato dos cenários econômico, de mercado de trabalho, curricular e da gestão pública; análise estratégica SWOT e TOWS; descrição de “mercado de atuação” e “perfil do egresso”; elaboração da base curricular

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.2.1. Abordagem qualitativa

Os procedimentos empregados na etapa qualitativa foram: i) análises documentais, pelas quais se conheceu como os procedimentos de criação de cursos FIC se deram no IFAP³¹, o que contribuiu para justificar a presente metodologia de construção de curso e ii) entrevistas com os *stakeholders* e especialistas em turismo atuantes no estado do Amapá, dos quais foram colhidas percepções em torno da problemática, com o intuito de estreitar a sua compreensão para o contexto local e de vislumbrar proposições ao seu enfrentamento.

O principal instrumento de pesquisa pela abordagem qualitativa, isto é, os roteiros de entrevista³², foram elaborados contemplando os seguintes eixos temáticos:

- i) Desenvolvimento Regional e Turismo: compõe uma variável crucial nesta pesquisa, na medida em que propõe o turismo enquanto atividade potencialmente propulsora do desenvolvimento no contexto amapaense. Sendo assim, os questionamentos alicerçados neste eixo foram elaborados a partir dos pressupostos teóricos defendidos pelos seguintes autores: Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer (2024); Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021); Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020); Rigoldi *et al.* (2020) e Santos e Pereira (2020);
- ii) Educação Superior em Turismo: constituiu o eixo central dessa pesquisa. Deste modo, a opinião dos entrevistados sobre a relevância, características e a possibilidade de êxito de um curso superior em turismo foi escrutinado. As perguntas que balizaram este eixo foram criadas a partir das seguintes fontes: Gavinolla (2023); Apostu *et al.* (2022); Kronenberg e Fuchs (2022); Seyitoglu *et al.* (2022); Lemos *et al.* (2021); Lopes *et al.* (2021); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021); Booyens (2020); Santos e Pereira (2020); Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020); Neves e Pinto (2019); Ndou, Mele e Del Vecchio (2019); Ramakrishnan e Macaveiu (2019) e Thapa (2019); e

³¹Esta intenção inclusive já estava preliminarmente disposta na Nota de Rodapé 11, p. 34, onde se estabeleceu ser interessante verificar se houve, por exemplo, caráter participativo externo em algum processo de criação destes cursos no IFAP.

³²Os roteiros de entrevista constam nos apêndices A, B e C desta dissertação.

- iii) Atuação Profissional no Mercado Turístico: esta temática apresenta desdobramentos práticos sobre o perfil profissional que o mercado requer, em equilíbrio com aquele que a sociedade e o setor, de modo geral, precisam em termos humanísticos e ambientais. Isto posto, as perguntas desse eixo foram construídas com o auxílio dos seguintes referenciais: Bahcerleli e Altınyay (2023); Gavinolla *et al.* (2023); Castro e Oliveira (2022); Rasethuntsa (2022); Shi, Cai e Wolfe (2022); Xu *et al.* (2022), Vieira *et al.* (2021), entre outros.

A validação destes instrumentos ocorreu da seguinte maneira: 50 indivíduos ligados ao meio acadêmico e ao mercado turístico foram convidados, por meio de seus e-mails institucionais, a avaliar os instrumentos de pesquisa quanto à sua aptidão para investigar: o tema, o contexto, os objetivos e o problema de pesquisa – informações que foram fornecidas aos avaliadores. Estes especialistas, identificados nos sites das universidades, institutos federais e órgãos onde atuam, deveriam ainda observar, em especial: a objetividade, a clareza, a organização e a facilidade de leitura e compreensão dos roteiros de entrevistas e questionários.

Portanto, com tais esclarecimentos, deve-se frisar que não se tratou de um teste piloto ou pré-teste, mas de uma validação por meio análise crítica de especialistas. Apesar do número elevado de profissionais para os quais o convite foi enviado, somente 3 responderam, estando estes identificadas no Quadro 8 a seguir.

Quadro 8 - Participantes do processo de validação dos instrumentos de pesquisa

Nome	Formação	Cargo/Atuação	Experiência	
			Docência	Mercado
Helen Rita Menezes Coutinho	Doutora em Turismo e Hotelaria (UNIVALI)	Professora do Curso de Turismo da Universidade Estadual do Amazonas	27 anos	10 anos
Karla Cristina Ribeiro Maia	Doutora em Turismo e Hotelaria (UNIVALI)	Professora do Curso de Turismo da Universidade Estadual do Amazonas	26 anos	Não informado
Marcia Shizue Massukado Nakatani	Doutora e Mestre em Administração (PPGADM/UFPR)	Professora do Curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná	16 anos	3 anos

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ocorreram importantes contribuições, que resultaram em algumas modificações: foi sugerido que a questão 4, direcionada ao *trade* (Apêndice A)³³ – “O que você acredita ser necessário para alavancar o turismo no Amapá?” – fosse desmembrada para indagar o que cada setor (público e privado) poderia fazer para contribuir com o avanço da atividade turística. Todavia, observando que as questões 2 e 3 já traziam indagações um pouco semelhantes, a reconstrução do questionamento culminou com a seguinte pergunta: “Quais ações estratégicas você acredita que empresas e governos locais podem realizar para alavancar o turismo no Amapá?”.

As partícipes da validação aconselharam também, como forma de desenvolver gradativamente o tema, que as perguntas sobre o conhecimento da existência de cursos superiores em turismo e sobre áreas de atuação dos formandos fossem realizadas antes da pergunta 7 (Apêndice A), 6 (Apêndice B) e 5 (Apêndice C). Por fim, no Apêndice A, questão 8, a palavra “perspectivas” foi substituída por “expectativas”; e, na questão 10, o termo “a importância” foi alterado para “o diferencial”, sendo que estas mesmas alterações também ocorreram nas perguntas correspondentes dos demais apêndices.

Para uma melhor compreensão, são apresentadas no Quadro 9 a seguir as estruturas finais dos roteiros de entrevista que foram aplicados aos representantes do *Trade* Turístico (Apêndice A), dos Governos Locais (Apêndice B) e do IFAP (Apêndice C):

Quadro 9 - Estruturas dos Roteiros de Entrevista

(continua)

Variável	Apêndice	Pergunta	Referencial Teórico
Econômica	A, B, C	1, 1, 1 – Você considera que o turismo pode ser visto como uma opção para o desenvolvimento econômico no Amapá	Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer (2024)
Gestão Pública do Turismo	A	2 – Como você vislumbra a atuação dos governos locais do Amapá em relação ao turismo?	Rigoldi <i>et al.</i> (2020); Santos e Pereira (2020)
	B	2 – Como tem sido a atuação do seu órgão/entidade em relação ao turismo? Quais projetos estão em andamento ou em planejamento?	

³³Roteiro de Entrevista para Representantes do *Trade* Turístico, constante no Apêndice A, p. 238, deste documento.

(continuação)

Variável	Roteiro	Pergunta	Referencial Teórico
Governança	A, B, C	3, 3, 2 – Como você enxerga a integração e a articulação entre as empresas do setor turístico, as instituições governamentais e sociedade em geral em torno do desenvolvimento do turismo?	Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021)
Gestão Estratégica	A	4 – Quais ações estratégicas você acredita que empresas e governos locais podem realizar para alavancar o turismo no Amapá?	Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020)
Oferta Educacional	A, B, C	5, 4, 3 – Você sabe da existência de algum curso superior em turismo no estado do Amapá?	Lemos <i>et al.</i> (2021)
Mercado Profissional		6, 5, 4 – Você tem conhecimento das áreas de atuação do profissional graduado em turismo?	Booyens (2020)
Educação		7, 6, 5 – Você acredita que um superior em turismo poderia contribuir para o desenvolvimento desta atividade no Amapá? Como?	Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020)
Educação e Mercado Profissional		8, 7, 6 – A oferta de um curso superior em turismo despertaria o interesse das pessoas para ingressarem nesse curso? Quais expectativas essas pessoas teriam para atuar no mercado?	Kronenberg e Fuchs (2022); Seyitoglu <i>et al.</i> (2022); Ndou, Mele e Del Vecchio (2019); Ramakrishnan e Macaveiu (2019)
Oferta Educacional	C	7 – O IFAP tem desenvolvido ou pretende desenvolver projetos voltados para o turismo? Quais estão em andamento ou em planejamento?	Lemos <i>et al.</i> (2021); Neves e Pinto (2019)
Gestão Administrativa		8 – Quais seriam os procedimentos e condições (institucionais, financeiras e materiais) para que o IFAP venha criar um curso de turismo?	Lemos <i>et al.</i> (2021); Neves e Pinto (2019)
Parcerias e articulação	A, B	9, 8 – A sua empresa/instituição/área estaria disposta a firmar parcerias com uma instituição de ensino em torno do turismo? Como você acha que isso pode ser benéfico para a sua empresa/instituição/área?	Lopes <i>et al.</i> (2021)
Gestão Estratégica	C	9 – É importante realizar algum tipo de estudo técnico para este tipo de tomada de decisão, isto é, para criação de cursos? Existem regulamentos sobre isso que devem ser seguidos?	Santos e Pereira (2020); Neves e Pinto (2019)
Atuação e Inserção profissional	A, B	10, 9 – Qual o diferencial da atuação de colaboradores com graduação superior em sua empresa/instituição/área? Alguns destes têm graduação superior ou é graduado em turismo?	Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020)

(conclusão)

Variável	Roteiro	Pergunta	Referencial Teórico
Gestão Estratégica	C	10 – Você entende que a participação da comunidade externa, de partes interessadas e empresas do ramo pode contribuir para a construção de um curso?	Gavinolla (2023); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021); Thapa (2019)
		11 – Você entende que a oferta de um curso superior de turismo pelo IFAP traria algum benefício estratégico para a instituição? Como isso se daria?	Apostu <i>et al.</i> (2022)
Competências Profissionais	A, B	11, 10 – Quais as principais competências ou habilidades você considera serem necessárias para um profissional se destacar no mercado de turismo?	Shi, Cai e Wolfe (2022); Xu <i>et al.</i> (2022)
		12, 11 – Saber uma língua estrangeira é importante? Qual ou quais?	Castro e Oliveira (2022); Vieira <i>et al.</i> (2021)
		13, 12 – Habilidades interpessoais e saber lidar com pessoas de outras culturas é importante?	Rasethuntsa (2022);
		14, 13 – Conhecimento de novas tecnologias e sustentabilidade pode ser útil? Como se dá na prática da sua empresa/instituição/área?	Bahcerleli e Altýnay (2023); Gavinolla <i>et al.</i> (2023); Rasethuntsa (2022)

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ficou definido, ainda no início da construção metodológica (ver Quadro 7), que os participantes elegidos para as entrevistas deveriam compor a Cadeia Produtiva do Turismo (CPT) no estado do Amapá; mais especificamente o eixo central: hotelaria, gastronomia, serviços de lazer e entretenimento, e sistema de informação. Os chamados elos associados (comércio, transporte, segurança, artesanato etc.) e os elos periféricos (vestuário, mobiliário, construção civil, serviços de saúde, serviços de educação, serviços de estética, agricultura, pecuária etc.), não foram considerados por lidarem apenas, indireta e acessoriamente, com a atividade, de acordo com a classificação de Coutinho *et al.* (2024), como ilustrado na Figura 4, adiante.

Incluiu-se, ainda, representantes da esfera pública, tendo em vista a importância da atuação destes para o setor; como evidenciado, por exemplo, pelos autores Coutinho *et al.* (2024), Maráková e Dzúriková (2022), e Bonfim, Bassinello e Freitag (2019).

Figura 4 - Cadeia produtiva do turismo



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Coutinho *et al.* (2024).

Foi em razão dessas diferentes classes de *stakeholders* (Xu *et al.*, 2022), que se fez necessário adaptar três roteiros de entrevistas. Em relação aos representantes do setor privado, optou-se por aqueles oriundos de entidades representativas empresariais ou profissionais, por se compreender que poderiam representar mais apropriadamente a coletividade dos setores.

Para a garantia do anonimato dos entrevistados, especialmente do setor privado, eles próprios se atribuíram códigos de autoidentificação – na forma de nomes de elementos típicos do contexto amazônico e amapaense (canções, comidas, frutas, lugares, etc.), os quais pudessem simbolizar as suas áreas de atuação ou as suas próprias identidades originárias. Assim, foram denominados conforme exposto no Quadro 10.

Quadro 10 - Entrevistados

(continua)

ROTEIRO	SETOR	SEGMENTO	DENOMINAÇÃO
Apêndice A	Privado	Hotelaria	Oca
		Bares e Restaurantes	Camarão no Bafo
		Operadora de Turismo	Tucunaré
		Guias de Turismo	Samaúma
		Divulgação/Informação	Tarumã
		Profissionais de turismo	Amazônida do Meio do Mundo
Apêndice B	Público	Governo Municipal	Secretária Municipal
		Governo Estadual	Turismóloga SETUR

(conclusão)

ROTEIRO	SETOR	SEGMENTO	DENOMINAÇÃO
Apêndice C	Público	Educação	Reitora em exercício do IFAP
			Tucumã
			Açaí

Fonte: Elaborado pelo autor.

Pela esfera pública, foram entrevistados os representantes das secretarias de turismo estadual e municipal. Além destes, figuras estratégicas, no contexto do IFAP, também foram entrevistadas (Reitora em exercício e um representante da Pró-Reitoria de Ensino).

Quanto aos *stakeholders* externos, as próprias instituições definiram quem seriam os entrevistados. No entanto, foram orientadas sobre a necessidade de se apresentar um partícipe com experiência e conhecimento consideráveis no ramo. Os locais de entrevista foram as sedes de suas respectivas instituições – todas na cidade de Macapá – e algumas foram efetivadas de forma online.

Por sua vez, as entrevistas com os sujeitos internos ocorreram na Reitoria do IFAP – localizada na cidade de Macapá-AP, Rodovia BR km 03, s/n, bairro Brasil Novo; mais especificamente em suas respectivas repartições administrativas ou outro local de sua escolha. Isto posto, a coleta de dados qualitativos foi orientada pelas seguintes questões:

- **Q1** – Quais competências o profissional do turismo precisa apresentar para atuar no mercado e auxiliar no desenvolvimento do setor no Amapá?
- **Q2** – Como tem sido a oferta de cursos voltados para a capacitação do setor turístico?
- **Q3** – Quais são as condições e recursos necessários para viabilizar a criação do curso superior em Turismo no IFAP?

3.2.2. Abordagem quantitativa

Concomitantemente, outra a coleta de dados, desta vez quantitativos, foi realizada por meio de questionários, com respostas fechadas em escala Likert, os quais foram desenvolvidos com base nos mesmos eixos temáticos da abordagem qualitativa – Turismo e Educação e Atuação Profissional no Mercado Turístico – e

nos respectivos autores. A validação destes instrumentos ocorreu na mesma ocasião dos roteiros de entrevistas e, portanto, com as mesmas especialistas (Quadro 8, p. 88). No entanto, quanto a estes nenhum apontamento foi realizado.

Porém, na ocasião da qualificação do projeto de pesquisa, um dos docentes apresentou uma contribuição oportuna: a última pergunta, que tratou da avaliação de competências, deveria se fundamentar em alguma metodologia preexistente consolidada ou validada, no que diz respeito às descrições dessas competências. Adiante se demonstrará a influência deste apontamento na elaboração de competências para o contexto turístico.

Para Marconi e Lakatos (2003), a abordagem quantitativa é imprescindível, pois “a ciência é primordialmente quantitativa” (2003, p. 88); assim, as abordagens costumam na realidade entrelaçar-se. Estes autores exemplificam isso: a Análise de Conteúdo, utilizada para tratamento de dados qualitativos, propõe etapas que permitem “a descrição sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo da comunicação” (2003, p. 223). Nesta fase, a pesquisa assume um caráter eminentemente quantitativo-descritivo, utilizando o questionário como um instrumento sistematizado de coleta de dados da população perscrutada, concernente a uma atitude ou opinião, empregando-se escalas pré-definidas nas respostas – para posterior quantificação (Marconi e Lakatos, 2003).

Dessarte, as opções de respostas destes questionários foram apresentadas em escala do tipo Likert (ver Quadro 11). Essa métrica é muito utilizada nas investigações sociais, pois possibilita transformar variáveis qualitativas em quantitativas; isto é, medir, por exemplo, a opinião de uma população sobre determinado assunto, como ratificam Martins e Cornacchione (2021).

Quadro 11 - Escala Likert elaborada

Valor	Opção	Classes de Respostas
1	Não sei responder	-
2	Definitivamente não	Negativa
3	Provavelmente não	
4	Indeciso	-
5	Provavelmente sim	Positiva
6	Definitivamente sim	

Fonte: Elaborado pelo autor.

A escala acima exposta se demonstrou ideal, pois contém respostas que se adequam aos itens Likert em formato de perguntas, uma vez que se optou por não utilizar sentenças afirmativas ou negativas, a fim de se evitar a sugestividade. Observa-se nela também uma simetria de opções entre classes de respostas positivas, “Indeciso” e negativas, além da equidistância da disposição das opções positivas e negativas em torno da “Indeciso” (Martins e Cornacchione, 2021), com isso se acredita evitar que o respondente seja induzido a escolher determinada classe. Ademais, a inclusão da opção “Não sei responder” poderia indicar, caso predominante, alguma falha na elaboração e na exposição do questionamento ou, ainda, no universo de indivíduos selecionados.

O que se almejou, com o desenvolvimento desta abordagem quantitativa, foi conhecer a visão dos servidores (técnicos e docentes) acerca de uma proposta de criação de curso de turismo no IFAP. Com isso em vista, para que o tema fosse tratado com a devida importância e entendimento, estabeleceu-se o critério de “interesse temático”, ou seja, foram selecionados aqueles servidores que já tinham, de alguma maneira, participado de atividades (ensino, pesquisa ou extensão) sobre o turismo na instituição.

Como relatado anteriormente, já foram executados cursos FIC (Formação Inicial e Continuada) sobre turismo em alguns dos campi do IFAP. Além disso, estava em elaboração um PPC de curso técnico de “Guia de Turismo”, integrado ao ensino médio, no campus Oiapoque. Assim, os integrantes das comissões responsáveis pela elaboração e execução destas atividades foram convidados para responderem o questionário.

Estes respondentes foram identificados com base nas portarias de designação das comissões de trabalho, constantes nos respectivos processos de criação dos cursos que, por sua vez, foram encontrados a partir da aplicação da palavra-chave “turismo” na aba “Processos Eletrônicos” do Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP) – aparato tecnológico utilizado pelo IFAP para elaboração de documento, registros e tramitações processuais.

Tais resultados ficam demonstrados no Quadro 12 a seguir:

Quadro 12 - Processos de criação de cursos FIC na área do Turismo no IFAP

Processo	Curso	Documento designador	Unidade	Nº de participantes
23228.002719.2024-00	Técnico em Guia de Turismo integrado ao Ensino Médio	Portaria nº 149/2024 - DIGERAL-MCP	Campus Oiapoque	20
23228.002326.2023-15	Condutor de Turismo em Unidade de Conservação Local (FIC – Programa 1 2 3 EJA)	Portaria nº 1069/2023 - GAB/RE/IFAP	Campus Laranjal do Jari	04
23228.001957.2023-17	Condutor de Turismo Amazônico (FIC)	Portaria nº 636/2022 - GAB/RE/IFAP	Campus Oiapoque	14
23228.001286.2022-03	Condutor de Turismo em Unidade de Conservação (FIC)	Portaria nº 116/2022 - GAB/DIGERAL/LRJ	Campus Laranjal do Jari	10
		Portaria nº 84/2022 - GAB/DIGERAL/LRJ		5
23228.000570.2022-54	Turismo e Hotelaria (FIC)	Portaria nº 469/2022 - GAB/RE/IFAP	Campus Oiapoque	17

Fonte: Elaborado pelo autor.

É preciso esclarecer que o total de participantes deste quadro não deve ser considerado, uma vez que se observou que determinados servidores fizeram parte de várias destas comissões. Em razão disso, após uma análise detalhada, se chegou ao universo de 53 servidores para submissão dos questionários. No entanto, segundo informações do SUAP – aba “Gestão de Pessoas > Servidores”, 4 servidores já não faziam mais parte do quadro do IFAP e 3 servidores estavam em afastamento – licença ou de férias. Deste modo, o número máximo provável de servidores respondentes passou a ser 46.

Dadas essas facetas, conclui-se que esta abordagem quantitativa lidou com uma amostragem não probabilística do tipo intencional, pois os membros selecionados são fontes de informação de qualidade e precisa (Schiffman e Kanuk, 2020) sobre o tema (educação e turismo) e o local investigado (IFAP).

Ademais, a aplicação dos questionários ocorreu de forma online, sendo elaborados por meio da ferramenta Google *Forms*. O envio aos servidores ocorreu pelos e-mails institucionais, também encontrados no SUAP.

Para fins de critério de exclusão, foram considerados somente aqueles indivíduos que são ou tenham sido servidores do IFAP – as perguntas preliminares do questionário dão conta de fazer essa distinção, como se demonstra no Quadro 13.

Quadro 13 - Estruturação dos questionários

(continua)

Variável	Pergunta(s)	Referencial Teórico
Perfil do participante	1. Você é ou já foi servidor público do IFAP? () 1. Sim () 2. Não () 3. Já fui servidor 2. Se sim, ou se já foi servidor, qual a categoria profissional? () 1. Docente () 2. Técnico-administrativo 3. Quanto tempo você possui de atuação no IFAP? () 1. De 01 a 03 anos () 2. De 04 a 05 anos () 3. De 06 a 07 anos () 4. De 08 a 10 anos () 5. Mais de 10 anos 4. Qual a sua formação acadêmica? 5. Se possuir pós-graduação pode informar em que área? 6. Você já participou de alguma atividade no IFAP envolvendo a área de conhecimento do Turismo? () 1. Sim () 2. Não	-
Educação	7. Um curso superior de turismo pode contribuir para o desenvolvimento do turismo no Amapá?	Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020)
Educação Pública	8. O Amapá precisa de um curso superior em Turismo sendo oferecido por uma instituição pública de ensino?	
Demanda educacional	9. Um curso superior de turismo pode ter êxito no IFAP em termos de atração de alunos?	Neves e Pinto (2019)
Gestão Estratégica	10. Um curso superior de turismo pode ter êxito no IFAP em termos de atração de investimentos e proporcionar reconhecimento da instituição perante a sociedade?	Apostu <i>et al.</i> (2022)
	11. Um curso superior de turismo pode ter êxito no IFAP em termos de novas parcerias com outras instituições públicas e empresas privadas?	Lopes <i>et al.</i> (2021)
Posição pessoal	12. Você apoia a ideia de criação de um curso superior de turismo no IFAP?	-
	13. Você participaria dos debates, estudos e demais atividades de criação de um curso superior de turismo no IFAP?	

(conclusão)

Avaliação da importância de competências	As competências profissionais para atuação no mercado de turismo no Amapá, listadas a seguir, são importantes?	Shi, Cai e Wolfe (2022) e Xu <i>et al.</i> (2022)
	14. Comunica-se com clientes e parceiros com assertividade, adequando a linguagem a cada caso.	Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022)
	15. Relaciona-se com as pessoas com cordialidade e respeito, demonstrando-se receptivo e atento.	Rasethuntsa (2022) e Booyens (2020)
	16. Cumpre preceitos ético-profissionais, tomando as medidas que a lei ou a norma interna requer.	Bernardi (2022) e Shi, Cai e Wolfe (2022)
	17. Atenta-se para o respeito à dignidade da pessoa humana, especialmente para com indivíduos mais vulneráveis.	Lucia <i>et al.</i> (2021); Bakar (2020) e Prince (2020)
	18. Respeita as diferenças culturais, facilitando as interações entre visitantes e residentes.	Rasethuntsa (2022) e Shi, Cai e Wolfe (2022)
	19. Tem domínio satisfatório da língua inglesa para o atendimento de turistas.	Castro e Oliveira (2022) e Vieira <i>et al.</i> (2021)
	20. Tem domínio satisfatório da língua espanhola para o atendimento de turistas.	Castro e Oliveira (2022) e Vieira <i>et al.</i> (2021)
	21. Tem domínio satisfatório da língua francesa para o atendimento de turistas.	Castro e Oliveira (2022) e Vieira <i>et al.</i> (2021)
	22. Implementa práticas sustentáveis com eficácia em processos produtivos turísticos.	Gavinolla <i>et al.</i> (2023); Farsari (2022); Zhang e Tavitiyaman (2022); e Rigoldi <i>et al.</i> (2020)
	23. Utiliza novas tecnologias sem embaraço para atender as demandas da empresa, instituição ou de sua atividade autônoma.	Bahcelerli e Altynay (2023) e Rasethuntsa (2022)
	24. Trabalha em grupo com senso de coletividade, mantendo foco nos resultados almejados pela organização, projeto ou negócio.	Bahcelerli e Altynay (2023)
	25. Aspira empreender com planejamento e responsabilidade, visando atuar autonomamente ou ter um negócio próprio.	Ramakrishnan e Macaveiu (2019); Ndou, Mele e Del Vecchio (2019) e Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023)
	26. Gerencia negócios com excelência, dominando aspectos comerciais, financeiros e de gestão de pessoas.	Rasethuntsa (2022)

27. Apresenta ideias criativas de execução viável para resolução de problemas e melhoria de serviços e produtos.

Seyitoglu *et al.* (2022) e Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020)

28. Detém conhecimentos jurídicos aplicáveis ao setor, conduzindo negócios conforme as normas, evitando situações problemáticas.

Rigoldi *et al.* (2020)

Fonte: Elaborado pelo autor.

Demonstrado como se deu construção dos questionamentos, calha comentar sobre a última classe de questões deste questionário, a qual foi voltada para a investigação da opinião dos participantes quanto à importância de determinadas competências para a atuação no mercado turístico amapaense – como forma de complementar os resultados sobre esse mesmo assunto colhidos nas entrevistas. Para a elaboração desta fase, considerou-se um apontamento realizado na qualificação do projeto de pesquisa, como já relatado (p. 94), adotando-se, a partir disso, a metodologia de Brandão e Bahry (2014), pois segundo os autores:

A descrição de uma competência, portanto, deve representar um *desempenho* ou *comportamento* esperado, indicando o que o profissional deve ser capaz de fazer. Esse comportamento deve ser descrito utilizando-se um verbo e um objetivo de ação. A ele pode ser acrescido, sempre que possível e conveniente, uma *condição* na qual se espera que o desempenho ocorra. Pode incluir, ainda, um *critério* que indique um padrão de qualidade considerado satisfatório [...] (Brandão e Bahry, 2014, p. 183).

Brandão e Bahry (2014) também recomendam uma fase preliminar no mapeamento de competências: primeiramente com a realização de entrevistas e análises documentais (missão, valores, visão de futuro, etc.) na instituição investigada, a fim de conhecer as competências previamente exigidas nesse ambiente. Posteriormente, essas competências são detalhadas, conforme orientado na citação acima; para, ao cabo, serem mensuradas de forma quantitativa, por meio de questionários, quanto à sua relevância para o contexto analisado.

Na presente pesquisa, somente se diferencia dessa sistemática a averiguação prévia de competências, que seu deu por meio dos achados bibliométricos, os quais indicam tendências em nível internacional para o setor turístico.

Agora, demonstrando estas recomendações, uma descrição precisa de competência deve possuir a seguinte estruturação (Quadro 14):

Quadro 14 - Exemplos de descrições de competências

Comportamento (verbo + objeto da ação)	Critério	Condição
Realiza análises financeiras	com acurácia	utilizando diferentes modelos para estimar o retorno de investimentos
Atende aos cidadãos (usuários do serviço público)	com presteza e cordialidade	levando em consideração as suas expectativas e necessidades

Fonte: Brandão e Bahry (2014, p. 183)

Como mencionado, as competências listadas nas referidas questões não foram justamente aquelas encontradas nas análises bibliométricas (empreender, trabalhar em grupo, dominar recursos tecnológicos, etc). Optou-se por isso, na medida em que, as competências a serem mensuradas dizem respeito ao cenário turístico em geral, sendo aplicáveis em variadas territorialidades.

Assim, os achados bibliométricos sobre competências foram tratados como “Núcleo” das descrições apropriadas para o contexto turístico. Compreendeu-se, ainda, que o “Critério” transparece uma atuação desejável, de modo que, este trecho, foi renomeado para “Critério de atuação”. Por sua vez, o último trecho, passou a descrever uma “Condição” ou um “Cenário”. Destarte, traz-se no Quadro 15 abaixo alguns exemplos destas descrições:

Quadro 15 - Descrição de competências para o contexto turístico

Núcleo	Comportamento (verbo + objeto da ação)	Critério de atuação	Condição ou cenário
Sustentabilidade (Gavinolla <i>et al.</i> , 2023)	Implementa práticas sustentáveis	com eficácia	em processos produtivos turísticos
Habilidades Interculturais (Shi, Cai e Wolfe, 2022)	Respeita as diferenças culturais	facilitando	as interações entre visitantes e residentes
Trabalho em grupo (Bahçelerli e Altınyay, 2023)	Trabalha em grupo	com senso de coletividade	mantendo foco nos resultados almejados pela organização ou projeto

Fonte: Adaptado de Brandão e Bahry (2014)

Por fim, destaca-se que os instrumentos de pesquisa (roteiros de entrevista e questionários) foram submetidos à aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CEP/UFRRJ), por meio da Plataforma Brasil. A aprovação da pesquisa ocorreu no dia 17 de outubro de 2024, pelo parecer 7.166.282. A pesquisa está sob registro CAAE (Certificado de Apresentação de Apreciação Ética) 82529324.2.0000.0311, junto ao CONEP (Comissão Nacional de Ética em Pesquisa).

3.3. Tratamento e Análise de Dados

3.3.1. Resultados da abordagem qualitativa

Em prosseguimento, convém estabelecer que o procedimento de exame dos dados obtidos pela abordagem qualitativa ocorreu por meio do processo de Análise de Conteúdo, proposto por Bardin (2016), o qual contém as seguintes etapas: i) a pré-análise; ii) a exploração e o tratamento do material; e iii) a interpretação dos resultados, suas inferências e interpretações. Tais etapas constituem uma forma sistemática de análise de discursos, mensagens e dados – inclusive não-verbais –, que trazem o devido rigor para uma compreensão crítica das respostas apresentadas por meio das indagações dos roteiros de entrevista – o que pode incluir “significações explícitas ou subentendidas” (Sousa e Santos, 2020).

Esmiuçando as etapas acima enumeradas, operou-se:

- i) a *pré-análise*, a partir da organização do material coletado nas entrevistas, o que tornou possível realizar uma i.i) *leitura flutuante*, tendo-se as primeiras impressões sobre o material, sem perder de vista os resultados desejados, previamente estabelecidos, e as teorias que balizaram a fundamentação da pesquisa. Uma vez vienciada a viabilidade analítica e a pertinência dos achados foi possível i.ii) a escolha dos documentos, constituindo-se o *corpus*; e i.iii) a *preparação do material*, a qual se deu com a transcrição automatizada das gravações das entrevistas, com o uso do software Google *Colaboratory*, as quais foram feitas com auxílio de um aparelho celular. Nesta fase, nem todos os preceitos propostos por Bardin (2016) foram empregados, tal como a “formulação de hipóteses e objetivos”, já que estas definições puderam ser estabelecidas previamente na estruturação da pesquisa;
- ii) a *exploração e o tratamento do material*, com a sua ii.i) *codificação*, que transmuta dados brutos em dados sistematicamente organizados; o que perpassa pela ii.i.i) *definição de unidades de registro* (palavras, temas, objetos, personagens, acontecimentos ou documentos). Estas unidades devem estar inseridas em ii.i.ii) *unidades contexto*, permitindo a compreensão de seus verdadeiros sentidos. A *exploração* requer também a ii.ii)

categorização, que se dá por um ii.ii.i) *inventário* que consiste no isolamento dos dados e pelo estabelecimento de diferenciações entre estes, seguido de sua ii.ii.ii) *classificação*, constituindo agrupamentos de gêneros definidos, a partir dos eixos teóricos da pesquisa; e

- iii) a *interpretação dos resultados*, buscando-se vislumbrar a satisfação dos objetivos da pesquisa, tanto para fins teóricos quanto pragmáticos. A reflexão e a análise crítica em torno das mensagens colhidas conduziram à inferência de suas significações para o direcionamento da construção da proposta de um curso de turismo – ao passo que, no percurso destes trabalhos, compreendeu-se que, ao mesmo tempo em que se investiga, se propõe e se convida à contribuição.

Estipulou-se, pela Análise de Bardin, que na etapa de Codificação, a definição das unidades de registro se daria por temas e a enumeração por frequência, distribuídas em categorias e subcategorias, quando possível. Já na etapa de Categorização, convém esclarecer que a maior parte desta se deu *a posteriori*, somente as categorias que dizem respeito ao eixo temático das Competências foram estabelecidas *a priori*, em função da fundamentação teórica. Sendo considerada toda a amplitude dos conteúdos das entrevistas para demonstração dos cenários que se pretendia sondar, culminando na construção dos resultados propostos.

Para que estas informações pudessem ter a sua aplicabilidade maximizada em termos de gestão, outro aspecto metodológico de análise de resultados veio a calhar para o material qualitativo. A intenção foi propiciar uma forma de análise estratégica destes resultados, momento em que foram inter-relacionados e sistematizados em uma Matriz, ou Análise, SWOT³⁴, complementada por uma

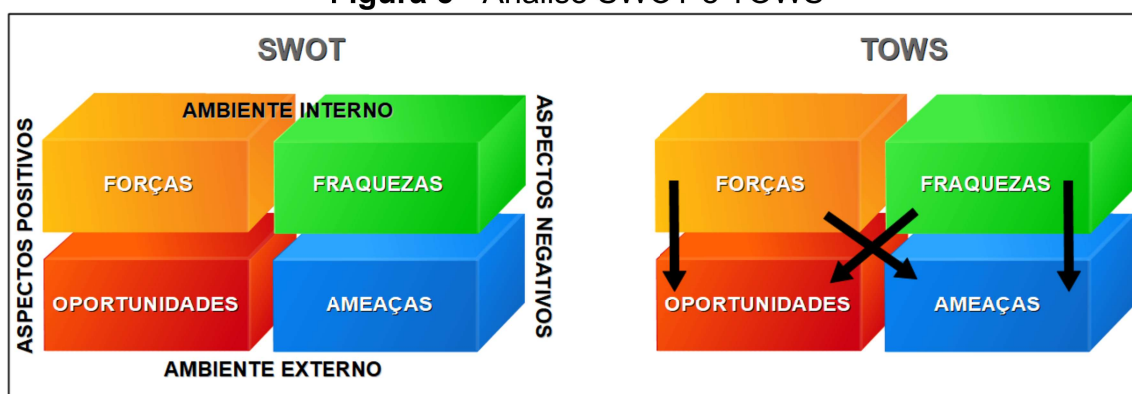
³⁴Esta popular técnica de análise estratégica não tem uma origem bem definida, acredita-se que tenha surgido na Universidade de Stanford na década de 1960, em um trabalho de vários professores que avaliaram as 500 maiores empresas dos Estados Unidos (Nakagawa, s.d.). A sigla S.W.O.T. quer dizer: *Strengths* (pontos fortes), *Weaknesses* (pontos fracos), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças).

Matriz, ou Análise, TOWS³⁵. A exemplo do proposto por Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan (2023):

A análise TOWS facilita a correspondência cruzada entre os quadrantes da SWOT. Existem quatro tipos: Força – Oportunidade (SO), Força – Ameaça (ST), Fraqueza – Oportunidade (WO) e Fraqueza – Ameaça (WT). O objetivo da matriz é minimizar os efeitos dos pontos fracos e das ameaças e, ao mesmo tempo, maximizar o impacto dos pontos fortes e das oportunidades.

Isto posto, ao se compreender que a Análise SWOT, basicamente, descreve um cenário, enquanto a TOWS indica o que fazer nesse panorama (ver Figura 5), foi propício inserir esta etapa no Produto Tecnológico. Isto visa uma abordagem em termos de gestão, para fins de avaliação do cenário amapaense, constituindo um ponto de partida para um plano estratégico de ação para a possível tomada de decisão em torno da criação e implementação do curso de turismo. O que se fez possível identificando (SWOT) e articulando (TOWS) os pontos fortes e fracos, bem como as oportunidades e as ameaças, descobertos nos debates e discussões.

Figura 5 - Análise SWOT e TOWS



Fonte: Elaborado pelo autor.

³⁵Por seu turno, a Análise TOWS ou “SWOT Cruzada” costuma ser creditada a Heinz Weihrich (1982), sendo considerada uma evolução da SWOT ao propor avaliações de cenários mais precisas e direcionadas, além de trazer um método para o estabelecimento de táticas de ação e planos de contingência (Paz-de-Souza *et al.*, 2019).

3.3.2. Resultados da abordagem quantitativa

Por outro lado, ao realizar a análise do ambiente IFAP a abordagem quantitativa foi prospectada. O intuito foi propor uma perspectiva descritiva, a qual requereu, por meio do uso de dados numéricos, a utilização de uma estatística descritiva (Singleton Jr. e Straits, 2010): média ponderada – maiores detalhes estarão no tópico de Resultados. Esta técnica possibilitou a demonstração dos resultados por meio de métricas próprias para exposição de resultados da escala Likert, definido como *score*.

Desta forma, foi possível elaborar uma espécie de ranking de competências, a serem trabalhadas prioritariamente na formação de egressos, compondo um perfil desejável destas. E, para fins de análise, a partir das classificações propostas nos marcos teóricos, também foi possível realizar uma espécie de estratificação, permitindo vislumbrar as competências inseridas em categorias, quais sejam: *Hard Skills*, *Soft Skills* e Competências Mistas.

3.4. Limitações dos métodos selecionados para a pesquisa

Do ponto de vista prático, observou-se uma dificuldade para encontrar espaços nas agendas dos entrevistados, pois muitos estavam em viagem ou sem tempo. Algo compreensível, uma vez que foram escolhidas pessoas que estavam à frente de entidades, órgãos, empresas e projetos. Além disso, se notou a realização de muitos eventos dos setores do turismo pelo Brasil – alguns no próprio estado do Amapá. Perspectivas essas que geraram entraves ao desenvolvimento das entrevistas.

A aplicação dos questionários online também revelou limitações, na medida em que o canal de contato com os servidores, isto é, o e-mail institucional, aparentemente limitou os resultados. Talvez não seja costume de muitos servidores conferir as caixas de entrada de seus e-mails. Por isso, o pedido foi reforçado no grupo de WhatsApp dos servidores do IFAP; e, ainda assim, não se atingiu o número de respondentes que se esperava. Todavia, isso pode ser explicado pelo fato de alguns servidores estarem de férias ou de licença, não terem mais vínculo com o IFAP ou, ainda, pela possibilidade de estarem demais atarefados no período

de aplicação.

Por outro lado, sob o aspecto estritamente metodológico, a amostragem definida para a abordagem quantitativa (não probabilística intencional) não permitiu generalizações sobre o objeto e as temáticas investigados. Essa é, sem dúvidas, uma limitação do estudo, haja vista que, principalmente, a avaliação das competências elaboradas poderia ter sido estendida aos profissionais do setor turístico de forma ampla, e não somente aos servidores do IFAP interessados em turismo. Ainda assim, foi possível alcançar, por meio dessa amostra, uma melhor compreensão do contexto do IFAP, que era exatamente o universo definido pra este instrumento quantitativo. Por se tratar de uma investigação eminentemente exploratória, na qual ainda não se tinha uma base sólida e definida, abriu-se caminho para estudos posteriores mais aprofundados (Creswell, 2007). Desse modo, o número de participantes não se apresenta como uma questão crucial a ponto de invalidar os resultados e discussões aqui propostos – somente representa um resultado restrito.

3.5. Produto Técnico-Tecnológico (PTT)

Dadas as pretensões desta pesquisa, convencionou-se que esta poderia se desdobrar em um PTT do tipo Relatório Técnico Conclusivo (RTC), uma vez que este se apresenta como um:

[...] Texto elaborado de maneira concisa, contendo informações sobre o projeto/atividade realizado, desde seu planejamento até as conclusões. Indica em seu conteúdo a relevância dos resultados e conclusão em termos de impacto social e/ou econômico e a aplicação do conhecimento produzido (CAPES, 2019, p. 52).

O RTC, oriundo da presente pesquisa, foi constituído como um documento que traz informações levantadas de maneira sistemática, fundamentada e participativa. Ele poderá nortear a oferta educacional no segmento turístico, que tem recebido pouca atenção em termos de gestão e capacitação profissional, no contexto amapaense. Logo, este PTT apresenta resultados que poderão, futuramente, auxiliar a constituição do PPC de turismo. Assim, este RTC vem sugerir diretrizes para a criação do curso, as quais foram elaboradas a partir de um caminho

teórico-metodológico balizado por tendências atuais e emergentes.

Como evidenciado por Neves e Pinto (2019), não se encontra na legislação pátria uma norma legal que abarque todos os debates, análises e providências a serem tomadas para se propor uma oferta educativa. Assim, o presente estudo, que não pretende exaurir tais exigências, traz uma contribuição oportuna, oriunda de discursos mais atuais e enfáticos³⁶.

Isto posto, o debate em torno da necessidade de criteriosidade e de seriedade para a criação de cursos de turismo tem sido proposto há algum tempo (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019). No entanto, poucas proposições são trazidas, em termos práticos, para se alcançar um caminho para a evolução. Por essa perspectiva, a estruturação desse RTC considera aspectos como: contexto em que esse produto se apresenta; diagnóstico; desenvolvimento da proposta; aderência; impacto; aplicabilidade; inovação; e complexidade.

Do ponto de vista do contexto, a criação de um curso de turismo deve ser vista como fator preponderante para o aprimoramento da Cadeia Produtiva Turística (CPT) amapaense, cuja oferta é composta por atrativos culturais e naturais. Além disso, a oferta amapaense dispõe de pontos turísticos singulares e emblemáticos, que oportunizam contatos singulares com a natureza, a cultura e a história. Assim, para balizar esta proposta, averiguou-se a relevância econômica e as carências da CPT supracitada; somando-se a isso, a busca das tendências acadêmicas, mercadológicas e curriculares para caracterização do curso. O que conduziu ao diagnóstico e desenvolvimento deste PTT pelo seguinte processo:

- *Análises Bibliométricas*: realizadas no *Scopus*, a partir da temporalidade de 2019 a 2023, a quais intencionaram o fortalecimento dos discursos teóricos que sustentariam as bases dessa dissertação. Desse modo, expuseram estudos que trataram de temáticas preponderantes – “Turismo e Desenvolvimento Regional”, “Educação Superior em Turismo” e “Atuação Profissional no Mercado Turístico”. Este cenário analítico possibilitou um embasamento teórico alinhado aos preceitos necessários para a construção

³⁶Tais como: Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023), Bahceleri e Altınyay (2023), Simsek e Kalıpcı (2023), Bernardi (2022), Farsari (2022), Shi, Cai e Wolfe (2022), Xu *et al.* (2022), Zhang e Tavitiyaman (2022), Al-Romeedy, Moosa e Elbaz (2020), Booyens (2020), Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020), Lucia *et al.* (2021), Ndou, Mele e Del Vecchio (2019), Qian, Law e Li (2019), Ramakrishnan e Macaveiu (2019) e Thapa (2019).

- de uma proposta que contribua nas dimensões sociais, ambientais e culturais.
- *Procedimento Metodológico*: balizado por uma abordagem quali-quantitativa, foram realizadas entrevistas com 11 partícipes da CPT investigada, intencionando compreender seus pontos de vistas sobre a relevância do turismo amapaense e as perspectivas de atuação de novos profissionais. Concomitante, ocorreram as aplicações de questionários a 20 servidores do IFAP – envolvidos pela temática do turismo na instituição, a partir da realização de cursos de formação inicial e continuada – com o intuito de conhecer suas opiniões sobre uma proposta de criação de um curso superior em turismo no IFAP e de avaliarem as competências necessárias aos egressos deste curso. Ambas abordagens trouxeram a lume opiniões que espelharam a realidade local acerca do mercado turístico, da articulação e integração do *trade*, da atuação dos entes públicos, dos setores de atuação e das competências exigidas aos profissionais. Ademais, para confirmação dos apontamentos colhidos foram buscadas outras fontes de informação (Novo CAGED, CADASTUR, SETUR/AP, MACAPATUR, e-MEC, notícias, etc.).
 - *Análise e Construção de Resultados*: em uma terceira etapa, os resultados das entrevistas foram dispostos com o auxílio da Análise de Conteúdo embasada de Bardin. Já os dados oriundos dos questionários, receberam uma estatística descritiva. A partir disso, juntamente aos pressupostos teóricos observados pela condução das análises bibliométricas, a elaboração deste PTT – que propõe a criação de um curso superior em turismo no IFAP – fora alicerçada.

Ao discutir sua aderência, este RTC se vincula à seguinte área de avaliação da CAPES: “Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo”, especificamente: Administração Pública (60202009), Organizações Públicas (60202025) e Turismo (61300004). Em função disso, a presente dissertação está em sintonia com a área de concentração – “Gestão da Inovação, Mercados e Políticas Públicas” – do PPGE (Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia), ao passo que coaduna pressupostos teóricos, a fim de propor uma abordagem inovadora para construção de uma oferta educacional, interligando gestão

estratégica, educação e turismo. Desse modo, seu impacto pode ser compreendido sob os vieses acadêmico, prático, societal e político.

Pelo viés acadêmico, o impacto do RTC se dá pela combinação dos resultados destacados, não só pelas bibliometrias, como também por aqueles obtidos com a pesquisa de campo desta dissertação. A partir dessas intersecções, esta pesquisa oferece um arcabouço teórico-metodológico para a constituição de um curso superior de turismo, que leva em consideração os *stakeholders* turísticos como fonte de informação vital para avaliação das necessidades sociais, culturais, ambientais, econômicas e políticas de sua CPT. Prerrogativa essa que delinea competências e habilidades a serem tratadas pelas disciplinas estruturantes do curso indicado.

Do ponto de vista prático, esse modelo poderá ser adotado de forma gerencial, para avaliações diversas em torno de ofertas educacionais e, especificamente pelo IFAP, a fim de planejar a estruturação de uma oferta pedagógica em turismo. Pelo viés societal, esta pesquisa traz a luz sobre a importância de um debate em prol do desenvolvimento de um turismo que contribua com a emancipação econômica do Amapá em relação à Administração Pública, com avanços sociais e preservação cultural de comunidades tradicionais.

Por fim, no aspecto político, a participação de entrevistados advindos de entidades representativas da CPT possibilitou que estes expressassem suas avaliações em torno da atuação do Poder Público quanto ao turismo. Deste modo, se pôde perceber a falta da governança participativa; além de equívocos estratégicos em torno do foco dado aos investimentos ligados ao setor.

A partir dessas considerações, sobre o impacto deste PTT, ao utilizar a Calculadora de Valoração de PTT “ESPM”³⁷, este produto atingiu (Número do Processo: 512023002973-4) uma pontuação de 83,33 e uma classificação TA2³⁸.

Acerca de sua aplicabilidade, está situada na área da gestão estratégica em termos educacionais e institucionais. Nesse quesito, o Grupo de Trabalho de

³⁷Elaborada pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), conforme as premissas do relatório do GT-PT/2019, considera graus de impacto, aplicabilidade, inovação e complexidade para atribuir nota e classificar o PTT. Ver: <<https://calculadoraptt.com.br/>>.

³⁸Com esta pontuação e classificação o PTT apresenta: Impacto realizado = Médio, Impacto Potencial = Alto, Aplicabilidade realizada = Média, Aplicabilidade Potencial = Alta, Replicabilidade = Alta, Inovação = Média e Complexidade = Alta.

Produção Técnica criado pela CAPES (GT-PT/2019) determina três nuances: i) “aplicabilidade realizada” que no momento é restrita, pois o estudo vem se apresentar em um quadro hipotético de criação de curso superior em turismo. Todavia, suas características lhe dão uma ii) “aplicabilidade potencial” alta, pois poderá ser adotado como modelo para a criação do referido curso, já que se observou que a instituição tem interesse em atuar no turismo, enquanto área de formação superior. Quanto à iii) “replicabilidade”, é igualmente alta, pois aplicando-se a metodologia em outros contextos é possível que apresente semelhante eficácia para revelar os cenários a serem conhecidos para uma decisão sobre ofertas educacionais.

Não obstante, seu caráter inovador pode ser considerado mediano, pois combinou conhecimentos preestabelecidos (CAPES, 2019). Por outro lado, o nível maturidade tecnológica é visto como acentuado, pois a pesquisa de campo – por meio da realização de entrevistas e da aplicação de questionários – foi realizada em ambientes relevantes, que representaram condições prévias reais no que diz respeito à participação das partes interessadas na construção de um curso. De tal modo, pela definição *Technology Readiness Level* (TRL) – escala utilizada para avaliação no nível de maturidade de tecnologias³⁹ – este PTT pode ser classificado no nível TRL 6⁴⁰, estando apto a ser implementado em um ambiente operacional.

Por fim, no tocante a sua complexidade, foi compreendida como elevada em função da combinação de fontes de informações qualitativas, complementadas por um levantamento quantitativo. O que redundou em resultados extensos – apropriados ao caráter exploratório-descritivo –, cujas ponderações propiciaram um aprofundamento teórico-metodológico sobre as análises necessárias à criação de uma oferta educativa. Logo, uma das entregas deste produto pretende contribuir com o desenvolvimento de uma matriz curricular, que não só contemple o mercado de atuação e suas competências, mas também mecanismos educacionais que

³⁹Ver: <[https://fiemglab.com.br/technology-readness-level/#:~:text=Technology%20Readiness%20Level%20\(TRL\)%20%C3%A9,opera%C3%A7%C3%B5es%20de%20miss%C3%A3o%20bem%20sucedidas](https://fiemglab.com.br/technology-readness-level/#:~:text=Technology%20Readiness%20Level%20(TRL)%20%C3%A9,opera%C3%A7%C3%B5es%20de%20miss%C3%A3o%20bem%20sucedidas)>.

⁴⁰TRL 6: Modelo de sistema ou demonstração de protótipo em um “ambiente relevante”, isto é, muito próximo ao real. Nesse nível, se avalia se a tecnologia está apta a ser utilizada em um evento real. No caso deste RTC, sua elaboração se deu junto ao *trade* turístico, representantes de entes públicos e do próprio IFAP, de tal forma que se pode entender que se tratou de uma coleta de opiniões muito aproximada aos moldes do que se deve realizar – um evento real de criação de curso.

sejam elaborados de maneira participativa e inclusiva, considerando as carências do mercado turístico amapaense. Com essas importantes colocações, ao fim, a estrutura do relatório técnico conclusivo terá:

- Classificação e caracterização do produto, contendo: título, autores (discente e orientador), finalidade, linha de pesquisa, vínculo institucional, etc.;
- Relatório técnico conclusivo: Construção de uma Proposta de Curso Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá (IFAP), constituído pelo estabelecimento de diretrizes estratégicas para o seu processo de formação final futuramente.

4. DISCUSSÕES E RESULTADOS

Neste tópico são tecidos comentários sobre os resultados obtidos, tanto pela abordagem qualitativa (entrevistas) quanto pela quantitativa (questionário), alinhando-os com os alicerces teóricos estabelecidos previamente. Além disso, se apresentam outros resultados (documentais, dados oficiais e notícias) que enriqueceram e trouxeram dinamismo e fluidez à leitura. Tais resultados foram sistematicamente organizados para a concretização dos objetivos desta dissertação.

Das entrevistas foram destacados os eixos temáticos, o perfil dos entrevistados e determinadas perguntas a eles direcionadas. Nem todas as perguntas e respostas foram trabalhadas nessa fase, mas somente aquelas em que se observou uma relevância crítica e de informações aptas ao debate, sem saturá-lo. Todavia, o conteúdo como um todo foi considerado na análise de conteúdo, que constitui a penúltima fase da análise qualitativa; vindo, logo após, a análise estratégica de resultados.

Quanto aos resultados dos questionários aplicados aos servidores do IFAP, optou-se pela demonstração dos resultados em *scores*, seguidos de comentários sobre o que se pôde concluir sobre os dados resultantes de cada indagação.

4.1. Entrevistas com representantes do *Trade* Turístico amapaense

Estas entrevistas tiveram como objetivo conhecer o cenário atual e as perspectivas em relação ao turismo amapaense para, a partir disso, compreender a importância dada à formação superior em turismo e ao aperfeiçoamento profissional pelos representantes do *trade* turístico.

4.1.1. Entrevistado(a) “Samaúma”

Da CPT (Cadeia Produtiva do Turismo), o(a) primeiro(a) entrevistado(a) representou a categoria dos guias de turismo, denominando-se como Samaúma – uma frondosa árvore encontrada na Amazônia, capaz de chegar a 70 metros de altura e de viver por até 120 anos (Pinheiro, 2021). Este participante declarou atuar há 20 anos no turismo amapaense, possuir graduação em turismo (bacharel) e ter

experiência nos setores de hotelaria, eventos, instrução profissional, além de ser um(a) guia de turismo bastante atuante.

Iniciando a entrevista, pelo eixo Turismo e Desenvolvimento Regional, Samaúma foi indagado sobre a viabilidade do turismo enquanto opção para o desenvolvimento do Amapá. Obteve-se, em resumo, a seguinte resposta⁴¹:

Com certeza. Sim, com certeza, porque o Amapá primeiramente é o estado mais preservado e conservado da Amazônia, [...] e o estado por ser o estado mais preservado e conservado da Amazônia e do Brasil, ele tem lugares lindos, tem uma potencialidade turística muito grande, lugares ainda que foram pouco explorados e lugares que não foram nem explorados ainda. Só que o turismo “pode” ser, mas tem que ser também uma prioridade de governo, tem que ser uma prioridade de governo, por que esses atrativos turísticos têm acesso facilitado? Muitas vezes não tem estradas pavimentadas, sinalizadas. Então, têm algumas etapas a serem cumpridas para poder conseguir realmente esse pleno desenvolvimento através do turismo, mas que é possível é, com certeza.

A opinião de Samaúma corroborou Almeida *et al.* (2022), autores que destacaram a vocação amapaense para o ecoturismo e apontaram, como entraves, a falta de estruturas mínimas de acesso aos atrativos, a ausência divulgação dos diferenciais do estado e a inexistência de planos de manejo das unidades de conservação, requisito para esse tipo de turismo nesses ambientes, dentre outros fatores. Também enfatizaram a necessidade de maior atuação dos setores públicos para o desenvolvimento do turismo na região, o que leva ao relato da segunda pergunta sobre a atuação dos governos locais que, nas palavras de Samaúma:

Eu, particularmente, vejo assim: que hoje, hoje, já tem algum tempo já, que o governo do estado do Amapá tem muito se usado do termo “turismo”, mas tem pouco realmente investido no setor. O atual governo até que tem feito alguns investimentos, tem alguns pontos turísticos que estão em revitalização, como a Fortaleza São José de Macapá, o Museu Sacaca, mas ainda é muito pouco pela quantidade de investimento que o governo do estado tem, que pode investir e não faz, então falta realmente o turismo ser prioridade para o governo.

[...]

A gente está cansado, está cansado, eu que já estou 20 anos já militando pelo turismo, a gente está cansado de muitas promessas não cumpridas

[...]

Nós vamos ter agora, daqui a dois dias, o Equinócio. Não está sendo divulgado nada, saiu uma matéria ontem sobre Equinócio, mas não teve nenhum diálogo nem com o sindicato, que sempre eles contratam os guias

⁴¹As falas dos entrevistados serão apresentadas em *italico* para que tenham destaque. No capítulo 5. ELABORAÇÃO DO PRODUTO TECNOLÓGICO – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO (p. 169), também será empregada essa opção para fins estéticos.

de turismo, porque não tem guia de turismo trabalhando nos pontos turísticos, já é uma luta do sindicato de profissionalizar o atendimento nos pontos turísticos [...] e também profissionalizar o atendimento nos pontos turísticos, que é uma luta do sindicato que ainda não conseguimos nem com o governo do estado, nem com a prefeitura municipal de Macapá [...].

A atuação dos governos locais é, de fato, um dos principais pontos de interesse das pesquisas sobre o tema “Turismo e Desenvolvimento Regional” na atualidade (Maráková; Dzúriková, 2022). Isto porque a atuação do setor público em prol do turismo deve ser preponderante e é justificável, ou melhor exigível, tendo em vista os inúmeros benefícios da atividade para a coletividade. Porém, mesmo em nível federal, a atividade ainda não recebe o devido zelo estratégico – apesar de muito utilizada nas peças publicitárias – algo que se reflete também na iniciativa privada (Coutinho *et al.*, 2024). Portanto, a realidade revelada por Samaúma não é exclusiva do estado Amapá.

Questionado sobre a integração e a articulação entre as esferas pública, privada e a sociedade em geral em prol do setor, Samaúma expôs que:

Praticamente não existe um trabalho integrado, cada um defendendo seus interesses, a gente tenta fazer algo integrado, como já tentamos algumas vezes via sindicato. Eu procuro ter essa visão: enquanto a gente não se unir muita coisa não vai avançar, e até o poder público não vai respeitar a gente como deveria respeitar [...].

A governança turística é uma política de primeira ordem para um local que almeja se consolidar como destino turístico, sem a sua implementação não é possível a convergência e a colaboração entre os atores do setor, o que acaba atrasando e mitigando resultados positivos e o amadurecimento da oferta turística (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022). Inclusive, em resposta à quarta pergunta sobre quais ações empresas e governos poderiam realizar para alavancar o turismo, Samaúma trouxe um reflexo disso na prática:

Tem várias, tem a questão, por exemplo, nós como guia de turismo, vou colocar um de nós, a gente tem parceria com alguns hotéis, mas o melhor hotel que a gente considera, um dos melhores hotéis da orla, para não falar muito do hotel, hoje a gente não tem cartão lá, não tem material das agências divulgando as belezas da Amapá na recepção ou em qualquer local, é guardado numa gaveta na recepção e se o turista for lá perguntar, aí eles vão lá e dão material às vezes, e dão a informação. Então, a gente precisa avançar e essa é uma das coisas que a gente precisa avançar, que

os hotéis todos tenham espaço para cartões de guias de turismo, para panfleto das agências, para material promocional, como existe nas cidades turísticas.

Diante desse relato, se reforça a necessidade de evolução e aprimoramento do setor, a partir de mecanismos de integração e cooperação entre seus diversos ramos locais, o que vem caracterizar efetivamente a existência de um APL (Arranjo Produtivo Local), segundo Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer (2024).

No entanto, isso não desqualifica o Amapá como uma opção de turismo na Amazônia, ou seja, um destino turístico de fato, pois é observada a consolidação de uma série de serviços e atrativos ofertados, tanto pela esfera privada quanto pela pública, tais como: meios de hospedagem, uma rica gastronomia, passeios, museus, parques e outros locais para visitação, etc. O somatório destas opções, segundo Beltramo, Peira e Bonadonna (2021), caracterizariam um lugar como destino turístico.

Em se tratando ds competências necessárias para se destacar como profissional, Samaúma opinou o seguinte:

Então, tem que ser dinâmico, tem que estar atualizado, tem que estar informado, bem-informado,   uma competência que requer o profissional da área de turismo, ele está atualizado porque tem normativas, tem leis que mudam, então, inclusive as leis agora dos setores de turismo foram reformuladas, a pessoa tem que estar por dentro, por dentro, e até mesmo para a elaboração de projetos. Tem que ser uma pessoa comunicativa, eu acho que é interessante ser comunicativo, uma pessoa que saiba ouvir também.

Neste posicionamento, Samaúma menciona variáveis ligadas tanto às *Hards Skills* quanto às *Soft Skills*. O que fica claro, a partir de seu posicionamento, é que o domínio do conhecimento é algo a ser desenvolvido pela formação acadêmica e pela contínua capacitação profissional, especialmente, em se tratando de normas específicas do setor. Por outro lado, a habilidade comunicativa, apesar de também poder ser aprimorada, tende a fluir como uma competência pessoal, sobretudo quanto ao “saber ouvir”, exatamente como explicado por Xu *et al.* (2022).

4.1.2. Entrevistado(a) “Amazônida do Meio do Mundo”

Amazônida do Meio do Mundo é bacharel em turismo, com experiência de mais de dez anos na área de planejamento turístico, com foco em turismo ambiental. Seu convite se deu por sua ligação a uma entidade representativa dos profissionais de turismo, a qual recebeu o pseudônimo de “Latitude 0°”.

Questionado(a) sobre a articulação e integração entre os atores que fazem a operacionalização do turismo no Amapá, Amazônida do Meio do Mundo trouxe esta realidade:

Olha, ainda falta um pouco mais de integração, já tem existido, né? A FECOMÉRCIO junto com a SINDETUR, ela vem fazendo um trabalho bem próximo ao Governo do Estado e a sociedade civil, porque nós precisamos andar juntos, mas nós ainda temos muita dificuldade – eu não sei se isso vai ajudar muito – mas a questão do ego profissional, do Estado junto com a iniciativa privada, mais a sociedade civil, é um pouco complicado. Eu falo porque eu tenho às vezes essa dificuldade de conseguir algumas informações ou de avançar em determinados procedimentos em que eu preciso de celeridade, aí eu vou tendo um pouco dessa dificuldade, né? Aí os eventos que acontecem, as reuniões, nesse ano de 2024, a Latitude 0° pouco participou, pouco ficou próximo da interação Estado mais sociedade civil [...] mas eu percebo nos grupos também essa interação entre nós, que precisa ter, porque eu penso que quanto mais a gente tiver unido, cada um puder fazer o seu papel, o que você sabe realmente fazer, ajudando o próximo, a gente avança muito mais. Com o pouquinho que a gente já conseguiu nesses últimos três anos, a gente já conseguiu avançar, imagina se tivéssemos mais interligados, né? Imagina o que a gente já acontece, mas ainda é... passos de lentos, eu penso, é bem... poderia ser mais, mais envolvendo, poderia estar envolvendo mais o trade, que a gente fala.

Apesar disso, durante esta pesquisa foi noticiada a criação do “Núcleo de Gestão do Turismo” pela Secretaria de Turismo do Amapá (SETUR/AP). O anúncio ocorreu no evento “Jornada MAPTUR”, onde se debateu e apresentou o Mapa Estratégico para Gestão do Turismo (Amapá, 2025). Segundo informações da Agência Amapá (2025, p. 01), o “núcleo será formado por representantes do setor, responsáveis por levantar informações, mapear necessidades e auxiliar na execução do planejamento estratégico para impulsionar a atividade na região”.

Em função desta notícia, cabe retomar Minasi, Kaiser e Oliveira (2021), que em sua pesquisa perceberam que a simples existência de estruturas ou políticas organizacionais participativas não garante a representatividade dos anseios coletivos do setor. É preciso integrar a todos, não somente o setor privado, mas

também atores sociais, comunidades e representantes do povo. A escolha dos partícipes deve ocorrer de maneira democrática e imparcial, sem exclusões de cunho político-partidário; além disso, o ambiente de debate deve ser aberto a divergências, críticas e proposições.

Amazônida do Meio do Mundo ao afirmar que existe uma interação de outras instituições – como a FECOMÉRCIO⁴² e a SINDETUR⁴³ – com o Governo do Estado, mas não da entidade em que está inserida – “Latitude 0º” –, revelou uma abrangência limitada das ações governamentais de integração e articulação com o *trade*. Neste cenário, a Prefeitura Municipal de Macapá também pode ser incluída, uma vez que esta entidade pública sequer foi mencionada sobre essa questão.

A respeito das competências profissionais que considera importante, Amazônida do Meio do Mundo respondeu:

Olha, é a eloquência, a empatia, espírito de equipe, né? A gente precisa desenvolver essas habilidades para que a gente possa trabalhar em equipe, para trabalhar junto com a sociedade, e a empatia ela é muito significativa, porque você vai entender o que aquela comunidade precisa, como é que pode desenvolver, você tem que ter um tino de conhecimento da gestão pública mesmo, porque para entender todo o processo que acontece dentro da gestão pública, para que você possa trabalhar junto com a comunidade.

A partir desse discurso, é possível observar outro entrevistado apresentando um misto de competências, a partir de sua vivência profissional. Desta vez, nota-se a necessidade do conhecimento da “gestão pública” em ações de desenvolvimento de projetos de turismo ecológico e comunitário. A “empatia” como qualidade pessoal foi mencionada nesse processo, sendo imprescindível para que o interesse dos residentes seja considerado. Esse tipo competência, pessoal e humanística, foi ressaltada por Lucia *et al.* (2021) como algo a ser encorajado pelos educadores.

4.1.3. Entrevistado “Tarumã”

Este(a) entrevistado(a) optou pela nomenclatura “Tarumã”, em homenagem à música homônima de Amadeu Cavalcante, ícone amapaense. Trata-se do(a) administrador(a) de um perfil de rede social – existente desde 2021 e com mais de

⁴²Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Amapá.

⁴³Sindicato das Empresas de Turismo do Estado do Amapá.

50 mil seguidores – voltado para a divulgação das belezas do estado do Amapá. Pelo fato de o(a) entrevistado(a) ter citado o nome de sua página na entrevista, atribuiu-se a este perfil de rede social o pseudônimo de “Araguari”, rio amapaense que figura na narrativa da música supracitada.

Em relação ao turismo como propulsor de desenvolvimento no estado do Amapá, Tarumã opinou da seguinte forma:

Cara, com certeza, com certeza. [...] Eu acredito que o estado ele tem um potencial enorme. A gente é o estado mais preservado da região. Mas a gente precisa fazer com que isso traga um retorno financeiro. E o Amapá, ele tem lugares excelentes, ele tem uma história rica. A gente vê lugares bem mais novos que a gente, outros estados, outras cidades em que o turismo funciona bem melhor do que o que a gente tem no Amapá.

Neste ponto, Tarumã trouxe ao debate uma questão que afeta diretamente os amapaenses: o fato de o estado ser o mais preservado, mas não garantir emprego, renda e qualidade de vida para a população. Um comentário como este é, muitas vezes, interpretado como um discurso de antipreservação. No entanto, considerando que aqui já se compreendeu o conceito de sustentabilidade em toda a sua amplitude, não se aplica tal interpretação. Essa fala, na verdade, ressalta a necessidade de evolução do aspecto socioeconômico nessa territorialidade, por meio da geração de renda e emprego dignos para a população – algo que está alinhado às posições de Kronenberg e Fuchs (2022).

É claro que todo cuidado é necessário a partir do momento em que se nota um crescimento da atividade humana em ambientes naturais. Por isso, todo esforço deve ser empenhado para o estabelecimento de modalidades turísticas responsáveis e que estas sejam adequadamente executadas. Dentre as ideais para o contexto do Amapá estão: turismo criativo, turismo rural, turismo cultural e turismo ecológico, tal como propõem Castanho, Santos e Couto (2023), Oppliger e Oliveira (2022) e Beltramo, Peira e Bonadonna (2021).

Talvez a falta de priorização, direcionamento e criação de ofertas nessas modalidades faça com que o turismo no Amapá não seja tão consolidado como em outros destinos semelhantes⁴⁴, tal como apontou a fala de Tarumã.

⁴⁴Por exemplo, na região norte alguns estados possuem atrativos de turismo ecológico bem consolidados que, apesar dos desafios de acesso e distância comuns da região, mantém-se em destaque, tais como: Alter do Chão e Ilha do Marajó no Pará, Monte Roraima em Roraima, Jalapão

Ao encerrar a sua participação, Tarumã trouxe uma contribuição a respeito do Amapá ter que assumir e acreditar em sua identidade amazônica, considerando um erro estratégico não se trabalhar isso com mais afinco:

Acho que é acreditar no estado Amapá, cara. Acho que é acreditar no estado Amapá, acreditar no potencial, no desenvolvimento que a gente tem, no que a gente pode fazer. [...] E, assim, não é só a atenção do Poder Público, a atenção nossa também, a atenção na conscientização, de muitas vezes falar para a pessoa, em vez dela ir, como eu falei ainda há pouco, de ir visitar uma Salinas, de ir visitar Alter do Chão, de ir para o Nordeste, é de conhecer o nosso estado, porque o Amapá tem coisas muito bonitas. E as pessoas podem ver isso através do “Araguari”. [...] Quem vai visitar Amapá, o cara não quer saber de coisas megaestruturais. Ele quer viver a Amazônia, ele quer ver uma Samaúma, entendeu? Ele quer ver um boto, ele quer isso. Ele quer, muitas vezes, viver ali a Amazônia de fato. Porque Presidente Figueiredo é algo que as pessoas buscam tanto. Porque você vai para lá, você vive a Amazônia de fato, entendeu?

Dadas tais observações, cabe mencionar que os estudos de Castanho, Santos e Couto (2023) trouxeram uma estratégia de projetos-piloto que poderia ser empregada com a iniciativa e o fomento do Poder Público amapaense, possibilitando a criação de novas opções de atrativos de turismo ecológico no estado. Segundo estes autores, devem ser eleitos para este tipo de iniciativa projetos de pequenas e médias empresas que proponham planos de negócios baseados: no desenvolvimento sustentável; em princípios e práticas de inclusão e diversidade; conservação e proteção da cultura e do meio ambiente; e priorização da utilização de recursos endógenos.

É esse tipo de turismo que deve ser incentivado pelos investimentos estatais, pois tende a ser protagonizado pela própria população e pelos próprios profissionais de turismo locais, criando uma cultura de empreendedorismo e autonomia, como sugerem Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023), Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020) e Ndou, Mele e Del Vecchio (2019).

Para Tarumã, as competências mais importantes para um profissional do turismo são três:

Acho que, primeiro de tudo, o trato. Acho que o trato é o primeiro de tudo, cara. A forma como você recebe e trata o turista, acho que isso é primordial. O segundo é o conhecimento. Eu acho que, assim, passar esse conhecimento do que aconteceu até chegar aquele momento, porque

em Tocantins, Arquipélago Anavilhanas no Amazonas (UOL, 2024).

assim, as pessoas vão procurando cultura, mas elas vão procurando história também. Isso anda junto, né? [...] E o terceiro, cara, é você conhecer, de fato, do local onde você vai estar levando as pessoas e de como dar melhor forma à segurança para que você traga para aquelas pessoas uma tranquilidade de visitar aqueles lugares. Acho que é isso.

A primeira competência, descrita por Tarumã como “trato”, diz respeito à presteza e polidez no atendimento ao turista, algo destacado nos dizeres de Booyens (2020). A segunda competência, denominada “conhecimento”, que na fala de Tarumã ressalta aspectos culturais e históricos locais, pode ser ampliada também para o domínio de informações ambientais, sociais, econômicas e geográficas, o que deve ser considerado na construção de sugestões curriculares. Por fim, a terceira competência destacada pode ser traduzida pela palavra “responsabilidade”. Prerrogativa que vem a ser aplicada, sobretudo, nas tarefas dos guias de turismo e, sem sombra de dúvidas, nas dos gestores em turismo, que necessitam ponderar esse fator alusivo à segurança dos visitantes e dos visitados.

4.1.4. Entrevistado “Tucunaré”

Desde 2017 à frente de uma operadora de turismo que se destaca pela oferta de passeios e excursões de imersão ambiental e cultural na Amazônia amapaense, este partícipe é graduado em turismo desde 2008. Tucunaré contribuiu com sua vasta experiência oriunda tanto dos anos de atuação quanto mas da intensa atividade dos serviços turísticos que oferece.

Sobre as áreas de atuação do profissional graduado em turismo, Tucunaré pontuou:

Basicamente é o planejamento. Planejamento, execução de atividades e projetos, mas não aquela execução do guia levando o turista, não é esse o papel do bacharel, é fazer políticas públicas, elaborar projetos, fomentos, termos, organização técnica, capacitação em si, por exemplo, fazer um plano estadual de turismo, orientar a montar um plano municipal de turismo, participar das capacitações para trazer retorno para o estado, como o programa de regionalização, o mapa do turismo brasileiro, isso tudo está no papel do bacharel em turismo. Ele vai desde a capacitação no Ministério e depois de implementar dentro do seu estado, mas é olhar para cada ponto dentro do plano estadual e municipal, as políticas públicas e orientar os gestores a como trabalhar de forma melhor. Então, é basicamente planejamento e orientação.

As aptidões destacadas por Tucunaré foram expressas também por Rigoldi et

al. (2020) que, por sua vez, elucidaram que o profissional graduado em turismo deve estar apto a atuar, tanto na esfera pública quanto na privada – nesse segundo caso, se inclui a gestão de negócios.

A respeito da contribuição que um curso em turismo pode trazer ao turismo, declarou:

Sem dúvida, quanto mais bacharel em turismo nós temos nos pontos de turismo, pontos turísticos, secretarias, portos, aeroportos, nós teremos visão para o turismo nessas áreas: como trabalhar o turismo melhor, como desenvolver a atividade dentro de um ponto turístico, dentro de um aeroporto, como fazer um receptivo de forma que o turista se sinta mais bem-vindo naquele local. Então, a participação do bacharel, turismólogo, é essencial em vários pontos turísticos, em vários pontos dentro do estado, que é um deficit que nós temos há muito tempo.

Essa participação traz a necessidade da presença desses profissionais nos postos que a eles desveriam ser destinados, o que atualmente não se vislumbra.

Sobre as exigências para a atuação dos profissionais, Tucunaré destacou uma peculiaridade do estado do Amapá:

É um destaque de cada um, aqui na nossa área o idioma faz toda uma diferença, o francês faz toda uma diferença, e você está se capacitando, está se orientando, por dentro.

Dentre todas as áreas de atuação, o turismo é uma das que mais exige o conhecimento de alguma língua estrangeira. Logo, isso deve ser uma competência prioritária nos currículos, algo asseverado por Vieira *et al.* (2021) e Castro e Oliveira (2022). Especialmente no caso amapaense, o francês ganha maior importância, até mesmo perante a língua inglesa, que costuma ser mais trabalhada, o que se dá em função das intensas atividades transfronteiriças com a Guiana Francesa.

Por causa dessa relação, a atração de visitantes internacionais tornou-se um traço marcante no turismo no Amapá,⁴⁵ assim, isso deve ser levado em conta por todo o setor (Maráková e Dzúriková, 2022). Nos últimos 5 anos⁴⁶, o fluxo de turistas

⁴⁵Segundo informações prestadas pela Receita Federal, o posto de fiscalização alfandegária do município de Oiapoque contabilizou, entre 7 de fevereiro e 9 de março de 2025, a entrada de mais de 4.900 veículos franceses no Amapá pela Ponte Binacional, sobretudo no período carnavalesco (G1 Amapá, 2025).

⁴⁶Este período corresponde ao primeiro e início do segundo mandato do prefeito da capital, Dr. Furlan, e de parte do primeiro mandato do governador do estado, Clécio Luís. Por serem de grupos políticos opostos, a população nota uma proatividade não testemunhada em gestores anteriores. Infere-se que ambos os lados querem apresentar resultados para a população visando alcançar a sua preferência. Assim, a melhoria da cidade e os novos atrativos têm chamado a atenção dos

que atravessaram da Guiana Francesa para o Amapá se intensificou, sobretudo em datas e períodos especiais como férias, festas de final de ano e carnaval.

Inclusive, o Amapá tem se destacado nas estatísticas de turismo internacional do MTur. Em 2024, quase 40 mil turistas estrangeiros adentraram no estado para conhecer suas belezas e atrativos, representando um aumento de 23,2% em relação a 2023 (Brasil, 2025). Essa tendência poderia ser consolidada com um setor mais preparado para receber os turistas: por exemplo, com uma melhor articulação da cadeia de serviços, por meio da colaboração mútua entre hotelaria, guias de turismo, restaurantes, agências de viagens, etc. (Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer, 2024); com colaboradores aptos a prestar um excelente atendimento (Booyens, 2020) e se comunicar em outro idioma – ao menos inglês e/ou francês – (Vieira *et al.*, 2021 e Castro e Oliveira, 2022); e com atrativos naturais com estruturas mínimas de acessibilidade (Almeida *et al.*, 2022).

Estes requisitos são fundamentais principalmente porque o volume de gastos que os turistas internacionais realizam tende a ser mais elevado em função da questão cambial e da modalidade de turismo por eles realizada⁴⁷. Essas afirmações ancoram-se na pesquisa de Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020) sobre a avaliação do turismo com base nos gastos de cada modalidade, assim pode se dizer que o turismo internacional deve ser um foco no Amapá. Esse contexto também inclui as instituições de ensino que pretendam atuar na área, as quais devem oferecer disciplinas voltadas para debates transfronteiriços.

4.1.5. Entrevistado(a) “Camarão no Bafo”

Representando o setor gastronômico, Camarão no Bafo é turismólogo(a), possui especializações em Hotelaria, Gastronomia, e Gestão de Alimentos e Bebidas; também é empreendedor do setor de alimentos. Ademais, o(a) entrevistado(a) possui vasta experiência no setor público, tendo ocupado cargos da alta gestão do turismo nas esferas estadual e municipal, além de ser atuante em

vizinhos franco-guianenses.

⁴⁷Segundo a pesquisa de Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020), na modalidade de lazer, por exemplo, o turista costuma estar mais disposto a realizar gastos, diferentemente do turismo de negócios, no qual o visitante fica limitado aos recursos disponibilizados pela empresa ou instituição que lhe envia ao destino.

várias entidades representativas do setor.

Ao ser inquirido sobre a existência de algum curso superior em turismo no Amapá, questionamento que a maior parte dos entrevistados respondeu de forma dicotômica – sim, não; desconheço; não sei, etc. –, Camarão no Bafo contribuiu de maneira muito mais informativa quanto ao contexto pretérito da formação em nível superior em turismo no Amapá:

Atualmente não existe curso presencial. Nós temos instituições em outros estados que oferecem cursos online de graduação, principalmente cursos tecnológicos. A adesão ao que parece é muito limitada. Nós tivemos aqui o primeiro curso de graduação em turismo em 2001 e a última turma, salvo engano, encerrou em 2012... 2013, perdão. E o que a gente percebeu é que houve uma certa falha no processo de formação que fez com que essas pessoas que foram passar por todo um processo de formação, elas não buscaram empreender dentro das diversas atividades características do turismo e, assim como outras profissões, buscaram espaços no setor público. E o que a gente percebe é que nesse exato momento nós passamos por um apagão de mão de obra não só no Amapá, mas também no Brasil por conta da diminuição do desemprego. E também a possibilidade de ter um curso presencial com o mínimo de horas para capacitar profissionais que possam ser absorvidos pelo setor hoteleiro, setor de transporte, setor de alimentação fora do lar, setor de eventos, com certeza iria melhorar a prestação do serviço, iria melhorar a governança do turismo e com certeza todo setor iria ganhar.

Somado a este relato, ao responder à pergunta sobre se um curso superior de turismo poderia contribuir para o desenvolvimento do setor, mais uma vez o cenário de carência de profissionais foi descrito:

Com toda certeza. Como foi citado anteriormente, é o momento em que o setor passa por essa dificuldade com mão de obra. Nós tivemos, no período da pandemia, a perda de inúmeros profissionais que emigraram para outros estados, numa faixa etária de jovens, num perfil de formação de nível superior ou pós-graduação, que foram buscar em outros estados uma melhor qualidade de vida, principalmente no que diz respeito à questão salarial. Então, é o momento de capacitar essa geração que está surgindo aí, que está crescendo, e também de melhorar a mão de obra existente.

Estas falas evidenciaram uma lacuna sobre a capacitação do profissional de turismo local. Afinal, Rasethuntsa (2022) demonstrou que a ausência ou a insuficiência da capacitação e da formação profissionais adequadas prejudica o crescimento do setor, pois a oferta de produtos e serviços não é aperfeiçoada. Por causa disso, a experiência do turista pode se tornar negativa, mesmo com a

disponibilidade de atrativos no destino (Bahçelerli e Altınyay, 2023), o que resulta em uma viagem a não ser repetida ou recomendada.

Na realidade, considerando o momento propício de evidenciação do Amapá e da Amazônia em geral – respectivamente, em função de uma provável exploração de petróleo na costa amapaense e da realização COP30 no estado do Pará –, esta seria a hora ideal para se ofertar essa mão de obra ao mercado, para que atuem e influem a CPT (Cadeia Produtiva do Turismo).

Nesse sentido, ao comentar sobre as competências profissionais desejáveis à atuação no mercado, Camarão no Bafo expressou que:

O setor de turismo é muito vinculado ao mercado. Então, um profissional que esteja atento às dinâmicas do mercado, no que diz respeito ao setor de viagens, setor de hospedagem, setor de alimentação, com um perfil comunicativo, com um perfil que tenha sensibilidade às questões sociais, ambientais, culturais. Esse é um perfil de um profissional formado em turismo.

Definitivamente, entre todos os setores da economia, o turismo é um dos que mais exige uma formação multidisciplinar – demandando um profissional com múltiplas e variadas competências (Shi, Cai e Wolfe, 2022). Assim, esse perfil descrito por Camarão no Bafo enquadra-se na visão de Xu *et al.* (2022); Shi, Cai e Wolfe (2022) e Thapa (2019), os quais também buscam conciliar: as carências do mercado – até mesmo em função da necessidade de empregabilidade dos egressos – e os debates em torno da sustentabilidade.

4.1.6. Entrevistado(a) “Oca”

Com mais de 20 anos de experiência na hotelaria e atuando no estado do Amapá desde 2017, este entrevistado(a) foi denominado(a) de “Oca”, em alusão ao nome das moradias indígenas e, por conseguinte, ao seu setor. Sobre o que é preciso para se destacar no mercado profissional de turismo, Oca trouxe uma opinião bastante pessoal, mas oportuna:

Gostar do que faz, gostar de servir. Falando assim em hotel, quem entra no hotel é difícil sair fora, é muito difícil sair fora. Você pega o negócio, pega o amor do negócio que é fora do comum. Você acha que vai estar na recepção ali, pronto. Ai você já tem um convite em outras áreas, a pessoa

está preocupada em fazer um passeio, você já está fazendo um passeio com a pessoa, você vai envolvendo, envolvendo, você não sai fora. A primeira coisa é gostar do que faz. Aí você pode vir em qualquer área. Gostou do que faz, só ir seguindo.

Desta fala pode se depreender a importância do desenvolvimento de uma capacidade para se estabelecer relacionamentos interpessoais na execução de tarefas (gostar de servir). Segundo Booyens (2020), a realidade do mercado turístico exige essa competência pessoal (Xu *et al.*, 2022), a qual se concretiza em um bom atendimento, na disposição para servir e na empatia para ajudar os clientes em suas mais diversas necessidades. Por isso, a pessoa que opta pelo turismo deve saber se este será um requisito que ela possa preencher. Afinal, existe a necessidade de uma identificação pessoal com o trabalho que exige constante interação social, tal inclinação deve ser sondada em alunos e profissionais para que possam permanecer e se destacar em um mercado cada vez mais competitivo e complexo (Seyitoglu *et al.*, 2022).

4.2. Entrevistas com representantes das instâncias públicas

As entrevistas a seguir tiveram como objetivo conhecer os projetos desenvolvidos, o cenário atual e as perspectivas em relação ao turismo amapaense, além de compreender a importância dada à formação superior em turismo e às competências profissionais pelos representantes dos governos locais.

4.2.1. Entrevista com representante municipal

Em razão de inúmeras protelações e contatos ignorados, não foi possível entrevistar um representante do órgão municipal de turismo (MacapaTur). No entanto, em função de ter ocorrido uma mudança na titularidade da pasta – à época da pesquisa de campo –, se buscou entrevistar a ex-diretora da entidade, que esteve no cargo por 2 anos. Ele(a) respondeu solicitamente e, por ainda integrar a alta gestão do município, pôde representar adequadamente este ente político. À ocasião, ocupava o cargo de titular da Secretaria Extraordinária Municipal de Desenvolvimento Integrado (SEMDI).

O discurso da ex-diretora esteve muito alinhado ao conceito *Triple Bottom*

Line (TBL), ao prestigiar as dimensões econômicas, ambientais e sociais do turismo. Sobre o desenvolvimento do Amapá pelo turismo, ressaltou que o princípio orientador da atividade deve ser a atenção à questão ambiental, até porque é uma característica marcante local – exatamente como explicitado neste trabalho.

E o Amapá, principalmente, por se tratar de um estado do norte, que é banhado da capital, banhada pelo rio Amazonas, a capital que fica no meio do mundo e tem uma preservação ambiental muito grande, a gente tendo esse olhar diferenciado, fazer políticas públicas com responsabilidade, com certeza o Amapá tem um potencial para o desenvolvimento ainda maior do turismo regional.

Sobre as áreas de atuação do profissional de turismo, ressaltou a necessidade de em todas elas se levar em conta o respeito ao modo de vida local, que se traduz na necessidade de desenvolvimento de uma competência profissional sustentável (Farsari, 2022). Por esta perspectiva, a partícipe ressaltou que:

[...] conhecer a necessidade para desenvolver um turismo que atenda não só à expectativa econômica, né?, e ambiental, porém que tenha esse conhecimento e respeite a tradição de um povo.

Com essa mesma postura, Zhang e Tavitiyaman (2022) ressaltaram, como sendo uma prática social sustentável, a partir do conceito TBL, a gestão da diversidade, a qual trata do complexo fenômeno de interações culturais que ocorre no turismo. Vislumbrando essa realidade, quando uma oferta se apresenta marcada pelos traços culturais locais, tende a atrair visitantes conscientes e assíduos (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022). A partir disso, o turismo se torna um meio de conservação ambiental, valorização cultural e geração de renda (Castanho, Santos e Couto, 2023).

Dentre um dos principais avanços de sua gestão à frente da MacapaTur, ressaltou a elaboração do Plano Municipal de Turismo – instrumento que não foi encontrado em pesquisas na internet, considera-se de suma importância a sua disponibilização ao público de maneira facilitada – e a inclusão do município de Macapá no Mapa do Turismo⁴⁸:

⁴⁸Dentre as avaliações, realizadas pelo MTur, para categorização dos municípios no Mapa do Turismo, pode-se destacar as relativas à existência: de pasta administrativa estadual e municipal de gestão do turismo, de órgãos de governança ativos (conselhos), de legislações e planos estratégicos para o turismo, de infraestruturas e opções de acesso ao território, de oferta de serviços (meios de hospedagem, locação de automóveis, guias de turismo, etc.), de tipos de atrativos, de meios de

E nesses dois últimos anos que nós estivemos à frente do MacapaTur – Instituto Municipal de Turismo, nós, juntamente com o prefeito Furlan, entendemos a proposta, bem com a proposta da pegada do desenvolvimento econômico, social e cultural de uma população, então nós começamos a trabalhar nessa vertente. Foi quando fizemos todos os deveres de casa, obedecendo os critérios solicitados e exigidos pelo Ministério de Turismo, então Macapá entrou no Mapa do Turismo Brasileiro e já ocupando a categoria A.

Em consulta atualizada ao Mapa do Turismo (2025), que integra o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) do MTur, o Amapá permanece na categoria A, ou seja, é considerado um “Município Turístico”⁴⁹ (Brasil, 2025), como se observa na Figura 6:

Figura 6 - Certificado emitido pelo site do Mapa do Turismo



Fonte: Mapa do Turismo (2025).

Questionada sobre as competências que considerava importantes para os profissionais, o(a) secretário(a) municipal relatou um pouco do que testemunhou em sua experiência na gestão do turismo municipal:

[...] uma coisa que me chamou a atenção foi o sentimento do pertencimento, a paixão, o amor pela cultura, pela tradição, pela fé de um

divulgação do destino, de sinalização turística, de programas de qualificação profissional para o turismo, dentro outros.

⁴⁹O Mapa do Turismo contempla também as categorias: “Município com oferta turística complementar” e “Município de apoio ao turismo” (Brasil, 2025).

povo, sabe, pelos costumes, pela gastronomia, e quando eles têm esse conhecimento vivenciado, porque eles são daqueles que vivenciam, foram estudar em outros lugares para poder trazer o aprimoramento para algo que eles vivenciam [...]

Essa fala, mesmo não apontando ou definindo com precisão conceitual uma competência, leva à reflexão sobre a importância de o profissional transparecer um sentimento de pertencimento e encantamento com as riquezas ambientais/culturais de sua localidade de atuação. Afinal, esse comportamento tende a ser reproduzido na execução de serviços e na criação de produtos turísticos, culminando com a preservação e o empoderamento cultural da comunidade (Coutinho *et al.*, 2024).

4.2.2. Entrevista com representante estadual

O(a) representante da Secretaria Estadual de Turismo (SETUR) foi um(a) turismólogo(a) com mais de 15 anos de atuação que ocupava a chefia da Divisão de Relações com o Mercado.

Sobre a atuação da SETUR para estimular o turismo no estado do Amapá, destacou, principalmente, a estratégia do turismo de eventos:

Nessa atual gestão, do governador Clécio, nós já fomentamos vários projetos, à frente de vários eventos também, nós temos os nossos projetos habituais, que é o Equinócio: o Equinócio das Águas, da Primavera [...]
Nos últimos meses, a gente vem através das Expofeira também, através das festividades de final de ano, principalmente no nosso Réveillon, nós conseguimos verificar e perceber, e, além de outros eventos também, outros congressos que estão vindo para o estado, congressos, por exemplo, congressos de médicos, congressos bariátricos, as instituições estão conseguindo captar esses eventos e a gente faz as pesquisas de alguns eventos em específico na rede hoteleira e a gente consegue perceber que a gente tem um aumento no que se dizia baixa temporada, que na baixa temporada é o que? Tem mais emissões, então tem férias de funcionários, por exemplo. No Réveillon nós tivemos aí quase 100% dos nossos hotéis, as pessoas ligavam para os hotéis, não tinham mais vagas, né? Os hotéis da Zona Norte também, a gente percebeu que estiveram também com a demanda bem alta de turistas lá.

Esta fala indicou que o foco estratégico da SETUR destoa – em absoluto – do que fora expresso pelos discursos do *trade* local e pela literatura encontrada nas bibliometrias. Por exemplo, o entrevistado Samaúma – representante dos guias de turismo – apontou que a capacidade de desenvolvimento do turismo amapaense está justamente ligada às suas riquezas naturais. Tucunaré, por sua vez, ao

representar as operadoras de turismo, destacou que os serviços de turismo do tipo que seu ramo oferece não são incluídos nos planejamentos estatais. Tarumã, divulgador do turismo em redes sociais, evidenciou que o turista ao visitar um estado como o Amapá almeja principalmente vivenciar uma imersão na Amazônia. Todas essas opiniões estão condizentes, especificamente, com aquilo que defendem Coutinho *et al.* (2024) e Maldonado-Erazo *et al.* (2022).

Diante do exposto, não se defende que o turismo de eventos deva ser negligenciado; contudo, observa-se que ele não constitui a principal vocação turística do estado do Amapá. Recomenda-se, portanto, que se priorize o desenvolvimento do turismo ecológico, associado à vertente local do turismo “sol e praia”, que poderia ser denominada como “sol e rio”, “sol e cachoeira” ou “sol e igarapé”. Essa modalidade, por sua natureza recreativa e de contato com o meio ambiente, apresenta maior potencial para estimular gastos e atrair visitantes. Tais prerrogativas encontram respaldo no estudo conduzido por Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020), que concluíram que, no turismo de lazer, verifica-se um volume de gastos mais elevados.

Em relação à integração da SETUR com o *trade* turístico, pôde-se captar o seguinte:

Nós estamos colocando mais em prática, nós estamos chamando o trade de forma mais recorrente, não só com o Fórum Estadual de Turismo, mas a gente está chamando ele para outras reuniões, essas lideranças e outras lideranças convidadas que não estão no fórum [...] a gente quer que seja, esse conhecimento chegue aos 16 municípios, a gente está numa força-tarefa com relação a colocar os municípios no mapa do turismo brasileiro, e os municípios estão abrindo cada vez mais, a cada semana a gente está conseguindo aprovar cada vez mais municípios, a gente fica muito feliz com isso.

De fato, o trabalho de integração com os municípios é de suma importância. Essa perspectiva conduz ao questionamento sobre a possibilidade de firmar parcerias com o IFAP, momento em que o(a) turismólogo(a) ressaltou que a SETUR e o IFAP já possuíam acordo recente de cooperação técnica para capacitação profissional em turismo sustentável, a ser realizado nos 16 municípios do Amapá. As primeiras ações a serem efetivadas serão os cursos FIC (Formação Inicial e Continuada) de “Condutor de Turismo em Unidades de Conservação” (Amapá, 2025). Essa parceria com o IFAP poderá redirecionar a estratégia da SETUR em

relação às modalidades turísticas mais apropriadas ao contexto amazônico e amapaense. A esse respeito, nas palavras da Secretária da SETUR, Syntia Lamarão:

O Amapá tem enormes atrativos para o turismo de base comunitária e a pesca esportiva, atividades que promovem o desenvolvimento sustentável e beneficiam diretamente as comunidades locais. Nosso objetivo é estruturar e qualificar esses segmentos para atrair cada vez mais visitantes e garantir uma experiência autêntica e segura para todos (Amapá, 2025, p.01).

Ao fim, o(a) turismólogo(a) apresentou sugestões – muito alinhadas às tendências recentes do mercado – de competências a serem trabalhadas na formação dos novos profissionais:

Hoje, principalmente hoje, por exemplo, na minha época, esse negócio de digitais influencers, não se falava em inteligência artificial, tinha tecnologia para época e tudo, mas não era como está hoje, hoje não, tem tanto, antes não tinha, 2009, eu terminei, não tinha tantas redes sociais, hoje você fala que cada rede social é um público, certo? Eu acredito que ele tem que ter muito conhecimento hoje na área de inovação, porque isso dá habilidade, dá agilidade no desenvolvimento das suas criações também, até de criar uma pesquisa inovadora.

O conhecimento e o domínio de ferramentas tecnológicas foi uma habilidade apontada por Shi, Cai e Wolfe (2022) como crucial nos tempos atuais. Afinal, trata-se de um saber exigido tanto pelo mercado e quanto pela esfera pública, uma vez que as redes sociais, por exemplo, são uma das principais fontes de informações sobre um destino turístico (Brasil, 2024). Portanto, entes públicos do turismo e empresas do setor (hotéis, restaurantes, bares, parques temáticos, etc.) devem manter seus perfis atualizados em redes sociais, com informações relevantes e materiais atrativos para pretensos usuários. Assim, em disciplinas como “Marketing Turístico” ou “TI aplicado ao Turismo” será fundamental abordar esse quesito.

4.3. Entrevistas com representantes do IFAP

As próximas entrevistas visaram conhecer as perspectivas em relação à atuação do IFAP em torno da área de conhecimento do turismo, compreendendo a importância dada à formação superior em turismo e ao aperfeiçoamento profissional por representantes estratégicos da instituição.

4.3.1. Entrevistada “Tucumã”

O(A) primeiro(a) representante do IFAP a ser entrevistado(a) – designado(a) de “Tucumã”, por considerar a fruta forte e associada à resistência – foi um(a) servidor(a) da Pró-Reitoria de Ensino (PROEN). Este(a) ocupava o cargo efetivo de Técnico em Assuntos Educacionais, tendo sido indicado(a) pelo(a) Pró-reitor(a) da PROEN, que estava em viagem a serviço e não pôde participar.

Apesar de não ser da área do turismo, também lhe foi indagado sobre o panorama do turismo no Amapá, para que, ao menos pelo senso comum, pudesse expressar sua opinião sobre esse contexto que conduziria os demais eixos de perguntas. De acordo com Tucumã:

Eu considero que o turismo pode ser visto como um fator de desenvolvimento para o Amapá, embora seja necessário grande investimento, eu acho que a formação nesse sentido também é de grande importância [...]

Enquanto o mundo todo tem um olhar todo especial pela Amazônia, a gente desperdiça isso. Então, eu iniciei minha jornada de trabalho no IFAP pelo campus lá no Laranjal do Jari, e lá nós temos a Cachoeira de Santo Antônio, nós temos diversos balneários, lugares incríveis da mata fechada, de cachoeiras maravilhosas, tudo que quando as pessoas veem elas ficam encantadas, mas isso é muito pouco explorado, então se a pessoa for visitar esses lugares ela não vai contar com uma infraestrutura boa, ela não vai contar com pessoas qualificadas, então assim, vejo que eu mesmo me colocando como turista, a gente quer conhecer, a gente quer ir para o mato, a gente quer estar naquela experiência de Amazônia [...].

Apesar de não ser especialista da área, nota-se que Tucumã compreende o tipo de vocação turística que deve orientar as ações do setor no Amapá. Logo, tal qual destacado anteriormente, há uma reafirmação de que o turismo ecológico deve ser a prioridade, uma vez que esta modalidade é ideal para a construção de um sistema produtivo sustentável (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Em relação ao percurso procedimental para a criação de um curso, Tucumã esclareceu o seguinte:

Eu imagino que a primeira coisa seria um estudo de viabilidade para ver se realmente tem condições, se tem procura, se não é só um devaneio, se não é só um interesse. Então, a primeira coisa a ser feita é esse estudo de viabilidade para ver qual seria o município que seria mais viável, qual seria o campus. Depois tem a questão de que, para ver se tem, porque no caso se é um curso que é mais ligado à Administração, então tem que ver o campus que tenha profissionais que vai atender isso. Então, não pode de

repente um curso ser ofertado por um campus que não vai ter nenhum professor naquele corpo docente, não vai ter nenhum professor que vai atender isso. Então seria uma coisa inviável. Depois disso tem que ser elaborado um projeto de curso, que é o PPC, e aí o projeto pedagógico do curso, que é para dar essa... Podia dizer todas as diretrizes, toda a questão legal do curso. Então seria esse o trâmite.

Tais observações estão de acordo com os estudos de Neves e Pinto (2019). No entanto, tal como identificado pelos autores, também não se observa um modelo bem definido de estudo de viabilidade a ser aplicado. Tal tarefa acaba sendo de responsabilidade das comissões formadas para elaboração do PPC. Porém, no caso do IFAP, existe a Resolução n.º 74/2023 – CONSUP/RE/IFAP⁵⁰, que estabelece alguns detalhes.

A partir disso, torna-se oportuno demonstrar (Quadro 16) as impressões tidas ao se compulsar os autos dos processos de criação dos cursos FIC em turismo ofertados pelos campi do IFAP. Se buscou identificar se algumas das diretrizes para criação de cursos recomendadas nesta pesquisa foram empregadas.

Quadro 16 - Análise documental dos processos de cursos FIC em Turismo

Processo/Curso	Unidade	Procedimentos para criação propostos na pesquisa		
		Participação dos Stakeholders	Currículo orientado por bibliometrias	Avaliação dos cenários
Processo 23228.002719.2024-00: Técnico em Guia de Turismo integrado ao Ensino Médio	Campus Oiapoque	Não	Não	Sim
Processo 23228.002326.2023-15: Condutor de Turismo em Unidade de Conservação Local (FIC – Programa 1 2 3 EJA)	Campus Laranjal do Jari	Não	Não	Sim
Processo 23228.001957.2023-17: Condutor de Turismo Amazônico (FIC)	Campus Oiapoque	Sim	Não	Sim
Processo 23228.001286.2022-03: Condutor de Turismo em Unidade de Conservação (FIC)	Campus Laranjal do Jari	Não	Não	Sim
Processo 23228.000570.2022-54: Turismo e Hotelaria (FIC)	Campus Oiapoque	Sim	Não	Sim

Fonte: Elaborado pelo autor.

⁵⁰ Ver: <<https://IFAP.edu.br/index.php/publicacoes/item/5290-resolucao-n-74-2023-consup>>.

Notou-se que as elaborações dos PPCs dos cursos (FIC) i) Condutor de Turismo Amazônico e ii) Turismo e Hotelaria foram as únicas que contaram oficialmente – ainda que minimamente – com a participação de *stakeholders*, a saber: um representante da Secretaria Municipal de Turismo, na construção do primeiro curso citado; e uma turismóloga, que atua no município de Oiapoque, para a prospecção do segundo curso.

Obviamente, em todos os processos se observa uma certa avaliação dos cenários em que se pretende atuar. No entanto, isso se limitou a descrevê-los de forma superficial, pouco se trazendo dados oficiais sobre as atividades nos municípios, tais como: empresas atuantes, atrativos ofertados, número de empregos formais, atuação do setor público (quadro profissional, orçamento, ações, obras estruturantes).

Quanto às matrizes curriculares, foram notadas elaborações baseadas em PPCs de outras instituições. Um exemplo disso está registrado na ata (Figura 7) de uma reunião realizada no dia 19 de setembro de 2024:

Figura 7 - Trecho da ata de reunião

ATA DA REUNIÃO ORDINÁRIA DA COMISSÃO RESPONSÁVEL PELA CONSTRUÇÃO DO PPC DO CURSO TÉCNICO DE GUIA DE TURISMO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

Aos 19 dias do mês setembro de dois mil e vinte e quatro, às 9 horas (Horário de Brasília) na biblioteca, no Campus avançado Oiapoque, aconteceu a 1ª Reunião Ordinária da Comissão de Construção do PPC do Curso Técnico de Guia de Turismo Integrado ao Ensino Médio. Estiveram presentes da reunião, os seguintes membros: José Henrique Mendes Crizostomo, Mário Sérgio Epaminondas Brasil, Leonardo Brener de Souza Santos, Marlon Correa Amaral, Edilany Vales, Rachel Dourado, Katia Meireles Monteiro dos Santos, Moises da Silva Maciel, Roberto Junior de Almeida Campos, Renan Ramos Almeida, Iveline Silva e Elinelson Souza. Dando início à reunião, a presidente da comissão, José Henrique Mendes Crizostomo leu a ordem dos assuntos a serem tratados. Seguindo a pauta, foi apresentado pelo presidente um panorama geral da minuta de construção do PPC do curso, sendo aberta a palavra para apresentação das propostas de melhorias à minuta. Foi dada a palavra aos professores presentes que apresentaram sugestões de adequação, que seriam incluídas no documento virtual disponível para edição. A professora Rachel Dourado, turismóloga e professora da área, se comprometeu a fazer uma revisão pormenorizada da minuta do PPC para encaminhamento posterior, salientando as disciplinas mais importantes para o curso. Em questionamento realizado pelos professores Marlon e Mário Brasil sobre a discrepância de cargas horárias e ausências de disciplinas, foi ponderado pelo presidente que como o IFAP não possui esse PPC de curso, **houve a necessidade de consulta a vários outros PPCs de diferentes IF do Brasil**, motivo pelo qual houve discrepância, mas que a proposta era que os professores fizessem as sugestões e adequações necessárias. Desse modo foi dado prazo até o dia 25 de setembro para a realização das mudanças. E nada mais havendo a tratar, a reunião foi encerrada às 10 horas e 40 minutos, da qual, para constar, foi lavrada a presente Ata, que vai por mim assinada, Presidente da Comissão, e pelos membros presentes.

24 de outubro de 2024

Fonte: Trecho de documento intitulado “Anexo: Ata reunião PPC Turismo”, constante no Processo 23228.002719.2024-00 (SUAP).

Esta reunião versava sobre a criação do curso “Técnico de ‘Guia de Turismo’ integrado ao Ensino Médio” do Campus Oiapoque, onde seus partícipes – conforme reprodução na Figura 7 anterior – afirmaram terem realizado consultas a vários PPCs para fundamentar a construção do curso.

Isto posto, compreende-se que buscar embasamento em outros PPCs é uma prática recomendável. Esta prática, no entanto, poderia ter sido complementada por investigações bibliométricas sobre os debates emergentes e tendências do meio acadêmico, algo que poderá ser realizado caso haja uma atualização curricular.

Afinal, a construção ou a atualização curricular orientada por resultados bibliométricos é recomendada nos estudos de Simsek e Kalýpçý (2023) e Qian, Law e Li (2019). Essa técnica de pesquisa revela tendências epistemológicas internacionais que precisam ser consideradas em uma conjuntura turística cada vez mais globalizada. Assim, ao lado da identificação de demandas contextuais (Gavinolla *et al.*, 2023 e Castro e Oliveira, 2022), recomenda-se que componham o ponto de partida para a definição de disciplinas relevantes.

4.3.2. Entrevistado “Açaí”

Continuando os relatos, na mesma ocasião da entrevista de Tucumã houve uma boa surpresa: a indicação de um(a) especialista para contribuir com o estudo. Tratava-se de um(a) professor(a) de turismo, vinculado a um instituto federal (IF) da região Norte, que, inclusive, exercia a função de gestor máximo nessa unidade administrativa. Por se tratar de alguém de fora do estado do Amapá, mas do Norte, optou-se por atribuir-lhe uma designação simbólica ligada à cultura nortista, elegendo-se o termo “Açaí”. O campus em que atua foi denominado “Farinha”, uma homenagem a esses dois alimentos complementares de grande relevância para a identidade cultural da região.

Desse modo, Açaí reúne expertise em três áreas essenciais para a presente dissertação: educação, turismo e gestão — oportunidade que foi plenamente aproveitada. Quando questionado(a) sobre o turismo como alternativa de desenvolvimento para o Amapá, Açaí ponderou:

Sim, eu acredito que sim. Eu conheço o Amapá de longa data, apesar de morar no Pará, mas eu venho aqui, há muito tempo e eu acredito que é um setor que pode complementar a renda de uma parte da população, tanto na capital quanto nos interiores. Como em toda a Amazônia, existem lugares de muito interesse turístico, como balneários, cachoeiras, a própria floresta, por isso, é pela Amazônia, e também porque o estado dispõe de algum nível de infraestrutura de acesso, tem o aeroporto onde é possível chegar, tem o transporte de navio que em si já é um atrativo, então eu entendo que é sim. Mas também é muito perfilado, muito ligado ao perfil do ecoturista, o turista que tem interesse em ambientes naturais ou na cultura amazônica, então é uma parcela pequena de turistas em relação ao montante que vai visitar o Brasil, por exemplo, mas na fatia Amazônia eu acho que é relevante para a cidade, para a região.

Novamente se observou um consenso entre os entrevistados: o enfoque estratégico que o setor turístico amapaense deve ter. Além disso, Açaí destacou a parcela de turistas a ser alcançada pelo Amapá: aquela composta por interessados na Amazônia. Por isso, um trabalho de divulgação dos diferenciais que o estado poderá oferecer – haja vista que os demais estados do Norte estão em competição por esses visitantes – tende a ser crucial (Almeida *et al.*, 2022).

Sobre o tema da atuação governamental local no turismo, Açaí notou que:

[...] ali no Meio do Mundo tem um parque muito grande, é voltado para a população local, mas ele está ligado a essa coisa do marco da Linha do Equador, que é um ponto turístico notável na cidade. Então, eu acho que o poder público coloca um investimento também em turismo, junto com espaços voltados para a população, mas isso está muito concentrado na capital, na minha avaliação. De todo modo eu não consigo observar se há incentivo no ponto de vista para o trade turístico se organizar, não sei se tem algum tipo de isenção de impostos ou financiamentos voltados para os empresários do setor para se organizarem, mas em relação a infraestrutura na capital eu vejo que existe algo assim.

O investimento em atrativos turísticos tem sido notável nos últimos 5 anos na capital: Macapá. Isso ocorre, principalmente, pela atuação do ente municipal, mas também por alguns projetos estaduais⁵¹. Malgrado esse aspecto positivo, observa-se mais uma vez a ausência de uma política pública sólida para o setor, que se consubstancie em uma gestão estratégica, integrada, coletiva e contínua (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022). O que se nota algumas vezes são ótimos e

⁵¹Pela Prefeitura de Macapá foram revitalizados espaços, como: Orla do Santa Inês, Complexo do Araxá, Fazendinha, Praça Jaci Barata e Trapiche Eliézer Levi, além de criados espaços novos, tais como: Rua Torta, Rampa do Açaí, Parque Meio do Mundo e Parque Horto Municipal. Por parte do Governo do Estado, foi revitalizado o Balneário do Curiaú e inaugurado o Trapiche Santa Inês, também estão em andamento a construção da Orla do Aturiá e Museu da Residência Oficial.

novos espaços sem a devida gerência, sem atendimento aos turistas e até mesmo sem a devida manutenção. Por exemplo, o Trapiche Santa Inês, inaugurado em 2023 e gerido pela SETUR, foi palco de desordem pela falta monitoramento e de limite de horário de funcionamento, além da falta de melhor ocupação e utilização do espaço⁵² (Seles Nafes, 2023).

Apesar disso, durante o curso da pesquisa de campo, foi inaugurado um Centro de Atendimento ao Turismo (CAT) fixo em um ponto turístico de Macapá (Trapiche Eliézer Levi) – ver Figura 8. Nesse espaço, o turista pasou a ter acesso ao mapa da cidade e a guias turísticos, além de informações sobre outros atrativos, eventos culturais e opções gastronômicas (Macapá, 2025).

Figura 8 - Centro de Atendimento ao Turismo (CAT) em Macapá



Fonte: Site da Prefeitura Municipal de Macapá/PMM (Macapá, 2025).

Retornando à participação de Açaí, ao ser indagado sobre se um curso superior em turismo contribuiria para o desenvolvimento do setor no Amapá, este trouxe um relato oportuno de sua própria experiência no Campus Farinha:

Eu acredito que sim, porque como um gestor de um campus que tem até o momento cursos técnicos subsequentes e integrados na área do turismo, já ofertado há pelo menos 16 anos: cursos técnicos em eventos, hospedagem

⁵²Ver: <<https://selesnafes.com/2023/10/lixo-e-som-automotivo-continuam-gerando-reclamacoes-no-trapiche-santa-ines/>>.

e guia de turismo, intercalados. E que agora está abrindo uma graduação, porque a gente observa lá em Farinha, no Pará, que é o campus que eu leciono e que atualmente eu estou na gestão, é que, por exemplo, a secretária municipal de turismo é egressa do curso. A gente percebe também dentro do setor de hotelaria vários egressos do curso atuando, ou no gerenciamento ou como funcionários. Eu acho que quando você, e aí isso motivou a gente a verticalizar lá, a construir um ensino superior para que melhore a condição de trabalho dessas pessoas que já estão nesses postos, porque senão a tendência é o pessoal local ficar com atividades menores, mais manuais, de tarefas como limpeza, como atendimento, e aí essas empresas buscarem pessoas de outros lugares com mais qualificação. Então, quando a gente qualifica as pessoas que vão atuar em determinado setor, você eleva a escolaridade, melhora a posição, a possibilidade de acessar alguns postos de trabalho, e aí você vai contribuir com o desenvolvimento local do turismo carregando a população junto, então eu acho que a importância é muito nesse sentido. Então, aqui no Amapá, como a gente tem um setor atuante de turismo existindo, aqui na cidade é notável, na hora que você promove a qualificação profissional, você vai qualificar o setor como um todo. Então, o IFAP, por exemplo, promovendo essa qualificação, daqui a 4, 8 anos você vai ter essas pessoas ocupando espaços de poder e decisão, tanto no setor público, privado ou construído alternativa no terceiro setor também. Então, eu acho que a importância é muito essa.

Na fala de Açaí se observa a relevância social que uma graduação em nível superior pode ter na vida de um profissional, podendo elevá-lo a outros patamares de atuação e reconhecimento, exatamente como afirmou Farsari (2022). Isso pode mitigar uma realidade notada constantemente no setor turístico: a predominância de tarefas operacionais, como identificado por Kronenberg e Fuchs (2022). Afinal, são os papéis de gestão, gerenciamento, administração de negócios, projetos e órgãos públicos ligados ao turismo que precisam ser assumidos por turismólogos (Rigoldi et al., 2020).

Em resposta à pergunta sobre quais competências considerava importantes para atuar, Açaí ressaltou a importância daquilo que é básico a um profissional do setor (hospedagem, atendimento ao público, organização de eventos, logística, entre outros), mas acrescentou:

Agora assim, eu acho que isso são aparatos técnicos que já são base na formação de qualquer profissional dessa área, mas eu acho que além disso, o profissional precisa ter um bom entendimento sobre o debate sobre sustentabilidade, como é que você posiciona esse debate aqui na região amazônica. A gente consegue observar, e aí eu vi falar um pouco da minha experiência no Pará, mas assim, passeando pela nossa região, é que tem muitas pessoas que não tem a compreensão do que é desenvolvimento, ou do que tipo de desenvolvimento se pretende para um determinado local, então às vezes você tem uma comunidade que tem um atrativo muito legal, que você pode ajudar ela a se organizar, por exemplo, com hospedagens

familiares, organizar a própria comunidade para prestar aquele serviço de visitação e ter um benefício legal em relação a isso, complementar a renda dela, mas aí às vezes vê um gestor que quer inventar de colocar um resort ali. E aí, obviamente a gente já conhece Brasil afora que quando isso acontece, esse movimento muito brusco, ele expulsa a comunidade e quem não expulsa fica ali para trabalhar, limpando o chão, atrás do balcão, então eu acho que uma disciplina que incorpora o debate sobre sustentabilidade, posicionando ele na Amazônia vai ajudar o gestor público ou mesmo o dono de empreendimento privado a entender o que é importante para desenvolver o turismo aqui, que é diferente do que é importante para desenvolver o turismo no nordeste do país, ou no sul do país, sudeste, então eu acho que essa competência de entender a sua região, pensar sobre sustentabilidade, pensar sobre a Amazônia, ela precisa atravessar a formação desse profissional, que só com os aparatos técnicos de hospedagem, de tudo, ele não vai conseguir compreender o papel dele no desenvolvimento local, regional, aqui no estado da Amazônia.

Esta fala sustenta a necessidade de se considerar a sustentabilidade como uma competência profissional, conforme proposto por Farsari (2022), especialmente em se tratando do contexto de turismo amazônico. Gavinolla *et al.* (2023), nesse mesmo sentido, advertem sobre a necessidade da sustentabilidade como componente curricular. Ambos os autores ressaltam a importância de se compreender adequadamente este conceito; assim, torna-se possível engendrar maneiras de implementação de práticas sustentáveis nos variados ambientes de atuação profissional do turismo.

A primazia da sustentabilidade também deve influenciar os debates sobre a condução do turismo. Como Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) advertem, nem toda localidade deve desejar e buscar o turismo de massa, devido aos seus impactos negativos na natureza, na economia local e na qualidade de vida dos residentes. A prova desses impactos são fenômenos e fatos já conhecidos: *overturism*, gentrificação, aumento do trânsito de pessoas e veículos, e a elevação do custo de vida, entre outros. No caso amapaense, seria ideal um turismo que fosse controlado e conduzido mediante preceitos sustentáveis objetivos, com participação ativa da comunidade e dos visitantes nesse processo.

Concluindo a sua participação, Açaí considerou ainda o debate sobre a verticalização do ensino no contexto dos IFs:

[...] também eu queria colocar aqui que junto com uma proposta dessa natureza tem que se pensar também em verticalização, eu acho que ofertar só uma graduação você desconecta um pouco das necessidades da população aqui da região, então a graduação é um projeto importante, a

gente sempre entende que promover o acesso a um ensino superior é fundamental, porque é uma região que é carente ainda disso, mas ofertar cursos de formação inicial continuada, cursos técnicos ou mesmo pós-graduação, eu acho que vai permitir a esse profissional verticalizar, ou agregar componentes na formação dele.

Por verticalização, compreende-se um princípio administrativo-educacional de otimização do uso dos recursos existentes para a promoção de novas ofertas educativas, conforme previsto nas normas abaixo (Quadro 17):

Quadro 17 - Verticalização – previsão legal e normativa

Lei n.º 11.892/2008	Decreto n.º 9.235/2017
Art. 6º Os Institutos Federais têm por finalidades e características: [...] III - promover a integração e a verticalização da educação básica à educação profissional e educação superior, otimizando a infra-estrutura física, os quadros de pessoal e os recursos de gestão (Brasil, 2008);	Art. 40 [...] § 3º As instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica somente poderão ofertar bacharelados e cursos superiores de tecnologia nas áreas em que ofereçam cursos técnicos de nível médio, assegurada a integração e a verticalização da educação básica à educação profissional e educação superior (Brasil, 2017).

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base nesse princípio podem ser aproveitados, por exemplo, o corpo docente e técnico, a experiência na área de ensino, os livros e os materiais didáticos, os equipamentos e as estruturas físicas diversas para a oferta do curso em outro nível. No contexto do IFAP, tendo em vista a criação do curso “Técnico Integrado de Guia de Turismo” no Campus Oiapoque, além da existência dos cursos FIC ofertados, observa-se que essa unidade administrativa está à frente na atuação em turismo, podendo ser a primeira a ofertar um curso superior. Aliás, na realização da entrevista a ser relatada a seguir foi possível presenciar a assinatura da resolução que criou o curso técnico acima mencionado.

4.3.3. Entrevista com a Reitora em exercício do IFAP

Com essa participação, busca-se evidenciar a visão da alta gestão do IFAP acerca da expansão da atuação institucional no campo da oferta educativa voltada ao turismo. Em virtude de uma viagem a serviço realizada durante o período da pesquisa de campo, o Reitor titular não pôde participar; por esse motivo, a entrevista foi conduzida com o(a) Reitor(a) em exercício.

Ao ser inquirida se um curso superior de turismo despertaria o interesse das pessoas e quais as perspectivas elas teriam para atuar no estado do Amapá, o(a) Reitor(a) em exercício respondeu:

Sim, com certeza despertaria o interesse. A gente tem público para turismo, e elas poderiam trabalhar no mercado justamente no turismo ecológico, nesse turismo histórico também, visto que a gente tem pontos históricos aqui em Amapá, que são referências também, mas eu acredito que mais é na parte ecológica mesmo, turismo ecológico tem Bioparque, tem uma infinidade, tem balneários, tem as belezas naturais que são muitas, tem as unidades de conservação, que são as áreas preservadas também, então seria aí nessa parte com as belezas naturais mesmo.

A expectativa, portanto, em relação a um curso de turismo no IFAP é que venha a ter êxito, sobretudo mantendo em vista a vocação para o turismo ecológico. Sondando ainda mais sobre a atuação do IFAP, na área de conhecimento do turismo, notou-se que a estratégia está mesmo voltada para a interiorização:

Esse é um dos eixos aqui do que o IFAP tem trabalhado, então está entre as prioridades principalmente aqui da gestão do professor Romaro, tanto é que a gente acaba de lançar esse curso, legalizar esse curso de turismo no Oiapoque, ontem saiu a portaria que regulamenta esse curso, então o curso está totalmente regular, e a gente tem a possibilidade de fomentar também turismo no Tartarugalzinho, na nossa nova unidade, tem também, se a gente implementar a unidade de Mazagão e de lá no Laranjal do Jari, então quase todas as nossas unidades vão atender esse eixo, então o IFAP tem, é um dos eixos daqui que a gente pretende fortalecer, porque a gente sabe que é uma deficiência aqui no estado e que a gente pode ter uma atividade muito grande em movimento econômico para fortalecer esse ponto.

A ideia de trabalhar o turismo nas unidades do interior está em total consonância com a capacidade do turismo de desenvolver regiões e dinamizar a economia (Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, 2020; Maráková e Dzúriková, 2022); além de outros aspectos, incluindo o social, o ambiental e o cultural (Kronenberg e Fuchs, 2022). Todavia, é por isso que não se pode deixar de ouvir a comunidade local, de modo que a atuação do IFAP seja notada e influenciada pela realidade de cada territorialidade (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022). Somente assim, a agenda educacional surtirá efeitos na retenção de talentos e lideranças locais, gerando não só renda, mas também autoestima e dignidade (Coutinho *et al.*, 2024).

4.4. Análise de Conteúdo

Neste tópico, os dados qualitativos foram trabalhados de maneira sistemática, a partir de uma Análise de Conteúdo baseada em Bardin (2016). Para viabilizar isso, os códigos foram identificados e, em alguns casos, aglutinados por semelhança semântica, ainda que textualmente fossem diferentes. Assim, foram definidos os eixos temáticos destes; logo após, eles foram, em sua maioria, divididos em categorias *a posteriori* e mensurados por meio da frequência de seus usos – somente as categorias do eixo temático Competências foram definidas *a priori*.

A partir das perguntas do eixo “Turismo e Desenvolvimento Regional”, obteve-se as percepções a respeito do panorama atual do turismo do Amapá (Quadro 18):

Quadro 18 - Opiniões dos entrevistados sobre o turismo no Amapá

Eixo temático	Desenvolvimento do turismo no Amapá pela visão dos entrevistados		
	Frequência de Ocorrência		Códigos mais frequentes
Categorias	Absoluta	Percentual	
Perspectivas	74	51,74%	Amazônia (11); Preservado, Preservação (7); Desenvolvimento Regional, Regionalização, Turismo Regional, Oferta Regional (6); Conservado, Conservação (5); Turismo de Natureza, Ecoturismo, Ecoturista (5); Ambientes naturais, Belezas naturais, Atrativos Naturais, Natureza, Meio Ambiente (5); Turismo Sustentável (4); Políticas Públicas (4); Cachoeiras (3); Floresta, mato, mata fechada (3); Ribeirinho (3); Meio do Mundo, Linha do Equador (3); Balneários (2); Grande potencialidade, Grande potencial (2); Comunidades (2); Rio Amazonas (2); Cultura Amazônica; Desenvolvimento Sustentável; Turismo de base comunitária; Turismo Religioso; Turismo de Culturas Tradicionais; Gastronomia
Desafios	55	38,47	Infraestrutura, Acesso, Manutenção, Saneamento básico (9); Não existe trabalho integrado, integração, Tem que fortalecer (8); Qualificação profissional, Capacitação, Profissionalizar, Pessoas qualificadas (6); Turismo não é prioridade, tem que ser prioridade (5); Não é muito articulado, desarticulação, não está articulado não, Falta articulação (5); Pouco explorado (4); Não tem parceria, precisa de parceria (3); Egos inflados, Ego (3); Fortaleza de São José (3); Cansado (3); Abandonado (2); União (2); Potencial desperdiçado; Governança
Equívocos	14	9,79	Eventos (9); Praças (3); Show (2)

Fonte: Elaborado pelo autor.

A análise de conteúdo permitiu visualizar as características que devem orientar o turismo amapaense, confirmando os posicionamentos individuais dos entrevistados destacados anteriormente. A codificação na categoria “Perspectivas” evidenciou o termo “*Amazônia*” como o mais recorrente (11), seguido de outros termos que indicam a predominância de um viés ecológico. Portanto, encontrou-se um consenso sobre este ser o turismo adequado para o estado investigado (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Em relação aos atrativos do Amapá, observou-se uma baixa frequência de menções: “*Meio do Mundo, Linha do Equador*” (3) e “*Rio Amazonas*” (2). Esses códigos foram situados na categoria Perspectivas, criada para reunir aspectos positivos e potencialidades que podem ser reforçadas para avanço do turismo.

Por outro lado, construiu-se a categoria “Desafios” para conglomerar termos mencionados com sentido negativo. Surpreendentemente, o proeminente símbolo “*Fortaleza de São José*” enquadrou-se nessa realidade, sendo mencionado como um lugar que precisa de melhor manutenção e uso. De fato, a visita ao espaço tem aproveitamento limitado, mas uma obra de restauro e requalificação poderá possibilitar outras utilidades para as edificações, tais como: galeria de artes, restaurantes, salas de exposições, auditório, entre outros (Amapá, 2024).

Entre os códigos que mais se destacaram nessa categoria, encontram-se: i) “*Infraestrutura...*” (9), sem a qual a interiorização da atividade turística fica prejudicada devido à dificuldade de acesso – especialmente considerando que os atrativos naturais situam-se, em sua maioria, em municípios menores e mais distantes; ii) “*Não existe trabalho integrado...*” (8), indicando a ausência de governança participativa, uma vez que o *trade* turístico demonstrou não se sentir ouvido, incluído ou considerado na tomada de decisões e formulações de políticas públicas; e iii) “*Qualificação Profissional...*” (6), o que certifica a carência de investimentos em cursos de capacitação, educação profissional e superior.

Uma terceira categoria proposta foi denominada de “Equívocos”. Os códigos nela encontrados poderiam estar na primeira categoria, já que dizem respeito a realizações estatais tidas como estratégicas, bem-sucedidas e dignas de serem foco dos investimentos em turismo. O governo do estado, por exemplo, adota o turismo de “*Eventos*” (9) como principal política no setor, por meio da promoção de eventos

institucionais diversos e grandes “Shows” (2), enquanto a prefeitura destaca novas “Praças” (3), pontos turísticos e também promove shows.

Tudo isso poderia ser positivo, não fosse o discurso enfático em torno dessas realizações, o que reflete a falta de senso estratégico, bem como de valorização da vocação ecológica e das riquezas culturais amazônicas. Além disso, essas ações precisariam estar inseridas em uma política que integre todas as partes interessadas. Assim, impactos positivos seriam maximizados com ações construídas e executadas conjuntamente (Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino, 2022).

Os gastos com esses tipos de estratégias giram em torno de milhões de reais aos cofres públicos. Por um lado, a prefeitura ostenta praças, pontos turísticos e shows (Macapá, 2024); por outro, o governo do estado esbanja em shows, ainda maiores, de figuras artísticas nacionais (como Roberto Carlos e Alok) e em outros eventos com estruturas gigantescas (Amapá, 2024).

As imagens da Figura 9 apresentadas a seguir elucidam os discursos e demonstram o que tem dominado a narrativa dos entes públicos em torno do turismo:

Figura 9 - Foco do turismo amapaense pelos entes públicos



Fonte: Elaborado pelo Autor.

Não obstante o aumento do fluxo de turistas, os fornecedores de serviços

puramente turísticos (passeios, excursões, *city tours*, etc.) não perceberam um aumento significativo nas demandas por esses produtos – um possível sintoma da falta de integração e articulação no setor. Essa realidade ficou evidenciada nas falas de Tucunaré, representante dos operadores de turismo:

Mas eles (os turistas) não vieram comprando um roteiro para vir participar do evento. É aí que os governos não entendem. [...] Quando não tem agência envolvida, os guias envolvidos, todo o trade... uma parte do trade está envolvida: hospedagem, alimentação, transporte, ok!; mas o restante do trade que vende os passeios e roteiros, ele não está envolvido, porque o governo não entende isso.

[...]

Quando gestão de prefeitura e governo abrem a boca para dizer que por causa do evento que eles fizeram e das praças que eles fizeram trouxe mais turistas, não é a nossa realidade.

Sobre a estratégia de “turismo de ventos”, também se manifestou Tarumã:

A gente não consegue, cara. Por quê? Porque a gente está voltado e pensando em outras coisas. A gente está pensando em eventos grandes, quer fazer show disso, show daquilo outro, cara. Não vai ser isso que vai fazer a galera vir pro estado de fato. Não é isso, entendeu? Mas, enfim.

Quanto às praças e pontos turísticos, trata-se de um investimento em bens permanentes e de uso contínuo da população, os quais inclusive a cidade carecia bastante; mas, quanto aos shows, é um investimento insustentável e de retorno questionável. Caso houvesse uma gestão integrada do setor, uma oferta robusta seria construída e a experiência dos próprios visitantes teria sido enriquecida, com opções que só podem ser proporcionadas pela atuação dos profissionais do setor (Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020), o que aumentaria a possibilidade de repetição do destino nas próximas viagens.

Com as perguntas do eixo “Turismo e Educação Superior”, por sua vez, colheu-se as opiniões e o conhecimento dos entrevistados sobre: a existência de cursos de turismo no Amapá; as contribuições que o curso pode trazer, caso seja implantado; se o curso despertará interesse, atraindo alunos; áreas de atuação, perspectivas do mercado e as competências de atuação dos egressos.

Sobre a existência de cursos, os entrevistados manifestaram-se como exposto no Quadro 19:

Quadro 19 - Conhecimento da existência atual de cursos de turismo

	Eixo temático	Existência de cursos superiores de turismo no Amapá	
	Entrevistados	Frases	Categorias
Trade turístico	Samaúma	<i>“Desconheço”</i>	Desconhecimento
	Amazônida do Meio do Mundo	<i>“Não, não sei”</i>	
	Tarumã	<i>“Vamos lá, na verdade eu não sei, cara, nenhum curso é voltado turismo no estado”</i>	
	Tucunaré	<i>“Não, não que a gente tenha conhecimento”</i>	
	Camarão no Bafo	<i>“Atualmente não existe curso presencial. Nós temos instituições em outros estados que oferecem cursos online de graduação, principalmente cursos tecnológicos. A adesão ao que parece é muito limitada”</i>	Existência de cursos online
	Oca	<i>“Tem uns turismólogos”</i>	Existência (sem especificar modalidade)
IFAP	Tucumã	<i>“Não sei, não sei, porque como eu te falei eu estou voltando agora para o Amapá, então eu não sei se existe, possivelmente existe, no IFAP não”</i>	Desconhecimento
	Açaí	<i>“Eu não conheço”</i>	
	Reitora em exercício	<i>“Sim, eu sei, a gente tem várias instituições que oferecem esse curso”</i>	Existência (sem especificar modalidade)
Esfera Pública	Ente Municipal	<i>“Então, eu acredito que exista a distância”</i>	Existência de cursos online
	Ente Estadual	<i>“Presencial não. O que a gente vê, vez por outra, são cursos em EAD, instituições, até fora do estado mesmo, que aparecem aí, mas não aqui mesmo, não. Eu sou da última turma de turismo em 2009, inclusive, há muitos anos”</i>	

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quase houve unanimidade nas respostas desse questionamento, somente o(a) Reitor(a) em exercício do IFAP afirmou existirem cursos, mas sem especificar se seriam cursos a distância, como os outros entrevistados fizeram.

Para aprofundar a reflexão, considerou-se ser útil vislumbrar essa realidade em um contexto regional, assim se procurou conhecer a oferta de cursos de turismo pelas IES públicas da região Norte na base de dados do e-MEC. Por meio disso se constatou (ver Quadro 20) – confirmando as declarações acima – que os estados do Amapá, Acre e Rondônia não oferecem formação superior em turismo:

Quadro 20 - Cursos superiores de turismo nas IES públicas da região norte

Estado	Oferta	IES	Localidade	Modalidade
Acre/Amapá	Não	-	-	-
Amazonas	Sim	Universidade Estadual do Amazonas	Manaus Presidente Figueiredo	Bacharelado Presencial
Pará	Sim	Instituto Federal do Pará	Bragança	Tecnológico Presencial
		Universidade Federal do Pará	Belém	Bacharelado Presencial
Rondônia	Não	-	-	-
Roraima	Sim	Universidade Estadual de Roraima	Vários municípios	Tecnológico A distância
		Instituto Federal de Roraima	Boa Vista	Tecnológico Presencial
Tocantins	Sim	Universidade Federal do Norte do Tocantins	Araguaína	Tecnológico Presencial
		Instituto Federal do Tocantins	Palmas	
			Arraias	

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do e-MEC (Brasil, 2025).

Esse retrato aparentemente reflete o grau de prioridade do turismo em cada estado. Por exemplo, os estados do Amazonas e do Pará são reconhecidos como os principais destinos da região norte. Roraima, por sua vez, possui um ecoturismo forte⁵³, pois turistas do Brasil inteiro viajam para realizar a excursão até o Monte Roraima, dentre outras opções. O estado do Tocantins possui o Parque Estadual do Jalapão como seu atrativo mais significativo – também voltado para o ecoturismo, recebendo intensa visitação.

O debate sobre o turismo amapaense deve estar situado no cenário da região Norte, até porque a própria macrorregião ainda possui muitos desafios para despontar em nível nacional. Segundo o último Anuário Estatístico do Turismo (Brasil, 2022), somente os estados de São Paulo e Rio de Janeiro concentraram a chegada dos turistas internacionais ano de 2021 em 70,31%; em 2020 com 47,11%; e 56,84%, no ano de 2019⁵⁴. Esses dados revelam uma concentração, não só de turistas internacionais, mas do desenvolvimento econômico e do poder político na

⁵³Em consulta ao Cadastur, foi possível encontrar uma quantidade maior de empreendimentos ligados ao ecoturismo em Roraima (RR) do que no Amapá (AP), por exemplo: “Acampamento turístico” = 3 (RR) x 0 (AP), “Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva” 6 (RR) x 1 (AP) e “Transportadoras Turísticas” 34 (RR) x 2 (AP).

região sudeste. Portanto, não seria um absurdo afirmar que a realidade nacional favorece, naturalmente, destinos consolidados. Assim, gestores e profissionais turísticos nortistas devem esmerar-se na busca por soluções para os desafios da região, bem como para a superação da realidade aqui evidenciada.

O desenvolvimento e reconhecimento almejados somente serão alcançados por meio da organização e da profissionalização do setor, o que requer profissionais bem formados (Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020) – contribuição essa que uma IES pública pode proporcionar com excelência. A esse respeito os entrevistados expressaram (Quadro 21):

Quadro 21 - Opiniões sobre a contribuição de um curso de turismo

(continua)

	Eixo temático	Contribuição de um curso superior de turismo para o Amapá	
	Entrevistados	Frases	Categorias
Trade turístico	Samaúma	<i>“Ele vai contribuir, mas desde que o mercado absorva, porque já tivemos várias turmas formadas pelas faculdades, na época as faculdades Seama e IESAP, e infelizmente muitos profissionais não foram absorvidos pelo mercado”</i>	Positivo-hesitante
	Amazônida do Meio do Mundo	<i>“Sem dúvida nenhuma, nós temos essa necessidade hoje”</i>	Positivo
	Tarumã	<i>“Com certeza, com certeza. Acho que, assim, a gente capacitando as pessoas, a gente, com o curso superior, a gente consegue atender melhor essa demanda que a gente tem no estado. A gente conseguiria tratar o turista de uma forma melhor”</i>	
	Tucunaré	<i>“Sem dúvida [...] Então, a participação do bacharel turismólogo é essencial”</i>	
	Camarão no Bafo	<i>“Com toda certeza, como foi citado anteriormente, é o momento em que o setor passa por essa dificuldade com mão de obra [...] Então, é o momento de capacitar essa geração que está surgindo aí, que está crescendo, e também de melhorar a mão de obra existente”</i>	
	Oca	<i>“Olha, é igual eu falo, se a pessoa tem a experiência mas não tem o curso, aí vamos ter que fazer o curso pra uma pessoa que entra”</i>	
IFAP	Tucumã	<i>“[...] eu acho que ele vai fortalecer muito mais isso, porque ele vai preparar toda essa base, vai preparar pessoas para estarem atuando nesse meio, vai preparar”</i>	

⁵⁴Deve-se considerar que 2020 e 2021 foram anos pandêmicos, ainda assim, em anos normais essa realidade ainda prevalece, como se observa no ano de 2019.

(conclusão)

	Eixo temático	Contribuição de um curso superior de turismo para o Amapá	
	Entrevistados	Frases	Categorias
IFAP	Açaí	<i>“Então, o IFAP, por exemplo, promovendo essa qualificação daqui a 4, 8 anos, você vai ter essas pessoas ocupando espaços de poder e decisão”</i>	Positivo
	Reitora em exercício	<i>“Certamente, porque o curso superior te dá uma formação profissional em uma área, e se você tem essa demanda aqui no estado Amapá, o ideal é que você tenha uma formação técnica profissionalizada, e os cursos superiores”</i>	
Esfera Pública	Ente Municipal	<i>“[...] há necessidade, sim, de ter um nível superior, um estudo de ensino superior voltado para o turismo, para que a gente possa desenvolver políticas públicas sustentáveis [...] e para isso a gente teria profissionais bem mais preparados”</i>	
	Ente Estadual	<i>“nós estamos com o nosso trade, assim, vamos dizer, de turismólogos, já muito defasado, as últimas turmas já fazem quase 20 anos, nós não temos pós-graduações, especializações, mestrados no Amapá”</i>	

Fonte: Elaborado pelo autor.

A fala de Samaúma, no geral, não está no sentido proposto pela pergunta. Apesar desta retratar uma realidade vivenciada por egressos de variadas áreas do conhecimento, em específico ao mercado de turismo local, deve trabalhar em prol de uma perspectiva diferente: a recepção e o destaque desses profissionais – como exemplificado anteriormente nas falas de Açaí, onde este participante relatou que as empresas locais acolheram os egressos do curso de turismo em que atua. Todavia, tal acolhimento somente será possível por meio do diálogo e das parcerias prévias entre o IFAP, o mercado e o setor público, além de uma política de egressos. Algo que não se observou nas instituições privadas que exploraram, de forma mercantil, o curso de turismo na primeira década dos anos 2000 (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019).

Convém resgatar os pareceres de Apostu *et al.* (2022) e Rasethuntsa (2022), que permitem afirmar que a ausência de um curso superior oferecido por instituição pública – capaz de articular o ensino, a pesquisa e a extensão – tem sido algo danoso ao setor do turismo no estado do Amapá. Afinal, são os profissionais altamente capacitados os responsáveis pelo aprimoramento da cadeia produtiva.

Partindo para outra indagação, se investigou a capacidade da oferta atrair alunos para o curso, e assim acenaram os entrevistados (Quadro 22):

Quadro 22 - Opiniões sobre o interesse das pessoas em relação ao curso

Eixo temático		Interesse das pessoas na oferta de um curso superior de turismo	
Entrevistados		Frases	Categorias
Trade turístico	Samaúma	<i>“[...] eu acho que despertaria o interesse [...] mas como o Amapá ainda não respira o turismo, eu acho que teria que ser feito com muita cautela [...] para não gerar profissionais frustrados, nessa linha que é a minha preocupação”</i>	Positivo-hesitante
	Amazônida do Meio do Mundo	<i>“Olha, hoje eu acredito que sim. E como o turismo vem se desenvolvendo bastante aqui no estado, eu acredito que as expectativas sejam as melhores”</i>	Positivo
	Tarumã	<i>“Com certeza, cara, com certeza. A preparação, o conhecimento, isso aí é algo que, assim, diferencia muito de quem não tenha”</i>	
	Tucunaré	<i>“ter mais pessoas novas com visões melhores para de repente desenvolver isso a mais, então realmente isso me deixa muito feliz e espero que dê certo”</i>	
	Camarão no Bafo	<i>“E o que a gente percebe é que nesse exato momento nós passamos por um apagão de mão de obra não só no Amapá, mas também no Brasil por conta da diminuição do desemprego e também a possibilidade de ter um curso presencial com o mínimo de horas para capacitar profissionais que possam ser absolvidos pelo setor hoteleiro, setor de transporte, setor de alimentação fora do lar, setor de eventos, com certeza iria melhorar a prestação do serviço, iria melhorar a governança do turismo e com certeza todo setor iria ganhar”</i>	
	Oca	<i>“aqui mesmo a procura é pouca, o que vai mais é da raça mesmo”</i>	Positivo-hesitante
IFAP	Tucumã	<i>“Eu acredito que teria”</i>	Positivo
	Açaí	<i>“Bom, a minha expectativa é que sim, que haveria interesse, porque tem uma lacuna, não tem essa formação”</i>	
	Reitora em exercício	<i>“Sim, com certeza despertaria o interesse, a gente tem público para turismo”</i>	
Esfera Pública	Ente Municipal	<i>“esses profissionais que hoje nós temos aqui, eles têm essas experiências, agora imagine a gente tendo o ensino superior”</i>	
	Ente Estadual	<i>“Eu acredito que sim, pelo momento que nós estamos vivendo, né? [...] agências de viagens estão sendo criadas, restaurantes a gente está vendo estão sendo criados, meios de hospedagem estão aí em processo de finalização”</i>	

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maior parte dos posicionamentos se demonstraram favoráveis. Todavia, mais uma vez, a fala de Samaúma chamou atenção. Trata-se de uma preocupação justa, pois a contribuição de um curso superior deve envolver, obviamente, o avanço social e profissional de seus egressos. No entanto, o contexto relatado por esse

entrevistado diz respeito a um período em que os cursos de turismo eram “moda”, como apontado por Bonfim, Bassinello e Freitag (2019). As instituições de ensino particulares do Amapá atuaram nesse período com o curso de turismo; porém, findada a “moda”, deixaram de oferecer o curso e, atualmente, não parecem ter esse interesse. Tampouco buscam interiorizar a oferta, como se observa no Quadro 23:

Quadro 23 - IES privadas em atuação no Amapá

Instituição	Sigla	Localidade
Centro de Ensino Superior do Amapá	CEAP	Macapá
Faculdade Anhanguera de Macapá	-	Macapá
Faculdade Brasil Norte	FABRAN	Macapá
Faculdade de Ciências da Amazônia	FCA	Macapá
Faculdade de Ensino Superior da Amazônia	FESAM	Macapá
Faculdade de Tecnologia do Amapá	META	Macapá
Faculdade de Teologia e Ciências Humanas	FATECH	Macapá
Faculdade Estácio do Amapá - Estácio Amapá	-	Macapá
Faculdade Estácio Macapá - Estácio Macapá	-	Macapá
Faculdade Integrado de Macapá/Ap	-	Macapá
Faculdade Madre Tereza	FAMAT	Santana
Instituto de Ensino Superior do Amapá	IESAP	Macapá
Instituto Macapaense de Ensino Superior	IMMES	Macapá
Unama Faculdade da Amazônia de Macapá	UNAMA	Macapá

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do e-MEC (Brasil, 2025).

Uma oferta educacional em turismo, atualmente, estará inserida em um contexto totalmente diferente, com uma abordagem mais realista, não mercantilizada e em um cenário em que o turismo realmente começa a ser visto com outros olhos. Uma das formas de não gerar esses “*profissionais frustrados*” (Quadro 22) e atrair o interesse para participação no curso, será deixar claro que este curso pretenderá entregar à sociedade um egresso com perfil autônomo, empreendedor e proativo (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023; Rigoldi *et al.*, 2020 e Ndou, Mele e Del Vecchio, 2019), capaz de observar tendências e adequar-se a elas (Shi, Cai e Wolfe, 2022). Tal como expresso nas falas, sobre atuação profissional, de Tucunaré: “*Não adianta você só se formar em qualquer área e ficar ali esperando o serviço. Você tem que se capacitar, se orientar, acompanhar*”. Outra fala, no mesmo sentido,

foi a de Camarão no Bafo: “*um profissional que esteja atento às dinâmicas do mercado*”.

Com isso, refletiu-se também sobre a situação dos mercados que receberão estes alunos após formados, algo que pode também os atrair. Sobre o que, as opiniões dos entrevistados foram resumidas no Quadro 24:

Quadro 24 - Opiniões sobre as perspectivas dos egressos no mercado

	Eixo temático	Perspectivas para atuação dos egressos	
	Entrevistados	Frases	Categorias
Trade turístico	Samaúma	<i>“É a questão mesmo que o mercado é muito cruel, o mercado é muito cruel não só no Amapá”</i>	Negativo
	Amazônida do Meio do Mundo	<i>“[...] como o turismo tem se desenvolvido aqui, eu creio que essa demanda também aumente, né?”</i>	Positivo-hesitante
	Tarumã	<i>“Acho que é acreditar no estado Amapá, acreditar no potencial, no desenvolvimento que a gente tem, no que a gente pode fazer”</i>	
	Tucunaré	<i>“[...] em vários pontos turísticos, em vários pontos dentro do estado, que é um déficit que nós temos há muito tempo. Você vai nas secretarias estaduais e municipais e pontos de interesse do turismo e não temos o técnico da área”</i>	
	Camarão no Bafo	<i>“é um setor que tem inúmeras possibilidades ao profissional”</i>	
	Oca	<i>“Olha, deveria ser em todas as áreas, porque ele, até então, a teoria ele sabe, recebe e sai destrinchando alguma coisa que pode ser feita de melhor”</i>	
IFAP	Tucumã	<i>“[...] teria mercado para essa pessoa atuar depois”</i>	Positivo
	Açaí	<i>“Eu acredito que, como eu estou falando, o mercado está aí, então tem pessoas trabalhando. Talvez as pessoas ou tenham uma formação que não é feita aqui, ou elas não tenham uma formação adequada para atuar no setor”</i>	
	Reitora em exercício	<i>“ [...] mas eu acredito que mais é na parte ecológica, como o turismo ecológico, tem Bioparque, [...] tem os balneários, tem as belezas naturais, que são muito bons, tem as unidades de conservação, que são as áreas preservadas também, então seria aí nessa parte com as belezas naturais mesmo”</i>	
Esfera Pública	Ente Municipal	<i>“turismo de natureza, para o ecoturismo, para o turismo de culturas tradicionais”</i>	
	Ente Estadual	<i>“A gente, na área privada, a gente vê, tenho colegas que trabalham em agência de viagem, na parte de emitir, o receptivo, a gente vê os guias trabalhando de forma atuante [...] e no setor público, no setor público a gente já vê nas prefeituras [...] a gente está vendo a valorização, assim, aos poucos desses profissionais”</i>	

Fonte: Elaborado pelo autor.

Corroborando a maior parte dessas perspectivas, no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo CAGED) observou-se um avanço contínuo no número de empregos formais das atividades ligadas ao turismo, as quais enquadram-se, principalmente, no grupamento de Alojamento e Alimentação, que inclui empregos gerados pelos diversos meios de hospedagem e alimentação preparada. Além destes, o MTur leva em conta ainda os empregos ligados ao grupamento Arte e Cultura⁵⁵ (Brasil, 2025); considerou-se também o grupamento Recreação e Lazer, como capaz de ser influenciado e beneficiado pelo turismo, dada a configuração da CPT outrora estabelecida. Isto posto, o Amapá apresentou o seguinte panorama nos de 2021 a 2025 (Quadro 25):

Quadro 25 - Evolução do número de empregos gerado pela CPT no Amapá

Grupamentos		2021	2022	2023	2024	2025 ⁵⁶
Turismo	Alojamento	602	624	674	670	695
	Alimentação	2433	2577	2898	3402	3541
	Arte e Cultura	17	15	18	18	18
	Recreação e Lazer	67	93	98	115	121
TOTAL		3119	3309	3688	4205	4375

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do Novo Caged.

Nestes dados, observa-se um crescimento contínuo na geração de empregos nos últimos 5 anos; sendo que, em comparação entre os anos 2021 e 2025, o aumento ocorrido foi de 40,26%, o que é um excelente indicador.

Para contribuir com a caminhada dos futuros egressos serão necessárias parcerias que possibilitem estágios acadêmicos que, por sua vez, poderão naturalmente se desdobrar em inserção profissional, tanto no setor privado quanto no público. O estágio, assim, constitui não só uma exigência pedagógica, mas uma estratégia de aprendizagem real e de aproximação junto ao mercado. Por isso, é apontado pela literatura como essencial na formação (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023; Rasethuntsa, 2022; Sincharoenkul e Witthayasirikul, 2022; Lopes *et al.*, 2021; Vieira *et al.*, 2021 e Thapa, 2019). Além disso, a partir de uma política de

⁵⁵Considerou-se os subgrupamentos Atividades Artísticas, Criativas e de Espetáculo e Atividades Ligadas ao Patrimônio Cultural e Ambiental.

⁵⁶Dados parciais de 2025. Consulta realizada em: 01 de abril de 2025.

egressos, o IFAP poderá executar outras estratégias de apoio, tais como: feiras de empregos; editais para contratação de professores externos, para atuarem temporareamente nos cursos FIC; formação contínua, a partir pós-graduações; etc.

Com eixo temático “Atuação Profissional no Mercado Turístico”, foram sondadas, junto aos entrevistados, as possíveis áreas de atuação e as competências consideradas necessárias para os egressos se destacarem no mercado turístico. Quanto as áreas de atuação, expõe-se abaixo (Quadro 26) as mais citadas, divididas em três categorias, cabendo esclarecer que algumas áreas foram consideradas mistas, de modo que se fazem presentes em mais de uma categoria, tais como: “*Parte acadêmica*” e “*Organização Comunitária*”.

Quadro 26 - Opinião sobre áreas de atuação proeminentes no turismo

Eixo temático	Áreas de atuação do profissional de turismo		
	Frequência de Ocorrência		Códigos mais frequentes
Categorias	Absoluta	Percentual	
Setor Privado	35	70%	<i>Hotelaria, Hospedagem (5), Restaurantes, Alimentação (4); Agências de turismo/viagem (4); Guia, Guiamento (4); Bares (3); Eventos (2); Profissionalização, capacitação (2); Gestão de empreendimentos; Transporte; Parques temáticos; Venda de passagens; Receptivo; Turismo pedagógico; Parte acadêmica; Turismo ecológico; Publicidade do turismo; Formatação de produtos; Consultoria</i>
Setor Público	14	28%	<i>Setor público (5); Gestão e Planejamento Turístico (3); Profissionalização, capacitação (2); Elaboração de políticas públicas, Políticas Públicas (2); Parte acadêmica; Organização Comunitária</i>
Terceiro Setor	1	2%	<i>Organização Comunitária</i>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os tradicionais segmentos do turismo, pertencentes ao “Setor Privado”, podem ser vistos como os mais recorrentes nas respostas: “*Hotelaria...*” (5), “*Restaurantes...*” (4) e “*Bares*” (3), “*Agência de turismo/viagem*” (4) e “*Guia/Guiamento*” (4). O graduado em turismo deve ocupar espaços de gestão nestes setores; pois, o objetivo final desta formação não é o de executar tarefas operacionais – como “*Vendas de passagens*”, conforme expressou um(a) entrevistado(a). Assim, a realidade de precarização precisa ser superada

(Kronenberg e Fuchs, 2022), culminando na importância deste profissional no gerenciamento estratégico, comercial e administrativo das atividades turísticas (Rigoldi *et al.*, 2020).

Neste aspecto, para confirmar os dados do Quadro 26, demonstra-se os dados obtidos no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur)⁵⁷ – em que as empresas dos principais serviços turísticos têm a obrigação de se cadastrar. No Quadro 27, ficam evidenciados os setores predominantes:

Quadro 27 - Prestadores turísticos no Amapá constantes no Cadastur

Categoria	Quantidade de Prestadores
Agência de Turismo	106
Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares	87
Guias de Turismo	76
Meios de Hospedagem	65
Organizadora de Eventos	37
Prestador de Infraestrutura de Apoio para Eventos	31
Prestador Especializado em Segmentos Turísticos	24
Casa de Espetáculos e Equipamento de Animação Turística	3
Transportadora Turística	2
Locadora de Veículos para Turistas	2
Empreendimento de Apoio Náutico ou à Pesca Desportiva	1
Parque Aquático e Empreendimento de Lazer	1

Fonte: Elaborado pelo autor com base no Cadastur.

Quanto ao “Setor Público”, infelizmente, a inserção desses egressos não é garantida. No Governo do Estado do Amapá nunca houve concurso público para a área; por sua vez, a esfera municipal de Macapá também não contempla esses profissionais, pois as funções técnicas turísticas são ocupadas por indivíduos que não possuem formação na área – como relatou o entrevistado Tucunaré:

Você vai nas secretarias estaduais e municipais e pontos de interesse do turismo e não temos o técnico da área. Tem formado aí, mas ele não está inserido na área. Então, não se entendeu ainda a gestão de governos tanto estadual quanto municipal, não entendeu a importância desse profissional. E aí o contrata qualquer um para aquela área, dá o cargo para qualquer um, menos para o profissional da área.

⁵⁷ Estabelecido pela Lei n.º 11.771/2008 e regulamentado pela Portaria Mtur n.º 38/2021.

Para confirmar essa realidade, solicitou-se às secretarias estadual e municipal de turismo – via e-SIC⁵⁸ – informações sobre os seus quadros funcionais, dentre as quais: a descrição dos cargos ocupados (comissionados ou efetivos) e a formação dos indivíduos que os ocupam. Para essa avaliação, foram destacados, principalmente, os setores técnicos em turismo, além de outros estratégicos e da alta gestão, conforme evidenciado no Quadro 28:

Quadro 28 - Inserção de graduados em turismo nas secretarias de turismo no Amapá

Secretaria Estadual de Turismo/SETUR		Instituto Municipal de Turismo/MacapaTur	
Função/Cargo	Formação	Função/Cargo	Formação
Secretaria de Estado de Turismo	Direito	Diretora Presidente da MacapaTur	Pedagogia
Chefe de Gabinete	Direito/Turismo	Diretor Adjunto	Geografia
Diretor do Depart. de Planejamento do Turismo	Turismo	Diretor do Depart. de Desenvolvimento do Turismo	Redes de Computadores
Diretor do Depart. de Desenvolvimento do Turismo	Turismo	Chefe da Divisão de Marketing	Técnico em Estradas/Engenharia Civil (cursando)
Chefe de Relações com Mercado	Turismo	Chefe da Divisão de Programas de Turismo	Ensino Fundamental
Chefe da Divisão Difusão e Atendimento	Turismo	Chefe da Divisão de Planejamento Turístico	Ensino Médio
Chefe da Divisão de Fortalecimento do Turismo	Administração	Técnico em Turismo	Turismo
Chefe da Divisão de Operacionalização	Turismo	Monitor Turístico	Ciências Contábeis
Secretária Executiva	Turismo	Monitor Turístico	Administração
Agente Administrativo	Turismo	Monitor Turístico	Ensino Médio
-	-	Monitor Turístico	Ensino Médio
-	-	Monitor Turístico	Ensino Médio
-	-	Monitor Turístico	Ensino Médio
-	-	Monitor Turístico	Ensino Médio

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de informações disponibilizadas pelos órgãos.

⁵⁸ Sistema Eletrônico de Informações ao Cidadão (e-SIC), criado em observação à Lei n.º 12.527, de 18 de novembro de 2011, que regula o direito de acesso às informações públicas, previsto constitucionalmente e que deve ser observado por todos os entes – União, Estados, Distrito Federal e Municípios (Brasil, 2020).

Nesta dissertação, propõe-se que a atuação do profissional em turismo possa se constituir de maneira transformadora (Prince, 2020). No entanto, para que isso ocorra, o emprego de seus conhecimentos precisa ser viabilizado, especialmente por entes públicos, os quais devem primar pela eficiência e pela escolha de seus agentes com base em critérios técnicos.

Apesar de nunca ter sido realizado concurso para a área de turismo na SETUR, entre seus 34 servidores observou-se uma boa inserção de graduados em turismo, contendo 7 destes profissionais em seu quadro. Estes ocupam, primordialmente, chefias técnicas da atividade turística (cargos comissionados), mas também funções administrativas e estratégicas de elevada importância, como o cargo de Chefe de Gabinete. Somente uma função técnica turística não é ocupada por um bacharel em turismo: a Divisão de Fortalecimento do Turismo, que é ocupada por um Administrador. Algo que, na percepção deste autor, é inadequado; pois, apesar de serem áreas que possuem uma estreita relação interdisciplinar, a formação do bacharel em Administração não costuma abarcar disciplinas que tratem do fenômeno turístico. No entanto, sobre os graduados listados no Quadro 28, não fora averiguado se estes possuem alguma pós-graduação que sanasse essa lacuna.

Ao responder sobre o diferencial da atuação de de profissionais graduados em turismo, o(a) turismólogo(a) representante da SETUR mencionou que o perfil técnico traz benefícios à gestão estadual do turismo amapaense:

“Sim, nós temos aqui, não só graduado em turismo, nós temos na área de Direito, Administrativo, professores também na área de Biologia, que nos ajuda muito também em alguns aspectos ambientais, né, a gente tem essa compreensão do meio ambiente, nós temos também na área de Direito, Administração e nós temos 7 turismólogos, né?, e o que a gente vê nesse saldo positivo de 7 turismólogos aqui, que a linguagem ela é mais fácil, a compreensão, a comunicação com relação aos temas, a gente não vê dificuldade, né?, como por exemplo, quando eu estava em outro lugar que era turístico, mas era só eu turismólogo, então é uma dificuldade um pouco maior, você falar, você dar uma ideia, as pessoas compreenderem e aí partir para uma ação e o resultado. Aqui não, a gente já consegue criar, administrar e colocar em prática, certo, desde que o gabinete já aprovando tudo”

Por outro lado, dentre os 31 servidores da Secretaria de Turismo de Macapá (MacapaTur), somente um é graduado em turismo. Este servidor ocupa o cargo efetivo de Técnico de Turismo, sem acumular nenhuma outra função (comissionada)

estratégica. Além deste, outros 7 servidores são efetivos – todos ocupantes do cargo de Monitor de Turismo –, sendo que somente 2 possuem graduação em nível superior (Ciências Contábeis e Administração) e os demais somente nível médio. Investigando mais a fundo, o Portal da Transparência (Macapá, 2025) detalha que todos esses cumprem carga horária de 20 horas semanais. Além disso, os servidores que possuem nível superior têm salários mais elevados. Como listado no Quadro 29, a seguir:

Quadro 29 - Diferenças salariais entre servidores efetivos graduados e não graduados da MacapaTur

Cargo	Formação	Salário	Média Salarial
Técnico em Turismo	Turismo	R\$ 3.637,88	R\$ 4.195,84
Monitor Turístico	Ciências Contábeis	R\$ 3.102,16	
Monitor Turístico	Administração	R\$ 5.847,49	
Monitor Turístico	Ensino Médio	R\$ 2.114,53	R\$ 2.538,44
Monitor Turístico	Ensino Médio	R\$ 1.915,20	
Monitor Turístico	Ensino Médio	R\$ 3.305,75	
Monitor Turístico	Ensino Médio	R\$ 2.004,14	
Monitor Turístico	Ensino Médio	R\$ 3.352,58	

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de informações do Portal da Transparência (Macapá, 2025).

É possível que tais diferenças salariais ocorram em virtude de regras de progressão funcional que normalmente têm por critérios: a antiguidade, o mérito, a capacitação profissional e a formação acadêmica. Algo que não se pôde detalhar, pois requeria uma análise documental mais aprofundada sobre cada servidor. Além disso, o Estatuto dos Servidores Públicos de Macapá – Lei Complementar n.º 122/2018 – foi novamente outro documento do ente municipal que não foi encontrado disponível na internet.

Acerca dos servidores com vínculo comissionado, nenhum possui graduação superior em turismo – entre estes, um possui nível médio e outro nível fundamental. Pelos alicerces dessa investigação, compreende-se que esse quadro é inadequado para uma pasta pública competente pela gestão do turismo municipal, na medida em que graduados em turismo são os que detêm o conhecimento científico e técnico para o planejamento e o gerenciamento desta atividade (Rigoldi *et al.*, 2020).

Portanto, recomenda-se que, ao menos, o quadro de cargos estratégicos e de gestão da MacapaTur, específicos em turismo, seja ocupado por profissionais graduados na área, exatamente como visto na SETUR.

Expõe-se, a seguir, (Quadro 30), as principais competências, habilidades e qualidades apontadas pelos entrevistados para uma atuação diferenciada no mercado turístico. Para categorização dos códigos, optou-se pela classificação utilizada por Xu *et al.* (2022) – *Hard Skills* e *Soft Skills* –, acrescida da categoria “Competências Mistas”, oriunda das reflexões deste estudo.

Quadro 30 - Opinião sobre competências necessárias no turismo

Eixo temático	Competências e habilidades para atuação no mercado turístico		
Categorias	Frequência de Ocorrência		Códigos mais frequentes
	Absoluta	Percentual	
<i>Hard Skills</i>	21	42,86%	<i>Sustentabilidade, Sensibilidade às questões sociais, ambientais, culturais, Questões ambientais, ESG (4); Inovação, Tecnologia, Inteligência Artificial (3); Noções sobre hotelaria (2); Noções de transporte e logística; Escrever; Planejar (2); Governança (2); Atendimento; Noções sobre organização de eventos; Noções sobre bebidas e alimentos; Noções de gestão pública; Conhecimento de normas e legislação; Elaboração de projetos; Idioma (francês); Saber sobre malha aérea</i>
<i>Soft Skills</i>	17	34,70%	<i>Dinamismo (2); Atualizado; Informado; Saber ouvir; Humildade; Empatia; Gostar de servir; Espírito de equipe; Network; Motivado; Interesse; Atento às dinâmicas do mercado; Gostar do que faz; Trato; Criar; Colocar em prática</i>
Competências mistas	11	22,44%	<i>Busca por conhecimento, Conhecimento, Pesquisar, Estudar (7); Comunicativo (2); Eloquência, saber falar (2)</i>

Fonte: Elaborado pelo autor.

A categoria com mais códigos diz respeito às *Hard Skills* – competências desenvolvidas por métodos de ensino-aprendizagem (treinamentos, capacitações, cursos etc.). Compreende-se que isso ocorreu pelo fato de que as atividades turísticas profissionais estão inseridas, majoritariamente, em contextos organizacionais privados, ligados à atividade econômica em si (hotelaria, eventos, transporte turístico, alimentação). Isso ficou espelhado em abordagens de

pesquisadores como Gavurova, Suhanyi e Rigelsky (2020) e Maráková e Dzúriková (2022), que se debruçaram mormente sobre os aspectos econômicos do turismo, uma vez que estes são os que movem o setor. Contudo, em busca de um equilíbrio, não deixaram de contemplar questões ligadas à sustentabilidade – à “*sensibilidade às questões sociais, ambientais, culturais*”, assim como expressou o entrevistado Camarão no Bafo (p. 123).

Deve-se esclarecer o posicionamento dessa “competência sustentável” (Farsari, 2022) na categoria *Hard Skills*. Popularmente, o conceito de sustentabilidade é tido como apenas um exercício de consciência para orientar atitudes ambientalmente responsáveis (Zhang e Tavitiyaman, 2022). Mas, na realidade, é um conhecimento sistemático e estruturado capaz de proporcionar diversos benefícios, tanto para a organização onde são implementadas suas práticas, quanto para as partes por ela impactadas. Justamente por isso, este escopo tem se tornado uma tendência curricular global (Gavinolla *et al.*, 2023). Logo, ter sido a competência mais mencionada nesta categoria (4) foi um resultado importante.

Curiosamente, a segunda competência mais mencionada diz respeito à “*Inovação, Tecnologia...*” (3). Em verdade, ambas competências (“*Sustentabilidade*” e “*Inovação*”) devem ser combinadas para a formação de profissionais aptos para os desafios que o turismo terá no futuro. Dessa maneira, as disciplinas ligadas a essas competências trarão reflexões a fim de harmonizar abordagens humanísticas, econômicas, ambientais e tecnológicas, como apontado por Shi, Cai e Wolfe (2022).

Na categoria *Soft Skills* somente uma competência foi recorrente: “*Dinamismo*” (2). No entanto, outras foram mencionadas, a exemplo de “*Saber ouvir*” (1), “*Humildade*” (1), “*Empatia*” (1) e “*Gostar de servir*” (1). Tais menções podem ser vinculadas ao aspecto humanístico necessário ao acolhimento empregado pelo profissional de turismo aos visitantes – como foi reverberado nos discursos dos entrevistados. O que encontra guarida nas proposições de Lucia *et al.* (2021), ao passo que estes autores propõem a formação de profissionais aptos a conduzirem relações de respeito e terem uma postura positiva ante as diferenças culturais e comportamentais encontradas no cotidiano do turismo.

Também nessa seara, Bernardi (2021) estabeleceu uma profunda reflexão ética sobre a formação profissional, apresentando a necessidade de profissionais turísticos tolerantes, responsáveis e éticos. Estando em consonância com as narrativas de Shi, Cai e Wolfe (2022), que também propõem o desenvolvimento de competências pessoais como: empatia, humildade e habilidades interculturais. Essas qualidades tendem a aperfeiçoar o atendimento aos clientes e o desenvolvimento de “*Network*” – o que é relevante no mundo dos negócios, pois possibilita a abertura de parcerias e oportunidades profissionais.

4.4.1. Quadro-Resumo da Análise de Conteúdo

Para encerrar a etapa de análise de conteúdo, elaborou-se o Quadro 31 abaixo, a fim de demonstrar os resultados alcançados de forma resumida e objetiva:

Quadro 31 - Quadro-Resumo da Análise de Conteúdo

Eixo Temático	Resultados por Categorias	Tipo de Categoria
Desenvolvimento do turismo no Amapá pela visão dos entrevistados – Quadro 18	Perspectivas (aspectos positivos): 74 códigos Desafios (aspectos negativos): 55 códigos Equívocos (erros de condução): 14 códigos	<i>A posteriori</i>
Existência de cursos superiores no Amapá – Quadro 19	Desconhecimento: 6 entrevistados Existência de cursos online: 3 entrevistados Existência (sem especificar modalidade): 2 entrevistados	<i>A posteriori</i>
Contribuição de um curso superior de turismo para o Amapá – Quadro 21	Positivo: 10 entrevistados Positivo-hesitante: 1 entrevistado	<i>A posteriori</i>
Interesse das pessoas na oferta de um curso superior em turismo – Quadro 22	Positivo: 9 entrevistados Hesitante: 2 entrevistados	<i>A posteriori</i>
Perspectivas para atuação dos egressos – Quadro 24	Positivo: 9 Positivo-hesitante: 1 Negativo: 1 entrevistado	<i>A posteriori</i>
Áreas de atuação do profissional de turismo – Quadro 26	Setor Privado: 35 códigos Setor Público: 14 Terceiro Setor: 1	<i>A posteriori</i>
Competências e habilidades para atuação no mercado turístico – Quadro 30	<i>Hard Skills</i> : 21 códigos <i>Soft Skills</i> : 17 códigos Competências Mistas: 11 códigos	<i>A priori</i>

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.5. Questionários aplicados aos servidores do IFAP

A investigação com abordagem quantitativa buscou conhecer a opinião dos servidores do IFAP – designados para as comissões de trabalho dos cursos FIC e técnico em turismo – sobre a proposição de um curso superior em turismo na instituição e sobre as competências elaboradas para o setor turístico.

Participaram desta etapa 20 respondentes dos 46 prováveis. Algo que não afeta a pesquisa, devido a sua amostra intencional não probabilística. Isto posto, sobre os perfis dos respondentes demonstra-se que:

- todos eram ou tinham sido servidores do IFAP;
- 18 eram docentes (90%) e dois eram técnicos (10%);
- 11 desses tinham um tempo de atuação de 01 a 03 anos (55%) no IFAP; dois de 04 a 05 anos (10%); dois de 06 a 07 anos (10%); e cinco de 08 a 10 anos de atuação (25%);
- somente um tinha formação em turismo;
- nenhum tinha pós-graduação em turismo; e
- cinco deles não tinham participado de trabalhos envolvendo turismo, apesar de constarem nas portarias.

Cabe relatar que, em geral, todos se demonstraram favoráveis ao curso. Ademais, suas formações enquadram-se em um perfil de corpo docente compatível ao turismo, sendo ligados à Administração (três), à Biologia (um) e à Letras (um). Partindo para a análise e demonstração dos dados, optou-se pela aplicação de cálculos percentuais e de média ponderada, o que demonstrou que as respostas sobre a contribuição de um curso de turismo no contexto amapaense apresentaram-se, majoritariamente, favoráveis. Com estas explicações apresentadas, a seguir são listados os posicionamentos colhidos destes participantes.

Ao indagar se um curso superior em turismo contribuiria para o desenvolvimento deste segmento no Amapá, as respostas foram assim registradas: 16 partícipes declararam que “provavelmente sim” (80%); três “Definitivamente sim” (15%) e somente um se posicionou como “Indeciso” (5%). Percentuais que culminaram em um score de 5,75. Posicionamento condizente com as opiniões

colhidas na abordagem qualitativa deste estudo.

Dessa maneira, pelos resultados logrados nas abordagens quali-quantitativas, nota-se uma concordância sobre o fato de a educação ser um pilar estratégico para o desenvolvimento de uma região – seja cidade, estado ou país (Apostu *et al.*, 2022; Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, 2020). Afinal, o surgimento de um ambiente de inovação depende do avanço da educação, da pesquisa e da interação entre o ambiente acadêmico e o corporativo (Lopes *et al.*, 2021).

A pergunta sobre se o Amapá precisa de um curso superior em turismo, ofertado por uma instituição pública de ensino, obteve os seguintes resultados: 13 respostas “Definitivamente sim” (65%), seis “Provavelmente sim” (30%) e novamente um “Indeciso” (5%). Essa pergunta incluiu a variável da atuação de uma IES pública – note-se que na pergunta anterior se indagou sobre um curso de turismo sem especificar se seria público ou privado –, obtendo novamente a maior parte das respostas favoráveis, com uma leve redução na positividade (*score* 5,6) em relação a questão anterior.

É possível que os respondentes não tenham conhecimento de que já se experimentou no Amapá a atuação de IES privadas no turismo. Apesar destas terem formado profissionais que até hoje atuam e são influentes no setor, suas atuações não foram impactantes em relação a pesquisa, extensão, articulações de parcerias público-privadas, etc. Algo que, somado ao término do fenômeno que tornou por um tempo o curso de turismo como “moda”, culminou na extinção dos cursos (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019).

Em continuidade, os partícipes foram questionados sobre a possibilidade de um curso superior de turismo ter êxito, especificamente no IFAP, em termos de atração de alunos. Foram dez respostas “Definitivamente sim” (50%), seis “Provavelmente sim” (30%) e desta vez quatro “Indeciso” (20%), com o *score* de 5,3. Essa pergunta se revelou uma das mais delicadas, pois conseguir atrair alunos, a ponto de compor uma turma com a ocupação do número total vagas ofertadas, é uma fase a ser vencida, sobretudo em se tratando de cursos poucos tradicionais ou que não estão “na moda”. Ao tratar deste aspecto, Neves e Pinto (2029) relatam alguns procedimentos, por eles encontrados nas normas dos institutos federais, sobre estudos prévios à criação de cursos:

- ✓ realizar estudos com instituições públicas e privadas para averiguar a necessidade de profissionais;
- ✓ avaliar o APL (Arranjo Produtivo Local);
- ✓ consultar órgãos patronais e trabalhadores.
- ✓ avaliar a concorrência na área do curso;
- ✗ aplicar questionários em escolas;
- ✗ dialogar com a comunidade;
- ✗ realizar consultas públicas.

Destaca-se que certos aspectos das estratégias acima elencadas foram abrangidos pela presente pesquisa – os quais estão marcados com o símbolo “✓” enquanto os não abrangidos com “✗”. Os procedimentos não aplicados constituem sugestões para futuros estudos que poderão ser desenvolvidos pela comissão de criação do curso. Sobretudo estes três últimos procedimentos eram inviáveis de serem executados nesta pesquisa, pois demandariam muito mais tempo, recursos, equipe com número de pessoas considerável, amostra estatisticamente razoável, articulações (com escolas e associações comunitárias) e divulgação. Além disso, sob o ponto de vista prático e utilitário, convém executá-los na localidade onde o curso vier a ser implantado.

Em sequência, analisam-se as respostas à décima pergunta, que trouxe ao debate alguns dos prováveis benefícios estratégicos para o IFAP em termos de atração de investimentos e reconhecimento da instituição perante a sociedade. Esta pergunta obteve 95% de respostas favoráveis e 5% de “Indeciso”, mas com um equilíbrio entre “Definitivamente sim” (dez) e “Provavelmente sim” (nove), o que resultou no *score* 5,45. Um curso de turismo pode abrir portas para a atração de recursos e gerar reconhecimento (Apostu *et al.*, 2022), mas isso depende de uma atuação articulada dos gestores educacionais e institucionais com as entidades públicas e privadas. Dessa maneira, é preciso pensar em toda uma mobilização que envolva reuniões, mesas redondas e divulgação massiva, pois isso tudo tende a atrair os olhares e despertar o interesse das pessoas.

Isso também se aplica para a consecução do que se espera pelo exposto na pergunta a respeito da possibilidade êxito do curso superior em turismo no IFAP em

termos de novas parcerias com outras instituições públicas e empresas privadas. Pela qual, 12 respostas foram “Definitivamente sim” (60%) e sete “Provavelmente sim” (35%), *score* de 5,55. É preciso ressaltar que essas parcerias precisarão ser ativamente buscadas, estimuladas e provocadas; pois, atualmente, a articulação no *trade* turístico e nos órgãos públicos da área se demonstrou deficiente, conforme expuseram os entrevistados.

Na realidade, o *trade* é acessível e almeja o diálogo e a sua inclusão. A maior dificuldade se observou na esfera pública, que não se demonstrou receptiva e interessada em parcerias fora dos apegos político-partidários – muito menos parcerias entre si, isto é, entre o ente estadual e o ente municipal. Porém, isso é algo que pode ser superado tendo em vista o excelente trânsito político e interinstitucional dos gestores do IFAP. Assim, a interação em hélice tríplice (setor produtivo, instituição de ensino e governo), proposta por Lopes *et al.* (2021), deve ser intensamente buscada.

As seguintes perguntas buscaram extrair um posicionamento atitudinal e pessoal dos respondentes, perante a proposta do curso de turismo no IFAP: “Você apoia a ideia de criação de um curso superior de turismo no IFAP?” obteve o segundo maior *score* (5,7); enquanto “Você participaria dos debates, estudos e demais atividades de criação de um curso superior de turismo no IFAP?” foi a que obteve o menor *score* (4,9): com quatro respostas negativas, sendo duas “Definitivamente não” e duas “Provavelmente não”. Curiosamente, as duas respostas “Definitivamente não” são de respondentes que afirmaram terem participado de atividades envolvendo turismo no IFAP.

Quanto à questão que avaliou as competências necessárias para os profissionais de turismo contemporâneos, suas idealizações foram baseadas nos discursos teóricos identificados pelas análises bibliométricas conduzidas nesta dissertação, bem como nas orientações de Brandão e Bahry (2014).

Para viabilizar as demonstrações daqui por diante, as competências serão identificadas de modo que a letra “C” remeta ao termo “Competência”, enquanto a numeração, a partir do número 14, remete à ordem em que cada uma foi listada no questionário constante no Apêndice D deste estudo. Restando assim identificadas no Quadro 32:

Quadro 32 - Identificação das competências nas demonstrações de resultados

Identificação	Competência
C14	Comunica-se com clientes e parceiros com assertividade, adequando sua linguagem a cada caso
C15	Relaciona-se com pessoas com cordialidade e respeito, demonstrando receptividade e atenção
C16	Cumprir preceitos ético-profissionais, tomando decisões amparadas por lei ou norma institucional
C17	Atenta-se para o respeito à dignidade da pessoa humana, especialmente com indivíduos mais vulneráveis
C18	Respeita diferenças culturais, facilitando interações entre visitantes e residentes
C19	Tem domínio satisfatório da língua inglesa para o atendimento de turistas
C20	Tem domínio satisfatório da língua espanhola para o atendimento de turistas
C21	Tem domínio satisfatório da língua francesa para o atendimento de turistas
C22	Implementa práticas sustentáveis com eficácia em processos produtivos turísticos
C23	Utiliza novas tecnologias, sem embaraço, para atender demandas empresariais, institucionais ou de atividades autônomas
C24	Trabalha em grupo com senso de coletividade, mantendo foco nos resultados almejados pela organização
C25	Aspira empreender com planejamento e responsabilidade, visando atuar autonomamente ou ter um negócio próprio
C26	Gerencia negócios com excelência, dominando aspectos comerciais, financeiros e de gestão de pessoas
C27	Apresenta ideias criativas de execução viável para resolução de problemas e melhoria de serviços e produtos
C28	Detém conhecimentos jurídicos aplicáveis ao setor, conduzindo negócios conforme normas e legislações, evitando situações problemáticas

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os resultados apreendidos nesta etapa observaram variações tênues, mas que, a partir dos cálculos descritivos aplicados (média ponderada), se traduziram em variações estatisticamente perceptíveis, mesmo que pouco significativas.

No Quadro 33 a seguir, se expõe como os resultados foram organizados para o cálculo do *score*. Elucidando melhor, encontrou-se o *score* por meio da soma dos valores resultantes “ $\sum (f_i \times v_i)$ ” da multiplicação da frequência “ f_i ” das respostas pelos pesos a elas atribuídos “ v_i ”, dividido pelo número total de respondentes “ $\sum f_i$ ”.

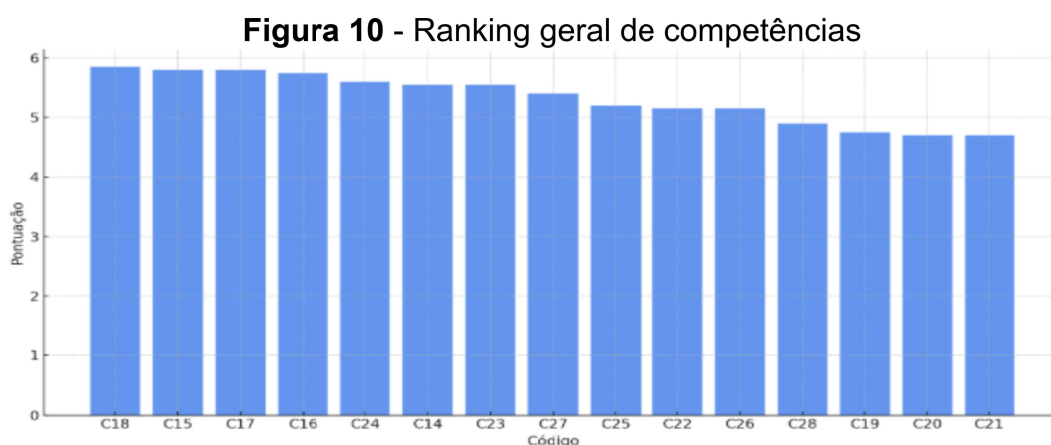
Isto é, Score Ponderado = $\sum (f_i \times v_i) / \sum f_i$.

Quadro 33 - Tratamento dos resultados (Questões sobre competências)

	Respostas ⁵⁹							Score Médio
	(fi×vi)						Total $\sum (fi \times vi)$	
C	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		
14	0	0	0	2 (8)	5 (25)	13 (78)	111	5,55
15	0	0	0	1 (4)	2 (10)	17 (102)	116	5,8
16	0	0	0	1 (4)	3 (15)	16 (96)	115	5,75
17	0	0	0	1 (4)	2 (10)	17 (102)	116	5,8
18	0	0	0	1 (4)	1 (5)	18 (108)	117	5,85
19	1 (1)	1 (2)	3 (9)	1(4)	5 (25)	9 (54)	95	4,75
20	1 (1)	1 (2)	1 (3)	3 (12)	8 (40)	6 (36)	94	4,7
21	1 (1)	1 (2)	3 (9)	2 (8)	4 (20)	9 (54)	94	4,7
22	0	1 (2)	1 (3)	1 (4)	8 (40)	9 (54)	103	5,15
23	0	0	0	1 (4)	7 (35)	12 (72)	111	5,55
24	0	0	0	1 (4)	6 (30)	13 (78)	112	5,6
25	0	0	1 (3)	3 (12)	7 (35)	9 (54)	104	5,2
26	1 (1)	0	0	2 (8)	8 (40)	9 (54)	103	5,15
27	0	0	0	2 (8)	8 (40)	10 (60)	108	5,4
28	1 (1)	1 (2)	0	3 (12)	7 (35)	8 (48)	98	4,9

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na Figura 10 a seguir, esses resultados compõem o ranking geral das competências, ordenado a partir dos scores observados no Quadro 33.



Fonte: Elaborado pelo autor com auxílio do ChatGPT.

⁵⁹ $\sum fi$ (20), isto é, 20 respondentes. Opções de respostas e, respectivos pesos, na mesma escala tipo Likert das perguntas anteriores: Não sei responder (1); Provavelmente não (2); Definitivamente não (3); Indeciso (4); Provavelmente sim (5) e Definitivamente sim (6).

Agora, ao se estabelecer um ranking por categorias das competências consideradas mais importantes pelos respondentes – com base na classificação de Xu *et al.* (2022) – torna-se possível visualizar o seguinte cenário (Quadro 34):

Quadro 34 - Demonstração de resultados (Ranking por categorias de competências)

Categoria	Descrição	Score Médio	
<i>Hard Skills</i>	C16 – Cumpre preceitos ético-profissionais, tomando decisões amparadas por lei ou norma institucional	5,75	5,08
	C23 – Utiliza novas tecnologias, sem embaraço, para atender demandas empresariais, institucionais ou de atividades autônomas	5,55	
	C22 – Implementa práticas sustentáveis com eficácia	5,15	
	C26 – Gerencia negócios com excelência, dominando aspectos comerciais, financeiros e de gestão de pessoas	5,15	
	C28 – Detém conhecimentos jurídicos aplicáveis ao setor, conduzindo negócios conforme normas e legislações, evitando situações problemáticas	4,9	
	C19 – Tem domínio satisfatório da língua inglesa para o atendimento de turistas	4,75	
	C20 – Tem domínio satisfatório da língua espanhola para o atendimento de turistas	4,7	
	C21 – Tem domínio satisfatório da língua francesa para o atendimento de turistas	4,7	
<i>Soft Skills</i>	C18 – Respeita diferenças culturais, facilitando interações entre visitantes e residentes	5,85	5,69
	C15 – Relaciona-se com pessoas com cordialidade e respeito, demonstrando receptividade e atenção	5,8	
	C17 – Atenta-se para o respeito à dignidade da pessoa humana, especialmente com indivíduos mais vulneráveis	5,8	
	C24 – Trabalha em grupo com senso de coletividade, mantendo foco nos resultados almejados pela organização	5,6	
	C27 – Apresenta ideias criativas de execução viável para resolução de problemas e melhoria de serviços e produtos	5,4	
<i>Competências Mistas</i>	C14 – Comunica-se com clientes e parceiros com assertividade, adequando sua linguagem a cada caso	5,55	5,37
	C25 – Aspira empreender com planejamento e responsabilidade, visando atuar autonomamente ou ter um negócio próprio	5,2	

Fonte: Elaborado pelo autor.

O primeiro aspecto que chamou atenção nesse ranking foi o *score* superior das *Soft Skills* (5,69) em relação às *Hard Skills* (5,08). Até mesmo as *Competências Mistas* foram consideradas mais importantes (5,37) que essa última categoria. Isso reforça a afirmação de Sincharoenkul e Witthayasirikul (2022), que indica que as

Soft Skills têm sido mais buscadas pelo mercado na contratação de profissionais. Afinal, tais competências se tratam de diferenciais que – acredita-se – não podem ser suscitados por treinamentos, mas somente aperfeiçoados por eles.

É importante mencionar também que esses resultados, de certa forma, se demonstraram opostos aos da abordagem qualitativa. Nessa abordagem, os entrevistados sugeriram que as competências *Hard Skills* eram mais relevantes do que as *Soft Skills*. Talvez isso tenha ocorrido pelas diferenças metodológicas dos instrumentos: enquanto nas entrevistas, a apresentação de competências ocorreu pelos próprios entrevistados de forma espontânea, imediata e sem estímulo; nos questionários foram apresentadas aos respondentes competências prontas, descritas de forma estruturada, além de construídas para o cenário organizacional e profissional turístico, e que puderam, provavelmente, ser analisadas uma a uma, com tranquilidade – algo que permitiu uma reflexão mais cautelosa.

Dentre as *Hard Skills*, as competências ligadas à Ética (C16) e à Novas Tecnologias (C23) foram as consideradas as mais importantes, respectivamente. Shi, Cai e Wolfe (2022), em seu diagnóstico, identificaram essas competências – complementemente distintas – se contrabalanceando na realidade do mercado turístico. Além disso, quantos às *Soft Skills*, propuseram a formação de “líderes éticos” capazes de apresentarem humildade cultural (C18) e empatia no trato (C17) com as pessoas.

Em seguida, diferentemente dessa primeira reflexão, Sustentabilidade (C22) e Gestão de Negócios (C26) são duas competências aqui propostas como complementares, as quais ficaram empatadas na terceira posição em *Hard Skills*. Tal afirmação se dá porque se compreendeu, conceitualmente, que estas duas competências devem instigar de planejamentos e ações objetivas a serem aplicadas em: contextos organizacionais e empresariais (Zhang e Tavitiyaman, 2022); elaboração de políticas públicas e econômicas (Kronenberg e Fuchs, 2022); e governança pública ou empresarial (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021). Por causa disso, precisam ser incluídas nos currículos acadêmicos (Gavinolla *et al.*, 2023) e desenvolvidas como competências (Farsari, 2022).

Outro comentário que se deve fazer sobre as *Hard Skills*, diz respeito àquelas cunhadas para se referir à necessidade de se dominar alguma língua estrangeira –

competências tidas como contextuais, que possuem grande importância local. Essa não pareceu ser, no entanto, a compreensão dos respondentes; pois, aparentemente, não analisaram bem o contexto turístico amapaense – afinal, a Língua Inglesa (C19) obteve o maior *score*. Apesar de o inglês ser o idioma mais exigido no mundo inteiro, no Amapá deve ser substituído, ou ser mantido em segundo lugar, em relação à Língua Francesa (C21), em função do intenso fluxo turístico advindo da Guiana Francesa.

Retomando as meditações sobre as *Soft Skills*, deve-se ressaltar que as 3 primeiras colocadas dizem respeito a um viés de relações humanas: Respeito intercultural (C18), Relacionamento Interpessoal (C15) e Humanidade (C17). O que recobra os apelos de Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022) para que as dinâmicas do turismo não objetifiquem as culturas locais; de Prince (2020), que traz para o centro do palco do turismo o ser humano e a sua morada – a Terra –, devendo, assim, ser priorizada a valorização dessas figuras e não meramente a busca por lucro e crescimento desenfreado; e de Lucia *et al.* (2021), ao propor gestões mais humanísticas: preocupadas com as próximas gerações, com empatia para com os desfavorecidos, respeito à natureza e busque a harmonia entre os povos e culturas.

5. ELABORAÇÃO DO PRODUTO TECNOLÓGICO – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

5.1. Caracterização do produto

- **Classificação:** o presente produto tecnológico é do tipo Relatório Técnico Conclusivo (RTC), no qual está inserido o exemplo “Relatório de projeto de pesquisa” (CAPES, 2019, p. 52). Se entendeu ser condizente ao presente conteúdo tal opção, uma vez que esse documento é constituído para sintetizar as fases, resultados e conclusões de uma pesquisa científica.
- **Finalidade:** em um primeiro momento, esse documento apresenta um diagnóstico dos cenários investigados sobre turismo amapaense, estruturado a partir de uma descrição sucinta de cenários e da prospecção de suas análises estratégicas (SWOT e TOWS). Já a segunda parte, trata da aplicação dos resultados em construções que caracterizam as proposições à criação do curso de turismo – Características Básicas do Curso, Proposta de descrição dos “Mercado e Atuação Profissional”, Proposta de “Perfil do Egresso e Competências” e Proposta de “Base Curricular”.
- **Organização:** Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ;
- **Discente:** Diego Samaro Belo Barriga;
- **Docente orientador:** Prof.º Dr. Rodrigo Amado dos Santos;
- **Linha de Pesquisa vinculada à produção:** Gestão da Inovação, Mercado e Políticas Públicas;
- **Dissertação vinculada:** Construção de uma Proposta de Criação de um Curso Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá (IFAP);
- **Data da defesa:** xx/xx/2025;
- **Setor beneficiado com o projeto de pesquisa, realizado no âmbito do programa de mestrado:** Instituto Federal do Amapá, principalmente gestores e servidores interessados na atuação e no desenvolvimento de ofertas educacionais em turismo;
- **Impacto da produção tecnológica:** o presente estudo possui múltiplos impactos, tais como: i) acadêmico, ao propor preceitos para construções curriculares; ii) prático, ao estabelecer para o âmbito educacional maneiras de

avaliar cenários de atuação; iii) societal, instigando debates em torno do desenvolvimento regional sustentável da Amazônia, especialmente para regiões e comunidades em desenvolvimento; e explicitando a relevância da educação para evolução das cadeias produtivas e para a inclusão social; e iv) político, a partir da avaliação do direcionamento das ações e investimentos em turismo por parte dos entes estadual e municipal; e da participação destes e de entidades representativas do *trade* turístico nas entrevistas;

- **Avanços tecnológicos/grau de inovação da produção tecnológica:** essa produção possui médio teor inovativo, ao combinar conhecimentos prévios para a construção final pretendida;
- **Aplicabilidade:** possui ampla replicabilidade, não estando limitado ao IFAP ou à área de conhecimento do turismo, uma vez que os preceitos investigativos – quais sejam: participação de *stakeholders*, avaliação sistemática de cenários e bibliometrias – podem ser aplicados em outros contextos institucionais e regionais de elaboração, criação ou atualização de cursos;
- **Complexidade:** o estudo apresentou uma alta complexidade na medida em que exigiu informações de variedade de fontes, tais como: literatura, normas e legislações, interessados internos, especialistas, *trade* turístico, entes estatais, fontes secundárias diversas (Novo Caged, Cadastur, Anuário Estatístico do Turismo, notícias, reportagens, redes sociais, documentos e normas do IFAP, etc.). Ademais, as análises em torno desses resultados exigiram, além de uma abordagem mista (quantitativa e qualitativa), reflexões interdisciplinares aprofundadas;
- **Financiamento:** sem financiamento;
- **A produção necessita estar no repositório?** Sim
- **Documentos Anexados (em PDF):** (x) Relatório Técnico Conclusivo

5.2. Descrição sucinta de cenários

Com base no problema de pesquisa – *Como os cenários econômico, mercadológico e curricular influenciam a construção de uma proposta de curso*

superior em turismo no IFAP? – tornou-se possível compreender os aspectos da realidade amapaense nela expressos, acrescentando-se um relato sobre a atuação da gestão pública em relação ao turismo. Esses dados respondem a questão supracitada e devem constar no RTC:

- *Econômico*: O estado do Amapá possui uma economia altamente dependente dos salários e investimentos públicos, tendo a Administração Pública participação em 46,4% do PIB Bruto (Amapá, 2023). Para atenuar essa dependência é necessário que outros setores econômicos sejam prestigiados, tal como as atividades que compõem a cadeia produtiva do turismo, que, segundo os dados do Novo Caged, de 2021 a 2025⁶⁰, tiveram um aumento de 40,26% (Brasil, 2025) na geração de empregos formais. Dessa forma, o setor turístico pode ser uma relevante opção para a dinamização da economia amapaense.

Resposta à questão de pesquisa: cenário favorável, na medida em que os dados demonstram um crescimento contínuo da atividade econômica.

- *Mercadológico*: O mercado turístico atualmente no Amapá tem se aquecido a partir dos investimentos públicos em infraestrutura, eventos, atrativos e na relação transfronteiriça com a Guiana Francesa. Nesse cenário, os setores de Agências de Turismo, Restaurantes e Bares e Meios de Hospedagens são os que mais empregam e possuem empresas formalizadas em atividade (Cadastur e Novo Caged). Resta, no entanto, estabelecer uma integração maior entre todos os atores que compõem essa cadeia produtiva, de tal forma que a oferta de produtos e serviços seja otimizada pela colaboração, integração e competição entre eles.

Resposta à questão de pesquisa: cenário favorável, mas de alta exigência, pois se faz crucial domínio de línguas estrangeiras, além de ter um perfil empreendedor, criativo e autônomo para não se limitar aos mercados mais tradicionais.

- *Curricular*: Os profissionais que pretendem atuar e empreender nessa área devem estar aptos a desenvolver projetos sustentáveis, valorizando a identidade local e ressaltando a biodiversidade preservada do estado. As

⁶⁰Ver Quadro 25, p. 151.

tendências curriculares emergentes apontam exatamente para isso: sustentabilidade (Gavinolla et al. (2023); Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Farsari (2022); Zhang e Tavitiyaman (2022); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021); novas tecnologias (Bahcelerli e Altınyay, 2023 e Rasethuntsa, 2022); habilidades sociais (Lucia et al., 2021; Bakar, 2020; Booyens, 2020 e Prince, 2020); empreendedorismo (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023; Ndou, Mele e Del Vecchio, 2019 e Ramakrishnan e Macaveiu, 2019); e inovação (Seyitoglu et al., 2022 e Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020), dentre outras, a serem detalhadas adiante.

Resposta à questão de pesquisa: cenário de alta exigência na formação profissional, pois requer múltiplos conhecimentos e competências.

- **Gestão Pública:** Para que o Amapá verdadeiramente desponte em seu potencial turístico, faz-se necessário manter o foco em suas maiores riquezas: os bens naturais e culturais. Por isso, é preciso que os entes públicos revejam suas prioridades, direcionando-as ao incentivo e ao fomento de modalidades turísticas sustentáveis, ligadas aos segmentos do ecoturismo e turismo cultural, criativo e rural. São essas modalidades que levam os benefícios sociais e econômicos do turismo às camadas mais necessitadas da população e às comunidades longínquas (Castanho, Santos e Couto, 2023; Maldonado-Erazo et al., 2022; Oppliger e Oliveira, 2022 e Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Contribuição relativa à gestão pública: o cenário relativamente favorável, pois embora a questão turística seja amplamente abordada, tanto pelo ente estadual quanto pelo municipal, predomina a sua instrumentalização propagandista, havendo pouca integração e participação efetiva do *trade* turístico local. Pelo viés municipal, observa-se a ausência de profissionais graduados em turismo em funções estratégicas, mas foram feitos investimentos elevados em pontos turísticos e no embelezamento da cidade. Por outro lado, no governo estadual há melhor inserção de profissionais da área, mas o foco permanece no turismo de eventos, o que se afasta da vocação amazônica, ecológica e comunitária que caracteriza o potencial turístico do Amapá.

5.3. Análise estratégica – SWOT e TOWS

Neste tópico, outras informações e percepções oriundas da investigação sobre os cenários anteriormente descritos foram sistematizadas por meio das matrizes SWOT e TOWS, conforme propôs Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan (2023). Dessa maneira, o Quadro 35 a seguir condensa estes achados na matriz SWOT, cuja função é basicamente de diagnóstico. Como base nesse instrumento, as informações estão classificadas como Forças e Fraquezas – sendo estes fatores internos, isto é, relativos ao IFAP – e Oportunidades e Ameaças – fatores externos, dizendo respeito ao contexto do estado do Amapá.

Para identificação desses fatores, foram elaborados códigos que serão seguidos de enumerações para melhor organização: **+F** = Forças, **-F** = Fraquezas, **O** = Oportunidades e **A** = Ameaças:

Quadro 35 - Análise SWOT dos cenários

	Forças (+F)	Fraquezas (-F)
Interno	+F1 – Campi que já atuam no turismo +F2 – Quadro de docentes que podem compor o curso, graduados na área de Administração, Geografia, Biologia, TI e Sociologia +F3 – Interesse da gestão do IFAP (Reitoria) +F4 – Gestão do IFAP (Reitoria) com forte articulação política e institucional	-F1 – Campi Macapá não mencionado como interessado em turismo -F2 – Ausência de quadro de docentes com a formação em Turismo (somente 1 identificado, no campus Oiapoque) -F3 – Pouca ou inexistente estrutura prévia que possa ser aproveitada (livros, laboratórios, etc.)
	Oportunidades (O)	Ameaças (A)
Externo	O1 – Reconhecimento público ao tornar-se a IES pública pioneira no turismo no estado do Amapá O2 – Atração de investimentos para estruturação do curso superior e de outras ações em turismo, tais como: eventos, cursos FIC em turismo, etc. O3 – Turismo amapaense com forte apelo ambiental e amazônico O4 – Turismo internacional intenso em função da fronteira com a Guiana Francesa O5 – Classe política e entes públicos utilizando o turismo com frequência em seus discursos de trabalho O6 – Modalidades turísticas vocacionais aptas à sustentabilidade (ecológico, cultural, histórico, afro)	A1 – Temor de não recepção dos egressos pelo mercado, conforme observado em outras realidades A2 – Falta de apoio ao empreendedorismo no turismo A3 – Desarticulação e falta de integração no setor A4 – Baixa inserção de profissionais na esfera pública A5 – Condução estratégica falha por parte dos entes públicos

Fonte: Elaborado pelo autor.

No próximo Quadro 36 abaixo, buscou-se estabelecer a inter-relação entre os diferentes aspectos identificados na pesquisa, expostos anteriormente no Quadro 35. Deste modo, foram traçadas recomendações estratégicas oportunas que, se efetivadas, contribuirão sobremaneira para o êxito do pretense curso, conforme a sistemática da matriz TOWS, afim de:

- correlacionar Forças e Oportunidades para amplificar benefícios;
- mitigar Fraquezas e Ameaças;
- propor o enfrentamento de Ameaças utilizando Forças de modo antecipado ou preventivo; e
- utilizando-se de Oportunidades para sanar Fraquezas.

Quadro 36 - Análise TOWS para criação do curso

Forças – Oportunidades	Fraquezas – Ameaças
+F1 – O5 = Apresentar a proposta do curso à classe política, solicitando recursos para a sua estruturação +F2 – O7 = Aproveitamento de docentes para disciplinas nas áreas de Administração, Geografia, Biologia, Sociologia e TI, convergindo debates interdisciplinares para a adequada compreensão da sustentabilidade turística +F4 – O4 = Buscar parcerias internacionais, especialmente com a Guiana Francesa	-F2 – A4 = Conceber o curso com quadro docente adequado, isto é, ter obrigatoriamente docentes em turismo para disciplinas específicas desta área -F1 – A3 = Envolver todos os campi nas atividades a serem realizadas sobre o tema, até mesmo os que ainda não manifestaram interesse em atuar com turismo
Oportunidades – Fraquezas	Forças – Ameaças
O1 – -F2 = Reservar novos códigos de vaga para docentes da área do turismo O1 – O2 – O5 – -F1 = Ante casos de sucesso de cursos de turismo nos campi do interior, levar a proposta de criação do curso de turismo ao campus Macapá, em função de a capital ser o destino indutor no estado	+F3 – A5 = Moldar o discurso sobre o turismo de forma a deixar clara a abordagem pretendida pelo IFAP (turismo sustentável) +F1 – A3 = Os campi já atuantes devem formar grupos de trabalho, promovendo debates, interações, pesquisas e monitoramento das atividades turísticas, atividades que envolvam os setores público e privado em cada município +F4 – A1 = Buscar convênios para estágios e realizar feiras de empregos, dentre outras ações visando a aproximação junto ao mercado e apoio aos egressos

Fonte: Elaborado pelo autor.

Estabelecidas tais diretrizes estratégicas, adiante, com base nas normas e

legislações⁶¹, nos achados teóricos e nos resultados da pesquisa de campo, serão apresentados as construções ligadas aos objetivos específicos da pesquisa, os quais devem compor a proposta de criação de curso de turismo, a partir de sugestões que poderão ser apreciadas, debatidas e aproveitadas pelo IFAP para aproveitamento na elaboração do Projeto Pedagógico do Curso.

5.4. Características Básicas do Curso

Nesse tópico faz-se necessário estabelecer sugestões para a caracterização do curso de turismo a ser ofertado. Após as reflexões desta pesquisa, foi possível chegar às seguintes elaborações:

- i) a opção por um curso de bacharelado visa equilibrar as perspectivas teórica e prática; bem como as demandas do mercado, as lacunas do setor público e os aspectos econômicos, ambientais, sociais, culturais e espaciais que possam influenciar as comunidades residentes, tal como aconselhado por Shi, Cai e Wolfe (2022), Xu *et al.* (2022) e Thapa (2019);
- ii) a modalidade deve ser presencial, considerando que aprendizados práticos serão desenvolvidos por atividades simuladas em laboratórios, visitas técnicas, pesquisas de campo, estágio, dentre outros. Além disso, acredita-se que a vivência em sala de aula tende a propiciar mais adequadamente uma formação humanística (Lucia *et al.*, 2021); e
- iii) o horário noturno tende a oportunizar a inserção acadêmica de profissionais que já atuam no setor e que, normalmente, cumprem uma jornada de trabalho diurna.

Mediante essa exposição, lista-se abaixo as características básicas sugeridas para a oferta do curso de turismo no IFAP:

- Modalidade: presencial
- Período: noturno
- Tipo de Graduação: bacharelado

⁶¹Lei n.º 11.892, de 29 de dezembro de 2008, cria a rede federal de educação; Resolução CNE n.º 13, de 24 de novembro de 2006, institui as diretrizes curriculares nacionais do curso de turismo e Resolução 74/2023-CONSUP/IFAP, estabelece procedimentos para criação de cursos no IFAP.

- Duração: 4 anos
- Nomenclatura: Bacharelado em Turismo

5.5. Proposta de descrição de “Mercado e Atuação Profissional”

Compreendendo que a descrição das áreas de atuação não pode se limitar uma simples listagem, o texto a seguir foi elaborado contemplando a inclusão de alguns aspectos de como se dará o trabalho do egresso pretendido. Prerrogativa relevante, dada a precarização da mão de obra turística (Kronenberg e Fuchs, 2022) e o temor quanto à carreira neste segmento (Seyitoglu *et al.*, 2022). Logo, torna-se fundamental que o egresso compreenda como sua linha de atuação se enquadra nos seguimentos turísticos existentes (Ramakrishnan e Macaveiu, 2019) e aspire, ao lançar-se neles, por posições compatíveis à sua formação superior (Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020).

Portanto, se buscou descrever, a partir dos resultados (categorias e códigos da Análise de Conteúdo – ver Quadro 26, p. 153), os seguimentos turísticos preponderantes no Amapá, com as condições e aspectos de atuação recomendados ao profissional:

- *Setor Privado:* O graduado em Turismo do IFAP atuará na elaboração, aperfeiçoamento e execução de rotinas administrativas, gerenciais e comerciais de negócios relacionados a produtos ou serviços turísticos, hoteleiros, gastronômicos, de eventos, de lazer, de entretenimento, de transportes e outros novos mercados em surgimento.
- *Setor Público:* Esse profissional exercerá papel relevante na elaboração de políticas públicas, diagnósticos e planejamentos turísticos e planos de divulgação em setores públicos da área; podendo atuar também na gestão de logradouros turísticos públicos, visando coordenar o adequado atendimento ao turista.
- *Terceiro Setor:* Além disso, poderá desenvolver projetos de turismo comunitário, cultural, rural, criativo e ecológico, com foco no avanço social e humanitário.

5.6. Proposta de “Perfil do Egresso e Competências”

Os resultados demonstrados e discutidos (categorias e códigos da Análise de Conteúdo – ver Quadro 30, p. 157) foram contundentes quanto à vocação turística amapaense. Desse modo, os discursos encontrados não poderiam deixar de ser reproduzidos no diagnóstico profissiográfico, de maneira equilibrada e conciliadora, a fim de atender as exigências do mercado, sem negligenciar as necessidades coletivas de ordem social, cultural e ambiental. A intenção final foi traçar o perfil do egresso, sendo desenhado da seguinte maneira:

- *Viés de mercado:* O profissional egresso do curso de bacharelado em Turismo do IFAP terá perfil gerencial, estando apto a liderar empreendimentos, equipes e projetos. Além dos conhecimentos técnicos usuais do mercado – como em hotelaria, eventos, viagens e roteiros turísticos, entre outros – [...]
- *Viés sustentável:* [...] sua formação contemplará a compreensão dos impactos do turismo nas dimensões econômica, social, ambiental, cultural e territorial, considerando o contexto da organização ou empresa em que atuará, assim como demais partes interessadas. Deste modo, a partir da implementação de práticas sustentáveis, de soluções criativas e da consideração de legislações, princípios e normas pertinentes, este egresso será capaz de mitigar impactos negativos e potencializar os positivos, propiciando a longevidade dos atrativos, destinos e negócios turísticos.

Como se observa, o perfil do egresso dá primazia para o viés sustentável, com o intuito de promover a aplicabilidade desse conceito nos processos gerenciais, produtivos e operacionais do turismo. Trata-se de um ideal que não deve estar presente apenas no meio acadêmico ou ser restrito a discursos teóricos, mas que deve influenciar a formação profissional e, conseqüentemente, a cadeia produtiva.

Convém acrescentar a esse perfil de egresso, as competências preponderantes que foram encontradas por meio das bibliometrias, descritas com base no contexto turístico e avaliadas, em grau de importância, pelos respondentes dos questionários.

Para serem ainda mais respaldadas se elaborou o Quadro 37 a seguir, de modo que, foi possível estabelecer algumas correlações com as Diretrizes Curriculares Nacionais do Turismo (Resolução CNE n.º 13, de 24 de novembro de 2006) – especificamente seu Art. 4º, que trata de competências e habilidades. Ao listá-las respeitou-se a ordem de importância evidenciada nos resultados (p. 165 e 166).

No entanto, uma alteração ocorreu apenas na ordem de classificação das competências relacionadas ao domínio de línguas estrangeiras. Em função da predominância do uso do francês na realidade turística amapaense – que ficou em último lugar, empatado com o espanhol –, optou-se por reposicionar essa língua, priorizando-a no currículo, em conformidade com as evidências mais robustas desta pesquisa (p. 120). A língua inglesa foi posicionada em segundo lugar de importância, algo que poderá ser relevante diante do provável e futuro cenário de exploração de petróleo na costa do Amapá, visto que o inglês predomina no meio empresarial e corporativo petrolífero.

Quadro 37 - Competências do egresso (Resultados x DCNsTur)

(continua)

Rol de Competências do Egresso do IFAP	DCNsTur – Art. 4.º
<i>Respeita as diferenças culturais, facilitando as interações entre visitantes e residentes</i>	XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;
<i>Relaciona-se com as pessoas com cordialidade e respeito, demonstrando-se receptivo e atento</i>	-
<i>Atenta-se para o respeito à dignidade da pessoa humana, especialmente para com indivíduos mais vulneráveis</i>	XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.
<i>Trabalha em grupo com senso de coletividade, mantendo foco nos resultados almejados pela organização, projeto ou negócio</i>	XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
<i>Comunica-se com clientes e parceiros com assertividade, adequando a linguagem a cada caso</i>	XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;

(conclusão)

Rol de Competências do Egresso do IFAP	DCNsTur – Art. 4.º
<i>Utiliza novas tecnologias sem embaraço para atender as demandas da empresa, instituição ou de sua atividade autônoma</i>	XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
<i>Apresenta ideias criativas de execução viável para resolução de problemas e melhoria de serviços e produtos</i>	-
<i>Aspira empreender com planejamento e responsabilidade, visando atuar autonomamente ou ter um negócio próprio</i>	-
<i>Implementa práticas sustentáveis com eficácia em processos produtivos turísticos</i>	-
<i>Gerencia negócios com excelência, dominando aspectos comerciais, financeiros e de gestão de pessoas</i>	V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
<i>Detém conhecimentos jurídicos aplicáveis ao setor, conduzindo negócios conforme as normas, evitando situações problemáticas</i>	VI - adequada aplicação da legislação pertinente;
<i>Cumpre preceitos ético-profissionais, tomando as medidas que a lei ou a norma interna requer</i>	-
<i>Tem domínio satisfatório da língua francesa para o atendimento de turistas</i>	-
<i>Tem domínio satisfatório da língua inglesa [...].</i>	-
<i>Tem domínio satisfatório da língua espanhola [...]</i>	-

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como se observa, o rol de competências elaboradas nessa investigação está em sua maior parte alinhado à norma específica do curso bacharelado em turismo (DCNsTur), podendo ser utilizado nos documentos que venham compor a criação desse curso no IFAP.

Deve-se frisar que o art. 4.º das DCNsTur não traz um rol taxativo de competências e habilidades, o que fica evidenciado pelo termo “pelo menos” em seu texto. Por isso, cabe acrescentar outras tantas competências que sejam consideradas importantes dadas as peculiaridades locais. Observa-se ainda que as competências ora propostas apresentam uma abordagem mais pragmática, enquanto as da DCNsTur parecem descrever ações mais genéricas. Portanto, ambas se complementam, pois ao final de um estudo, delimitado como este, se pretende trazer justamente resultados mais realísticos, por sua vez a norma aludida

tende a estabelecer direcionamentos de aspecto mais abstrato.

5.7. Proposta de “Base Curricular”

Tomou-se novamente a DCNsTur como base, de modo a se orientar a construção da presente etapa, pois ao se contemplar o art. 5.º, estabeleceu-se a seguinte estrutura e classificação para as disciplinas da base curricular.

Art. 5.º Os cursos de graduação em Turismo deverão contemplar, em seu Projeto Pedagógico e em sua organização curricular, os seguintes campos interligados de formação:

I - Conteúdos Básicos: estudos relacionados com os aspectos sociológicos, antropológicos, históricos, filosóficos, geográficos, culturais e artísticos, que conformam as sociedades e suas diferentes culturas;

II - Conteúdos Específicos: estudos relacionados com a Teoria Geral do Turismo, Teoria da Informação e da Comunicação, estabelecendo ainda as relações do turismo com a administração, o direito, a economia, a estatística e a contabilidade, além do domínio de, pelo menos, uma língua estrangeira;

III - Conteúdos Teórico-Práticos: estudos localizados nos respectivos espaços de fluxo turístico, compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios (Brasil, 2006).

Com base nessa normativa, a Figura 11⁶² vem estabelecer as seguintes identificações por cores (azul, verde e amarelo):

Figura 11 - Estrutura da base curricular



Fonte: Elaborado pelo autor.

⁶²As cores vinculadas a cada tipo de conteúdo (azul, verde e amarelo) serão utilizadas no quadro correspondente à Sugestão de Base Curricular, a fim de identificar a classificação de cada disciplina, com base nesse art. 5º das DCNsTur.

Fornecendo mais detalhes, abaixo se esclarece que por:

- *Conteúdos Básicos*: compreendeu-se serem disciplinas propedêuticas e interdisciplinares, previamente necessárias a uma compreensão mais específica e aprofundada do fenômeno turístico e da abordagem contextualizada pretendida pelo curso. Estas, sobretudo, envolvem aquelas matérias relacionadas a: Geografia, História, Administração, Filosofia e Sociologia. Nessa classificação estão as disciplinas: Ética e Humanidade, História do Amapá, Geografia do Amapá, Aspectos Sociológicos do Turismo, Português Instrumental, Fundamentos do Turismo, Fundamentos da Administração, Empreendedorismo e Inovação, Liderança e Gestão de Pessoas e, Planejamento e Gestão de Carreira;
- *Conteúdos Específicos*: constituiu-se os principais meios de formação teórica dos profissionais e constituem o cerne do conhecimento a ser assimilado pelos discentes para a prática profissional. Por esse escopo se vislumbrará: Gestão Pública do Turismo, Turismo e Patrimônio Cultural, Legislação do Turismo, Turismo e Sustentabilidade, Planejamento e Elaboração de Projetos Turísticos, Economia e Turismo, Modalidades Turísticas Sustentáveis, Gestão de Negócios Turísticos, Francês I, II e III, Cerimonial e Protocolo, Gestão de Eventos, Gestão de Transportes, Gestão de Meios de Hospedagem, Inglês I e II, Gestão de Alimentos e Bebidas, Gestão de Agências de Viagens, TI e Turismo, Metodologia da Pesquisa Científica, Marketing Turístico, Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis, Turismo Inclusivo, Relações Internacionais e Transfronteiriças, Saúde e Segurança do Turista e da Comunidade, Contabilidade aplicada ao Turismo; e
- *Conteúdos Teórico-Práticos*: foram estipuladas disciplinas e requisitos a serem cumpridos que envolvam uma vivência real nas operações turísticas, por meio de estágios, ações de extensão, visitas técnicas, pesquisas, práticas simuladas em laboratórios, entre outras abordagens pedagógicas. Aqui se inserem: Prática Simulada em Hotelaria, Estágio em Turismo, Orientação, Atividades Complementares e Atividades Extensionistas.

Estas construções foram dispostas no Quadro 38 a seguir:

Quadro 38 - Sugestão de Base Curricular

1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre
Ética e Humanidade	Fundamentos do Turismo	Liderança e Gestão de Pessoas	Economia e Turismo	Gestão de Eventos	Gestão de Alimentos e Bebidas	Metodologia da Pesquisa Científica	Relações Internacionais e Transfronteiriças
História do Amapá	Fundamentos da Administração	Planejamento e Gestão de Carreira	Modalidades Turísticas Sustentáveis	Gestão de Transportes	Gestão de Agências de Viagens	Prática Simulada em Hotelaria	Estágio em Turismo
Geografia do Amapá	Empreendedorismo e Inovação	Legislação do Turismo	Gestão de Negócios Turísticos	Gestão de Meios de Hospedagem	TI e Turismo	Marketing Turístico	Orientação
Aspectos Sociológicos do Turismo	Gestão Pública do Turismo	Turismo e Sustentabilidade	Francês I	Francês II	Francês III	Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis	Saúde e Segurança do Turista e da Comunidade
Português Instrumental	Turismo e Patrimônio Cultural	Planejamento e Elaboração de Projetos Turísticos	Cerimonial e Protocolo	Inglês I	Inglês II	Turismo Inclusivo	Contabilidade aplicada ao Turismo
A carga horária das disciplinas será de 60h; Estágio em turismo: 300h; Atividades complementares: 150h; Atividades extensionistas: em créditos a serem definidos							Atividades Complementares
							Atividades Extensionistas

Fonte: Elaborado pelo autor.

A definição das disciplinas, no geral, foi orientada pelos resultados bibliométricos,⁶³ em combinação aos dados obtidos na pesquisa de campo, especialmente sobre as áreas de atuação e as competências que o profissional deverá desenvolver.

No entanto, houve disciplinas que foram abstraídas especificamente dos discursos oriundos das entrevistas, especialmente quanto às áreas de atuação e aos apontamentos de questões contextuais, tais como: História do Amapá, Português Instrumental, Gestão de Meios de Hospedagem, Gestão de Alimentos e Bebidas, Gestão de Eventos, Gestão de Transportes, Gestão de Agências de Viagens, Marketing Turístico, Francês (I, II e III) e Relações Internacionais e Transfronteiriças.

Outras foram consideradas a partir das orientações da DCNsTur e, novamente, do contexto: Aspectos Sociológicos do Turismo, Fundamentos do Turismo, Fundamentos da Administração, Contabilidade aplicada ao Turismo, Orientação (voltada ao trabalho de conclusão do curso), Planejamento e Elaboração de Projetos Turísticos, Inglês (I e II), e TI e Turismo. Ressalte-se que nas línguas estrangeiras foi priorizado o Francês, devendo conter três módulos; enquanto o Inglês, incluído por sua universalidade, conterá somente dois.

Algumas disciplinas merecem destaque em função de estarem bastante alinhadas a certos discursos teóricos encontrados:

- *Geografia do Amapá*: Simsek e Kalýpçý (2023) e Qian, Law e Li (2019) trazem resultados bibliométricos opostos sobre essa área do conhecimento – geografia. Enquanto os primeiros autores não a encontram, os seguintes relatam que ela está entre as áreas interdisciplinares mais trabalhadas no campo do turismo. Ambos, no entanto, sugerem que esta matéria seja necessariamente trabalhada. Assim, a presente construção adicionou um aspecto do contexto – uma delimitação territorial: Amapá; tendo em vista a aplicação desses conhecimentos na realidade local;
- *Turismo e Patrimônio Cultural*: Qian, Law e Li (2019), por seus resultados, apontam este tema como amplamente abordado, não podendo faltar em um currículo, até porque não se pode olvidar os impactos do turismo na cultura.

⁶³ Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Castanho, Santos e Couto (2023); Gavinolla *et al.* (2023); Farsari (2022); Oppliger e Oliveira (2022); Zhang e Tavitiyaman (2022); Beltramo, Peira e Bonadonna (2021); Rigoldi *et al.* (2020), entre outros.

Nesse sentido, Castanho, Santos e Couto (2023) e Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) recomendam estudos prévios de impacto da atividade turística no modo de vida das comunidades, de tal forma que a formulação do turismo cultural e comunitário se antecipe aos problemas que podem ocorrer;

- *Gestão Pública do Turismo*: Rigoldi *et al.* (2020) recomendam, dentre as competências do profissional de turismo, o domínio de conhecimentos aplicáveis ao setor público, como planejamento turístico, políticas públicas e legislações;
- *Legislação do Turismo*: novamente Rigoldi *et al.* (2020) apresentam a necessidade de conhecimentos em normas e legislações do turismo – e áreas afins –, sejam de nível federal, estadual ou municipal. Afinal, este conhecimento será empregado tanto no setor público quanto no privado. Como exemplo, podem ser citados: Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771/2008); Lei dos Guias de Turismo (Lei nº 13.307/2016); Lei dos Turismólogos (Lei n.º 12.591/2012); Direitos do Consumidor (Lei n.º 8.078/1990) e Responsabilidade Civil (Código Civil – Lei n.º 10.046/2002, arts. 186, 187 e 927);
- *Liderança e Gestão de Pessoas*: buscando a construção de um perfil gerencial para os egressos, faz-se crucial ministrar fundamentos sobre liderança, trabalho em equipe, relações interpessoais e gestão de pessoas. Nesse sentido, Shi, Cai e Wolfe (2022) propõem a formação de líderes éticos, empáticos e humildes, ante as diversidades pessoais e culturais;
- *Turismo Inclusivo*: Lucia *et al.* (2021), por sua abordagem humanística, vêm propor a condução do turismo com foco na dignidade humana e na inclusão. Isso trouxe inspiração para se pensar em um turismo inclusivo, que contemple todas as pessoas, independente de suas limitações e deficiências. De tal forma, o profissional da área deve estar capacitado a compor uma oferta que considere estes aspectos;
- *Gestão de Negócios Turísticos*: Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Rasethuntsa (2022) e Vieira *et al.* (2021) defendem a inclusão desta disciplina para maximizar a inserção profissional no mercado ou o empreendedorismo. Dessa forma, noções básicas sobre aspectos comerciais, administrativos,

gerenciais e legais dos negócios são fundamentais;

- *Metodologia da Pesquisa Científica*: Prince (2020) aponta a necessidade de conhecimentos sobre metodologia científica para serem empregados na academia e na prática profissional, mediante o desenvolvimento de pesquisas junto as comunidades, mercados e visitantes;
- *Estágio em Turismo*: requisito curricular amplamente defendido nesta dissertação (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023; Rasethuntsa, 2022; Sincharoenkul e Witthayasirikul, 2022; Lopes *et al.*, 2021; Vieira *et al.*, 2021 e Thapa, 2019), sendo crucial para se alcançar um caráter prático em um curso superior;
- *Prática Simulada em Hotelaria*: para Vieira *et al.* (2021), deve-se proporcionar aos alunos a vivência das principais operações do mercado profissional. Por isso, a partir de visitas técnicas a meios de hospedagem e da prática simulada em laboratório de hotelaria, essa disciplina pretende oferecer uma abordagem dinâmica e pragmática de um dos segmentos turísticos mais relevantes;
- *Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis*: disciplina engendrada a partir dos apontamentos de Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Rasethuntsa (2022); Beltramo, Peira e Bonadonna (2021); Lopes *et al.* (2021); Rigoldi *et al.* (2020); e Ndou, Mele e Del Vecchio (2019); a qual visa propiciar conhecimentos para que discentes sejam capazes de avaliar, elaborar e monitorar os impactos que os produtos turísticos exercem sobre suas territorialidades;
- *Ética e Humanidade*: inspirada nas narrativas de Shi, Cai e Wolfe (2022); Bernardi (2022); Lucia *et al.* (2021) e Bakar (2020). Tal disciplina vem propor reflexões sociais, culturais, morais e éticas aos discentes, por meio de debates acerca de temas ligados aos direitos humanos e das minorias, à ética no turismo, ao racismo, à acessibilidade, à inclusão social, à comunidade LGBTQUIAPN+, entre outros assuntos;
- *Empreendedorismo e Inovação*: estimular e capacitar os discentes para a transformação de ideias em negócios é o propósito dessa disciplina, algo sugerido por Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Bahcelderli e Altȳnay

(2023); Shi, Cai e Wolfe (2022); Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020) e Ndou, Mele e Del Vecchio (2019). Desta maneira, serão trabalhados temas como: empreendedorismo; inovação – conceitos e políticas de inovação e fomento –; *startups*, propriedade intelectual e transferência de conhecimento;

- *Turismo e Sustentabilidade*: abordar-se-ão as implicações ambientais, econômicas, sociais, culturais, políticas, tecnológicas e territoriais do fenômeno turístico, conforme propõem Gavinolla *et al.* (2023); Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Farsari (2022); Zhang e Tavitiyaman (2022); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021). Logo, serão trabalhadas as seguintes temáticas: análises historiográficas do conceito de desenvolvimento sustentável; a relação intrínseca entre desenvolvimento e produção de impactos; as dimensões da sustentabilidade – ambiental, social, cultural, econômica, política, espacial e tecnológica; atores e estratégias para a sustentabilidade turística – gestão participativa e relacionamento entre *stakeholders*;
- *Modalidades Turísticas Sustentáveis*: tem alicerce em Castanho, Santos e Couto (2023); Oppliger e Oliveira (2022), e Beltramo, Peira e Bonadonna (2021), tratar-se-á de formas mais práticas de aplicar o conceito de sustentabilidade no turismo, as quais explicitem exemplos reais de processos, planejamentos e empreendimentos turísticos sustentáveis. Em virtude da realidade amapaense, o foco deverá ser nas modalidades: turismo ecológico, turismo cultural, turismo criativo, turismo comunitário, turismo rural, afro-turismo e turismo indígena;
- *Planejamento e Gestão de Carreira*: inspirada em Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020); Booyens (2020); Bakar (2020), e Ramakrishnan e Macaveiu (2019), terá um papel crucial na sensibilização dos egressos a respeito de serem protagonistas de sua própria jornada profissional. Deste modo, esta disciplina é prospectada para que os alunos possam obter conhecimentos em torno de tendências de: mercado de trabalho, competências, empregabilidade, *network*, postura profissional, currículo profissional, qualificação contínua, entre outros.

Concluindo a elaboração do RTC, deve-se ressaltar que, por “base curricular”, pretende-se apresentar sugestões de disciplinas que comporão a organização curricular futura; a qual, por sua vez, deverá trazer outras especificações em seus programas analíticos, tais como: inclusão ou exclusão de disciplinas, oferta de optativas, objetivos de cada uma delas (geral e específicos), referenciais bibliográficos (básicos e complementares), ementas e conteúdos programáticos. Para estas construções, recomenda-se que a sustentabilidade seja tratada de maneira interdisciplinar e transversal, de tal forma que se seus preceitos e aplicabilidades estejam presentes, no que couber, em todas as disciplinas.

Não se tornaram possíveis os detalhamentos acima mencionados por uma questão limitação da pesquisa, afinal se trata de um árduo trabalho. Mais que isso, opta-se por esse caminho porque, além não se pretender suprimir o caráter participativo, compreende-se que tais informações dependerão do consenso e da disponibilidade dos docentes que atuarão no curso. Outrossim, detalhes técnicos, como os referenciais bibliográficos, devem ser definidos, necessariamente, pelo especialista da área, que detém a competência técnica para tanto. Neste momento, propõe-se que sejam consideradas as premissas e direcionamentos sugeridos; portanto, demais detalhes fogem do escopo da pesquisa e de seus próprios achados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa foi concebida com o propósito de construir uma proposta de criação de um curso superior em turismo no IFAP. Esse objetivo se justifica pelos diversos benefícios que o turismo pode proporcionar quando bem planejado e executado, além de se tratar de uma atividade propícia ao desenvolvimento sustentável – aspecto especialmente relevante considerando que o Amapá se destaca entre os estados mais preservados do país. A partir disso, as ponderações iniciais, sustentadas pela literatura especializada e pelas normas pertinentes, conduziram à seguinte indagação norteadora: como os cenários econômico, mercadológico e curricular influenciam a construção de uma proposta de curso superior em turismo no IFAP?

Visando alcançar o objetivo principal, e orientados por esse questionamento, os objetivos específicos foram delineados para: identificar os mercados de atuação profissional dos futuros egressos, elaborar um perfil desejado de egresso e propor uma base curricular para o curso. Assim, esses resultados passam a constituir um ponto de partida para debates e reflexões por parte dos gestores do IFAP em torno da viabilidade e relevância dessa oferta educativa.

Do ponto de vista metodológico, as entrevistas desempenharam um papel crucial para a leitura da realidade local. Isso porque considerar cenários vai além de procurar por dados, analisar números e identificar tendências; implica também dialogar, conhecer anseios, receios e inquietações dos atores que vivenciam o turismo no estado. Assim, a predominância da abordagem qualitativa demonstrou-se adequada, por possibilitar um contato direto e mais aprofundado com a realidade amapaense, ao passo que a abordagem quantitativa foi empregada com papel acessório, contribuindo para traduzir os achados em dados de mais fácil assimilação.

Os dados obtidos revelaram que o cenário econômico do turismo no Amapá apresenta condições favoráveis, como evidenciado por indicadores oficiais relacionados a emprego e à existência de empresas do setor, além do interesse manifestado pela classe política e por órgãos públicos em investir e promover a atividade. Caso esse panorama fosse distinto, propor a criação de um curso superior

na área seria, por si só, uma iniciativa questionável. Apesar desse cenário positivo, observou-se, no entanto, a necessidade de maior articulação e integração entre os diferentes segmentos que compõem a cadeia produtiva do turismo.

No que se refere ao mercado, identificou-se uma significativa carência de profissionais qualificados, tanto em funções operacionais quanto em cargos gerenciais. Diante disso, a principal recomendação recai sobre a urgência de um diálogo efetivo entre o IFAP e o setor produtivo do turismo, sob pena de o curso perder sua função primordial de favorecer a inserção profissional dos futuros egressos. Nesse sentido, a proposta curricular foi estruturada para atender às demandas do mercado, formando profissionais que, além de atenderem às necessidades imediatas do setor, sejam capazes de aplicar preceitos que assegurem a sustentabilidade do turismo, ampliem seus efeitos positivos e reduzam seus impactos negativos. Deste modo, propõe-se que a sustentabilidade seja adotada como princípio norteador, transversal e interdisciplinar na elaboração dos demais elementos de cada disciplina da estrutura curricular.

Ainda nessa esteira, verificou-se que o mercado turístico amapaense se concentra principalmente em setores tradicionais, como meios de hospedagem, agências de turismo, restaurantes e bares, além do setor público. Contudo, defende-se a necessidade de diversificação desse mercado, estimulando segmentos como o turismo sustentável ecológico, comunitário, cultural, rural e étnico. A partir dessa análise, elaborou-se o perfil do egresso, ressaltando sua importância para transformar e qualificar o setor, por meio de uma atuação gerencial e integrada, atenta aos diversos impactos do turismo sobre a realidade local. Essa formação deve ocorrer por meio de um percurso curricular que contemple dimensões humanísticas, ambientais, tecnológicas e gerenciais, de modo a desenvolver competências não apenas técnicas, mas também voltadas ao papel social, crítico e transformador que se espera desses profissionais.

Pelas questões norteadoras da fase qualitativa,⁶⁴ as competências profissionais específicas para o turismo local (Q1) puderam ser identificadas,

⁶⁴**Q1** – Quais competências o profissional do turismo precisa apresentar para atuar no mercado e auxiliar no desenvolvimento do setor no Amapá?

Q2 – Como tem sido a oferta de cursos voltados para a capacitação do setor turístico?

Q3 – Quais são as condições e recursos necessários para viabilizar a criação do curso superior em Turismo no IFAP?

confirmando os apontamentos da literatura consultada. Ademais, confirmou-se que a oferta local de cursos na área de turismo (Q2) se mostra inadequada ou inexistente na visão dos entrevistados – uma vez que existem apenas cursos na modalidade EaD, com viés predominantemente mercantil. No que diz respeito às condições internas do IFAP para viabilizar a criação de um curso superior em Turismo (Q3), destaca-se o interesse manifestado pelos campi e a existência de cursos técnicos e de capacitação na área, o que contribui para a concretização do princípio da verticalização. Contudo, essa realidade se encontra restrita, no momento, aos campi de Laranjal do Jari e de Oiapoque.

Os questionários aplicados aos servidores do IFAP evidenciaram uma postura positiva em relação à proposta de criação do curso; além disso, a avaliação das competências se demonstrou coerente com a literatura; porém, considerando o contexto amapaense, houve apenas uma discrepância: o domínio da língua francesa – habilidade pertinente em função da realidade transfronteiriça do estado do Amapá – não recebeu o adequado valor por parte dos respondentes. Outrossim, destacaram-se, em ordem de importância, as competências: respeito à diversidade cultural, habilidades interpessoais, atendimento humanizado, ética profissional, capacidade de trabalhar em equipe, criatividade, comunicação assertiva, domínio de tecnologias e empreendedorismo.

Nesse percurso, houve dificuldades na busca por informações para a pesquisa, sendo a principal delas em relação à esfera pública, pois se observou morosidade e dificuldade de comunicação com seus agentes. Essa limitação necessitou ser compensada pela insistência e perseverança deste pesquisador para obtenção dos dados e agendamentos de entrevistas.

Além disso, os resultados apresentados possuem uma limitação natural em razão de constituírem um retrato de um recorte temporal específico; portanto, podem tornar-se defasados até o momento da criação do curso de turismo do IFAP – em algum de seus campi. Outra limitação diz respeito aos cenários social e cultural, que não foram aprofundados no estudo e demandariam uma metodologia própria, envolvendo diretamente comunidades locais, trabalhadores do setor turístico e potenciais egressos. Ademais, do ponto de vista gerencial, não foram incluídas informações e avaliações pormenorizadas sobre recursos necessários e

delineamentos procedimentais para a implementação do curso.

No entanto, cabe estabelecer que alguns preceitos teórico-metodológicos aqui elaborados devem necessariamente ser observados na criação do curso, tais como: escuta e participação efetiva dos *stakeholders*; investigação de tendências curriculares por meio de bibliometrias; elaboração de competências específicas para o contexto turístico; e consideração dos cenários econômicos e mercadológicos a partir de uma busca ampla de dados oficiais, aliada à análise estratégica SWOT e TOWS. Assim, será possível atualizar e aprimorar essas construções futuramente.

Isto posto, o objetivo principal desta pesquisa foi alcançado por meio de um árduo caminho envolvendo construções teóricas, metodológicas e de campo, que culminou em uma proposta que se pretende, acima de tudo, norteadora, instigadora e incentivadora. Seus impactos acadêmicos dependerão da acolhida pelo corpo de gestores e docentes do IFAP que tenham interesse em desenvolver a área do turismo como opção de formação e conhecimento, aderindo aos preceitos aqui propostos – o que poderá propiciar impactos práticos no processo de avaliação prévia dessa oferta. O impacto societal está associado ao resgate de uma abordagem comprometida e pragmática em relação à sustentabilidade, princípio que já teve maior protagonismo no Amapá e que precisa voltar a ser valorizado. Em relação ao impacto político, este estudo se apresenta como um relato imparcial que identificou fragilidades tanto no âmbito estadual quanto municipal, na expectativa de que ambos possam, em algum momento, atuar de forma mais integrada e estratégica para o fortalecimento do setor.

Finaliza-se este estudo reafirmando se tratar de uma construção de caráter sugestivo, devendo seu conteúdo — propositivo e preliminar — ser revisitado, debatido, adaptado e detalhado quando houver, de fato, um processo de criação do curso. Além disso, será oportuno realizar novas pesquisas que analisem as ações do IFAP voltadas ao turismo, especialmente em relação aos impactos dos cursos de formação inicial e continuada já ofertados, bem como estudos sobre as tendências turísticas locais, a atuação dos órgãos públicos e a potencialização de ofertas turísticas ainda pouco exploradas no cenário amapaense.

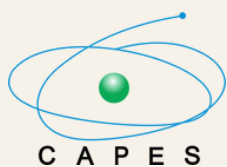
7. RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

A seguir se apresenta, em formato diagramado (p. 193 a 225), o Relatório Técnico Conclusivo que expõe as construções até aqui realizadas, de modo que se constitui um documento que condensa a proposta apresentada ao IFAP.

PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE
UM CURSO SUPERIOR DE
Turismo
NO INSTITUTO FEDERAL DO
AMAPÁ (IFAP)



DIEGO SAMARO BELO BARRIGA
RODRIGO AMADO DOS SANTOS



PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE UM CURSO SUPERIOR DE *Turismo* NO INSTITUTO FEDERAL DO AMAPÁ (IFAP)



**Produto Técnico-Tecnológico, do tipo Relatório Técnico Conclusivo,
apresentado como resultado do Mestrado Profissional em Gestão e
Estratégia ofertado pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
(UFRRJ) – Turma 2023 (Convênio IFAP)**

**DIEGO SAMARO BELO BARRIGA
RODRIGO AMADO DOS SANTOS**

Seropédica – RJ
2025

Ficha Catalográfica

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B275c BARRIGA, DIEGO SAMARO BELO. 1989-
Construção de uma Proposta de Criação de um Curso
Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá
(IFAP) / DIEGO SAMARO BELO BARRIGA. - MACAPÁ, 2025.
255 f.: il.

Orientador: Rodrigo Amado dos Santos.
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Gestão
e Estratégia, 2025.

1. Educação Superior em Turismo. 2. IFAP. 3.
Desenvolvimento Regional. 4. Currículo e Competências
Profissionais. 5. Relatório Técnico Conclusivo. I. dos
Santos, Rodrigo Amado, ---, orient. II Universidade
Federal Rural do Rio de Janeiro. Programa de Pós
Graduação em Gestão e Estratégia III. Título.

Descrição Técnica do Produto

Título: Proposta de Criação de um Curso Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá (IFAP).

Origem do Produto: Dissertação “Construção de uma Proposta de Criação de um Curso Superior em Turismo no Instituto Federal do Amapá (IFAP)”, desenvolvida no Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Área de Conhecimento: Ciências Sociais (CNPq).

Linha de pesquisa vinculada à produção: Linha 2 – Gestão da inovação, Mercados e Políticas Públicas.

Público-Alvo: Gestores do Ifap (Reitoria e campi).

Categoria deste Produto: Relatório Técnico Conclusivo.

Finalidade do Produto: Apresentar um diagnóstico dos cenários econômico, mercadológico e curricular do turismo, considerando o contexto amapaense. Sugerir as descrições de “Mercado e Atuação Profissional” e de “Perfil do Egresso”, além de propor uma “Base Curricular”.

Organização do Produto: Em capítulos.

Avaliação do Produto: Banca de defesa da dissertação.

Disponibilidade: Pública.

Instituições envolvidas: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Apoio Financeiro: Financiado pelo autor.

Divulgação: Por meio digital.

URL do produto:

URL da dissertação:

Idioma: Português.

Cidade/UF: Macapá/AP.

País: Brasil.

Ano: 2025.

Autores



Diego Samaro Belo Barriga

Discente do Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia (MPGE) da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Graduado em Gestão Pública e Direito, Especialista em Gestão Pública, é Técnico-administrativo em Educação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá (IFAP), onde atua na Pró-reitora de Administração.

E-mail: diego.barriga@ifap.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9677-6357>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2248920993501990>



Rodrigo Amado dos Santos

Graduado em Turismo, Mestre em Ciências Sociais e Doutor em Sistemas de Gestão Sustentáveis.

Docente da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – Campus Seropédica, onde atua no Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria (ICSA/UFRRJ).

E-mail: rodrigo_amado@ufrj.br

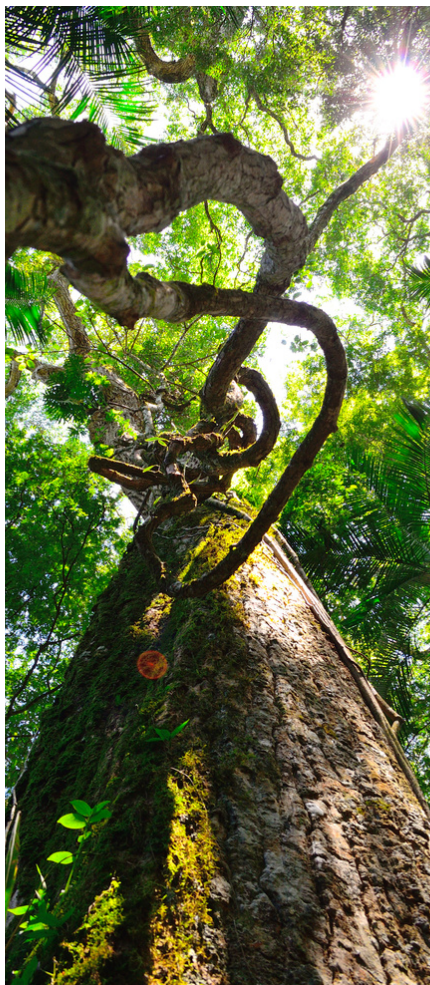
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9677-6357>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2248920993501990>

Sumário

Apresentação	6
Introdução	7
1. Justificativa	8
2. Objetivos	10
3. Diagnóstico dos cenários	11
3.1. Análise Estratégica	13
4. Proposições para a Caracterização do Curso	15
4.1. Mercado e Atuação Profissional	16
4.2. Perfil do Egresso e suas Competências	17
4.3. Base Curricular	20
Considerações Finais e Recomendações	28
Referências	29

Apresentação

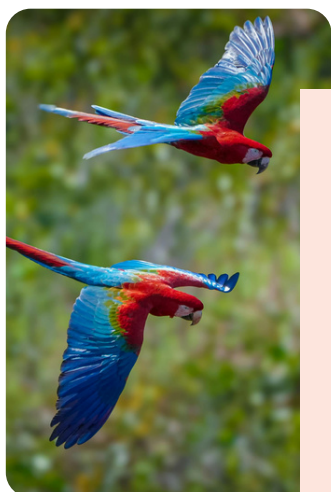


O presente Relatório Técnico Conclusivo (RTC) é resultado de uma pesquisa realizada no âmbito de uma parceria interinstitucional entre a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e o Instituto Federal do Amapá (IFAP). O objetivo deste convênio foi promover a formação acadêmica, em nível de pós-graduação *strictu sensu*, dos servidores do IFAP no Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia da UFRRJ.

Em função disso, as pesquisas da Turma IFAP/2023 deveriam estar voltadas para as realidades encontradas no contexto do instituto federal, tais como: processos e procedimentos administrativos licitatórios; gestão de bens e serviços terceirizados; gestão de pessoas; gestão de obras; políticas, projetos e programas educacionais, extensionistas e de pesquisa e inovação; entre outras.

Assim, a pesquisa que culminou neste RTC surgiu pela observação de uma lacuna no estado do Amapá: a ausência de um curso superior em Turismo. Algo que se compreendeu ser uma oportunidade para que o IFAP desponte como precursor nessa área do conhecimento. Até porque o instituto já tem atuado com a oferta de cursos de Formação Inicial e Continuada e de um curso técnico de Guia de Turismo, integrado ao ensino médio no Campus Oiapoque.

Portanto, apresenta-se este produto cujo caráter colaborativo é resultado da análise dos cenários econômico, mercadológico e curricular, a fim de revelar os fatores capazes de influenciar uma deliberação desta alçada. Contudo, não se quer exaurir tais discussões, mas sim influenciá-las, sugerindo certas características desta oferta educativa, oriundas de evidências científicas. Portanto, pormenorizações técnicas devem ser efetivadas por profissionais pedagógicos e especialistas em cada área disciplinar a ser contemplada no curso.



Introdução

O Turismo possui grande capacidade de promover o desenvolvimento regional e, se bem conduzido, consolida-se como uma atividade sustentável, proporcionando benefícios econômicos, sociais e ambientais (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).

Um dos fatores determinantes para que isso ocorra é o aperfeiçoamento da oferta turística, especialmente pela atuação de profissionais com nível superior na área (Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020). No entanto, uma oferta educacional com esta finalidade precisa ser concebida de maneira específica para atender às demandas da realidade local, sendo influenciada diretamente pelos cenários econômico, de mercado de trabalho e pedagógico-curricular.

Para tanto, fez-se imprescindível uma análise profunda; no entanto, as normas legais em matéria educacional não estabelecem um modelo prévio para isso (Neves e Pinto, 2019), limitando-se a apresentar diretrizes. Visto isso, nesse processo foi primordial, por exemplo, analisar a viabilidade da atividade turística local – em função da necessidade de absorção dos egressos pelo mercado (Bonfim, Bassinello e Freitag, 2019); realizar um diagnóstico sobre as necessidades do *trade* turístico a respeito da formação profissional (Almeida *et al.*, 2022); e, ainda, levantar das tendências curriculares emergentes (Simsek e Kalypçy, 2023), dialogando com as diretrizes curriculares nacionais.

Em suma, para a elaboração desta proposta se requereu uma avaliação ampla sobre o contexto turístico do estado do Amapá, que se deu por meio de: a) aplicação de questionários para os servidores do IFAP que atuaram em atividades envolvendo o turismo; b) entrevistas com representantes do *trade* turístico e das pastas públicas do turismo, e também com gestores do IFAP; e c) buscas bibliométricas, documentais e outras fontes secundárias. A questão de pesquisa orientador deste percurso foi: **Como os cenários econômico, mercadológico e curricular influenciam a construção de uma proposta de curso superior em turismo no IFAP?**

1. JUSTIFICATIVA

Ante os benefícios que o turismo pode proporcionar, lançar um olhar estratégico sobre essa atividade é algo que governos e gestores locais deveriam se propor, empregando recursos e esforços para o seu aperfeiçoamento.

Dentre tais efeitos positivos, destacam-se:

- garantia e melhoria da subsistência econômica de comunidades tradicionais aliadas ao enaltecimento da sua cultura e modo de vida (Oppliger e Oliveira, 2022);
- impulsionamento do desenvolvimento regional em função de seu efeito indutor e dinamizador econômico, na medida em que atrai recursos externos à realidade local, oriundos dos diversos gastos feitos pelos turistas (Gavurova, Suhanyi e Rigelsky, 2020); e
- preservação e conservação de patrimônios e ambientes naturais e históricos, com sua utilização ordenada e monitorada, proporcionando assim a longevidade do destino (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022); dentre outros.

Para que tais impactos positivos sejam factíveis, o pleno desenvolvimento de uma cadeia produtiva turística requer esforços planejados e bem articulados, algo que deve envolver governos, iniciativa privada, comunidades abrangidas (Oppliger e Oliveira, 2022) e instituições educacionais e profissionalizantes do setor (Lopes *et al.*, 2021).

Não bastando, portanto, que uma localidade tenha, por exemplo, uma cultura marcante e paisagens naturais exuberantes para se tornar um destino turístico consolidado (Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).



1. JUSTIFICATIVA

Principalmente em uma realidade em que ainda se pretende desenvolver adequadamente este sistema produtivo – como é o caso amapaense –, a formação profissional merece adequada atenção e pode tornar-se uma peça-chave.

Nesse contexto, pode entrar em cena uma instituição de ensino* que ofereça um curso em nível superior, a fim proporcionar a formação de profissionais pensantes e atuantes de maneira transformadora; os quais, com suas competências, são capazes de promover a evolução dos setores em que estarão inseridos, contribuindo para o avanço da economia (Apostu *et al.*, 2022).

Portanto, o presente RTC apresenta contribuições: **gerenciais**, no quesito de avaliação de ofertas educacionais; **socioeconômicas**, em função dos impactos que a proposta revela, se efetivada; e, **teórico-metodológicas**, combinando abordagens para traçar um caminho inovador para a criação do curso.

*Instituto Federal do Amapá (IFAP)

Existente desde 2007*, o IFAP conta os *campi* de Macapá, Santana, Porto Grande, Laranjal do Jari e Oiapoque. Além disso, possui um Centro de Referência em EaD, localizado em Pedra Branca do Amapari, e está em construção um novo campus em Tartarugalzinho.

Quanto aos cursos, o instituto oferece à sociedade formação em nível superior voltada para a atuação de profissionais:

- nos diversos setores da economia: Administração, Alimentos, Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Comércio Exterior, Construção de Edifícios, Engenharia Agrônoma, Engenharia Civil, Engenharia Florestal, Gestão Ambiental, Gestão Comercial, Gestão de Recursos Humanos, Medicina Veterinária, Mineração, Processos Gerenciais, e Redes de Computadores; e
- na docência: Ciências Biológicas, Educação Física, Física, Letras (Português-Inglês), Informática, Matemática, Pedagogia em Educação Profissional e Química; conforme dados do e-MEC (Brasil, 2025).



*Ver: <<https://ifap.edu.br/index.php/quem-somos/historico>>

2. OBJETIVOS



2.1. Objetivo Geral

Construir uma proposta de criação de um curso superior em turismo no IFAP.

2.2. Objetivos Específicos



Identificar os mercados de atuação profissional dos futuros egressos do curso superior em turismo do IFAP;



Realizar um diagnóstico profissiográfico que oriente o perfil profissional desejado dos futuros egressos do curso superior em turismo do IFAP; e



Propor uma base curricular para o curso superior em turismo do IFAP.



3. DIAGNÓSTICO DOS CENÁRIOS

O estado do Amapá possui uma economia altamente dependente dos salários e investimentos públicos, tendo a Administração Pública participação em 46,4% do PIB Bruto (Amapá, 2023). Para atenuar essa dependência é necessário que outros setores econômicos sejam prestigiados, como as atividades que compõem a cadeia produtiva do turismo, que, segundo os dados do Novo Caged, de 2021 a 2025, tiveram um **aumento de 40,26%** (Brasil, 2025) **na geração de empregos formais**. Dessa forma, o setor turístico pode ser uma relevante opção para a dinamização da economia amapaense.

Aliás, o mercado turístico atualmente no Amapá tem se aquecido a partir dos investimentos públicos em infraestrutura, eventos, novos atrativos e na relação transfronteiriça com a Guiana Francesa. Nesse cenário, os setores de **Agências de Turismo, Restaurantes e Bares, e Meios de Hospedagens** são os que mais empregam e possuem empresas formalizadas em atividade (Cadastur e Novo Caged). Resta, no entanto, estabelecer uma integração maior entre todos os atores que compõem essa cadeia produtiva, de tal forma que a oferta de produtos e serviços seja otimizada pela colaboração, integração e competição entre eles (Tomazzoni, Lacerda e Emmendoerfer, 2024).

Por sua vez, os profissionais que pretendam atuar e empreender nessa área devem estar aptos a desenvolver projetos sustentáveis, valorizando a identidade local e ressaltando a biodiversidade preservada do estado.

As tendências curriculares emergentes apontam exatamente para isso:

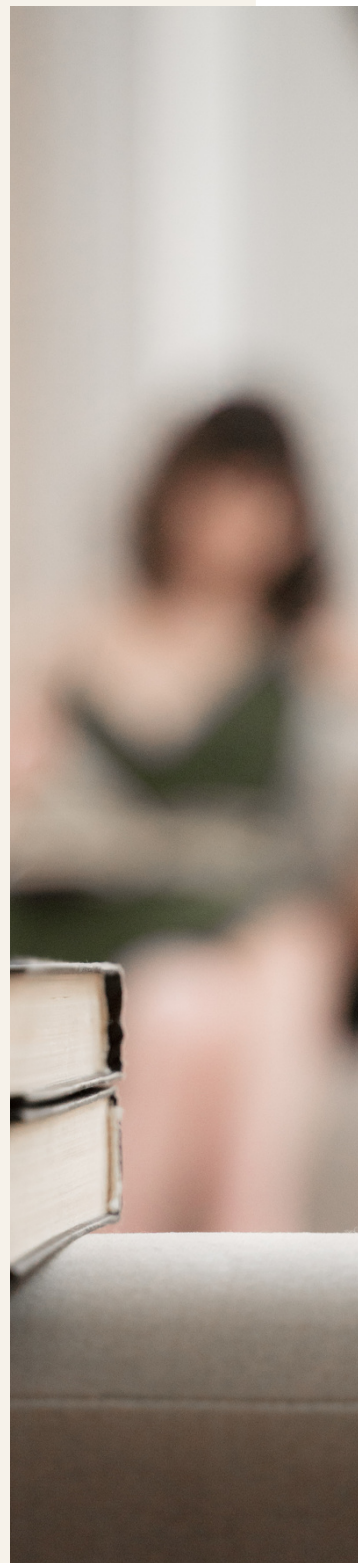
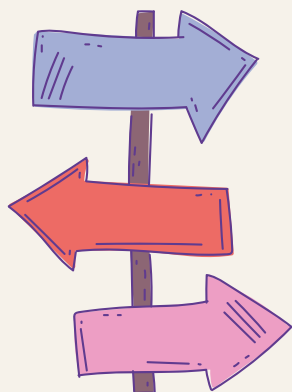
- **sustentabilidade** (Gavinolla *et al.* (2023); Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Farsari (2022); Zhang e Tavitiyaman (2022); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021);



3. DIAGNÓSTICO DOS CENÁRIOS

- **novas tecnologias** (Bahcelerli e Altınyay, 2023 e Rasethuntsa, 2022);
- **habilidades sociais** (Lucia *et al.* 2021; Bakar, 2020; Booyens, 2020 e Prince, 2020);
- **empreendedorismo** (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023; Ndou, Mele e Del Vecchio, 2019 e Ramakrishnan e Macaveiu, 2019); e
- **inovação** (Seyitoglu *et al.* 2022 e Moreeng, Nhlapo e Malebese, 2020); dentre outras, a serem detalhadas adiante.

Contudo, para que o Amapá verdadeiramente desponte em seu potencial turístico, faz-se necessário manter o foco em suas maiores riquezas: os bens naturais e culturais. Por isso, é preciso que os entes públicos revejam suas prioridades, direcionando-as ao incentivo e ao fomento de modalidades turísticas sustentáveis, ligadas aos segmentos do ecoturismo e turismo cultural, criativo e rural. São essas modalidades que levam os benefícios sociais e econômicos do turismo às camadas mais necessitadas da população e às comunidades longínquas (Castanho, Santos e Couto, 2023; Maldonado-Erazo *et al.*, 2022; Oppliger e Oliveira, 2022 e Beltramo, Peira e Bonadonna, 2021).



3.1. Análise estratégica

Neste tópico, outras informações da investigação sobre os cenários anteriormente descritos estão sistematizadas, conforme propôs Şanlıöz-Özgen e Küçükaltan (2023), a partir das matrizes SWOT e TOWS.

Dessa maneira, o Quadro 1 abaixo condensa os achados na matriz SWOT, cuja função é basicamente de diagnóstico. Para identificação desses fatores, neste e no Quadro 2, foram elaborados os seguintes códigos: **+F** = Forças, **-F** = Fraquezas, **O** = Oportunidades e **A** = Ameaças.

Quadro 1 - Análise SWOT

	Forças (+F)	Fraquezas (-F)
Ambiente Interno	+F1 - Campi que já atuam no turismo +F2 - Quadro de docentes que podem compor o curso, graduados na área de Administração, Geografia, Biologia, TI e Sociologia +F3 - Interesse da gestão do IFAP (Reitoria) +F4 - Gestão do IFAP (Reitoria) com forte articulação política e institucional	-F1 - Campi Macapá não mencionado como interessado em turismo -F2 - Ausência de quadro de docentes com a formação em Turismo (somente 1 identificado, no campus Oiapoque) -F3 - Pouca ou inexistente estrutura prévia que possa ser aproveitada (livros, laboratórios, etc.)
	Oportunidades (O)	Ameaças (A)
Ambiente Externo	O1 - Reconhecimento ao tornar-se a IES pública pioneira no turismo no estado do Amapá O2 - Atração de investimentos para estruturação do curso superior e de outras ações em turismo, tais como: eventos, cursos FIC em turismo, etc. O3 - Turismo amapaense com forte apelo ambiental e amazônico O4 - Turismo internacional intenso em função da fronteira com a Guiana Francesa O5 - Classe política e entes públicos utilizando o turismo com frequência em seus discursos de trabalho O6 - Modalidades turísticas vocacionais aptas à sustentabilidade (ecológico, cultural, histórico, afro)	A1 - Temor de não recepção dos egressos pelo mercado, conforme observado em outras realidades A2 - Falta de apoio ao empreendedorismo no turismo A3 - Desarticulação e falta de integração no setor A4 - Baixa inserção de profissionais na esfera pública A5 - Condução estratégica falha por parte dos entes públicos

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ressalte-se que os fatores considerados externos dizem respeito ao cenário do estado do Amapá, enquanto os internos referem-se ao contexto do IFAP.

3.1. Análise estratégica

No próximo quadro, buscou-se estabelecer a inter-relação entre os diferentes aspectos identificados na pesquisa e demonstrados no Quadro 1 (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças). Deste modo, foram traçadas recomendações estratégicas que se acredita serem oportunas para a efetivação e êxito do pretenso curso, conforme a sistemática da matriz TOWS, a fim de:

- correlacionar Forças e Oportunidades para amplificar benefícios;
- mitigar Fraquezas e Ameaças;
- propor o enfrentamento de Ameaças utilizando Forças de modo antecipado ou preventivo; e
- utilizando-se de Oportunidades para sanar Fraquezas.

Quadro 2 - Análise TOWS

Forças - Oportunidades	Fraquezas - Ameaças
+F1 - O5 = Apresentar a proposta do curso à classe política, solicitando recursos para a sua estruturação +F2 - O7 = Aproveitamento de docentes para disciplinas nas áreas de Administração, Geografia, Biologia, Sociologia e TI, convergindo debates interdisciplinares para a adequada compreensão da sustentabilidade turística +F4 - O4 = Buscar parcerias internacionais, especialmente com a Guiana Francesa	-F2 - A4 = Conceber o curso com quadro docente adequado, isto é, ter obrigatoriamente docentes em turismo para disciplinas específicas desta área -F1 - A3 = Envolver todos os campi nas atividades a serem realizadas sobre o tema, até mesmo os que ainda não manifestaram interesse em atuar com turismo
Oportunidades - Fraquezas	Forças - Ameaças
O1 - -F2 = Reservar novos códigos de vaga para docentes da área do turismo O1 - O2 - O5 - -F1 = Ante casos de sucesso de cursos de turismo nos campi do interior, levar a proposta de criação do curso de turismo ao campus Macapá, em função de a capital ser o destino indutor no estado	+F3 - A5 = Moldar o discurso sobre o turismo de forma a deixar clara a abordagem pretendida pelo IFAP (sustentabilidade, ecoturismo, turismo cultural) +F1 - A3 = Os campi já atuantes devem formar grupos de trabalho, promovendo debates, interações, pesquisas, monitoramento das atividades turísticas e atividades que envolvam os setores público e privado em cada município +F4 - A1 = Buscar convênios para estágios e realizar feiras de empregos, dentre outras ações visando a aproximação junto ao mercado e o apoio aos egressos

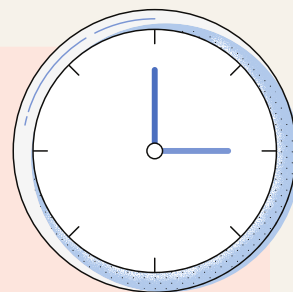
Fonte: Elaborado pelo autor.

4. PROPOSIÇÕES PARA O CURSO

Apresenta-se abaixo sugestões para a caracterização do curso de turismo a ser ofertado, esclarecendo-se que:

- a opção por um curso de bacharelado visa equilibrar as perspectivas teórica e prática; bem como as demandas do mercado, as lacunas do setor público e os aspectos econômicos, ambientais, sociais, culturais e espaciais que possam influenciar as comunidades residentes, tal como aconselhado por Shi, Cai e Wolfe (2022), Xu et al. (2022) e Thapa (2019);
- a modalidade deve ser presencial, considerando que aprendizados pragmáticos serão desenvolvidos por atividades simuladas em laboratórios, visitas técnicas, pesquisas de campo, estágio, dentre outros. Além disso, acredita-se que a vivência em sala de aula tende a propiciar mais adequadamente uma formação humanística (Lucia et al., 2021); e
- o horário noturno tende a oportunizar a inserção acadêmica de profissionais que já atuam no setor e que, normalmente, cumprem uma jornada de trabalho diurna.

- Modalidade: presencial
- Período: noturno
- Tipo de Graduação: bacharelado
- Duração: 4 anos
- Nomenclatura: Bacharelado em Turismo



4.1. Mercado e Atuação Profissional

Compreendendo que a descrição das áreas de atuação não pode se limitar a uma simples listagem, o texto a seguir foi elaborado contemplando a inclusão de alguns aspectos sobre como se dará a atuação do egresso. Prerrogativa relevante, dada a precarização da mão de obra turística (Kronenberg e Fuchs, 2022) e o temor quanto à carreira neste segmento (Seyitoglu, *et al.*, 2022).

Logo, torna-se fundamental que o egresso compreenda como sua linha de atuação se enquadra nos seguimentos turísticos existentes (Ramakrishnan e Macaveiu, 2019) e aspire, ao lançar-se neles, por posições compatíveis à sua formação superior (Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr., 2020).

Portanto, se buscou descrever, a partir dos resultados da pesquisa, os seguimentos turísticos preponderantes no Amapá, com as condições e aspectos de atuação desejáveis ao profissional:

O graduado em Turismo do IFAP atuará na elaboração, aperfeiçoamento e execução de rotinas administrativas, gerenciais e comerciais de negócios relacionados a produtos ou serviços turísticos, hoteleiros, gastronômicos, de eventos, de lazer, de entretenimento, de transportes e outros novos mercados em surgimento. Esse profissional exercerá papel relevante na elaboração de políticas públicas, diagnósticos e planejamentos turísticos e planos de divulgação em setores públicos da área; podendo atuar também na gestão de logradouros turísticos públicos, visando coordenar o adequado atendimento ao turista. Além disso, poderá desenvolver projetos de turismo comunitário, cultural, rural, criativo e ecológico, com foco no avanço social e humanitário.



4.2. Perfil do Egresso e suas Competências

Os resultados demonstrados e discutidos na pesquisa foram contundentes quanto à vocação turística amapaense. Desse modo, os discursos encontrados não poderiam deixar de ser reproduzidos no diagnóstico profissiográfico, de maneira equilibrada e conciliadora, a fim de atender as exigências do mercado, sem negligenciar as necessidades coletivas de ordem social, cultural e ambiental.



O profissional egresso do curso de bacharelado em Turismo do IFAP terá perfil gerencial, estando apto a liderar empreendimentos, equipes e projetos. Além dos conhecimentos técnicos usuais do mercado – como em hotelaria, eventos, viagens e roteiros turísticos, entre outros – sua formação contemplará a compreensão dos impactos do turismo nas dimensões econômica, social, ambiental, cultural e territorial, considerando o contexto da organização ou empresa em que atuará, assim como demais partes interessadas. Deste modo, a partir da implementação de práticas sustentáveis, de soluções criativas e da consideração de legislações, princípios e normas pertinentes, este egresso será capaz de mitigar impactos negativos e potencializar os positivos, propiciando a longevidade dos atrativos, destinos e negócios turísticos.

Como se observa, o perfil do egresso dá primazia para o viés sustentável, com intuito de promover a aplicabilidade desse conceito nos processos gerenciais, produtivos e operacionais do turismo. Trata-se de um ideal que não deve estar presente apenas no meio acadêmico ou ser restrito a discursos teóricos, mas que deve influenciar a formação profissional e, conseqüentemente, a cadeia produtiva.



4.2. Perfil do Egresso e suas Competências

Convém acrescentar ao perfil de egresso, as competências preponderantes que foram encontradas por meio das bibliometrias, descritas com base no contexto turístico e avaliadas, em grau de importância, pelos respondentes dos questionários. Para serem ainda mais respaldadas, se estabeleceu algumas correlações com as Diretrizes Curriculares Nacionais do Turismo (Resolução CNE n.º 13, de 24 de novembro de 2006 – especificamente incisos* do Art. 4º, o qual trata de competências e habilidades). Ao listá-las respeitou-se a ordem de importância resultante dos questionários:

1ª

Respeita as diferenças culturais, facilitando as interações entre visitantes e residentes



.....> *XVIII – profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;

2ª

Relaciona-se com as pessoas com cordialidade e respeito, demonstrando-se receptivo e atento

3ª

Atenta-se para o respeito à dignidade da pessoa humana, especialmente para com indivíduos mais vulneráveis

.....> *XIX – conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.

4ª

Trabalha em grupo com senso de coletividade, mantendo foco nos resultados almejados pela organização, projeto ou negócio

*XVI – integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;

5ª

Comunica-se com clientes e parceiros com assertividade, adequando a linguagem a cada caso

.....> *XII – comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;

*XV – habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;

6ª

Utiliza novas tecnologias sem embaraço para atender as demandas da empresa, instituição ou de sua atividade autônoma



4.2. Perfil do Egresso e suas Competências

Continuação:

7^a

Apresenta ideias criativas de execução viável para resolução de problemas e melhoria de serviços e produtos



8^a

Aspira empreender com planejamento e responsabilidade, visando atuar autonomamente ou ter um negócio próprio

9^a

Implementa práticas sustentáveis com eficácia em processos produtivos turísticos



*V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;

10^a

Gerencia negócios com excelência, dominando aspectos comerciais, financeiros e de gestão de pessoas

11^a

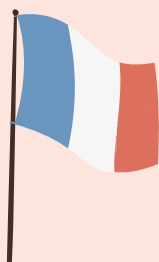
Detém conhecimentos jurídicos aplicáveis ao setor, conduzindo negócios conforme as normas, evitando situações problemáticas

*VI - adequada aplicação da legislação pertinente;



12^a

Cumpe preceitos ético-profissionais, tomando as medidas que a lei ou a norma interna requer



Chamou atenção o fato de que o “Domínio em Línguas Estrangeiras” ficou entre as últimas colocações: Inglês na 13^a, e Francês e Espanhol empatadas na 14^a. Dado o contexto amapaense relatado no capítulo 3. Diagnóstico dos cenários, considerou-se a Língua Francesa como prioritária. A Língua Inglesa, por sua universalidade, poderá também ser contemplada na formação; no entanto, a Língua Espanhola é facultativa ou mesmo dispensável.

4.3. Base Curricular

Tomou-se novamente a Resolução CNE n.º 13, de 24 de novembro de 2006, desta vez seu Art. 5.º, de modo a se orientar a construção da presente etapa, pois ao se contemplar este artigo, estabeleceu-se a estrutura e a classificação das disciplinas para a base curricular:



Art. 5.º Os cursos de graduação em Turismo deverão contemplar, em seu Projeto Pedagógico e em sua organização curricular, os seguintes campos interligados de formação:

I - Conteúdos Básicos: estudos relacionados com os aspectos sociológicos, antropológicos, históricos, filosóficos, geográficos, culturais e artísticos, que conformam as sociedades e suas diferentes culturas;

II - Conteúdos Específicos: estudos relacionados com a Teoria Geral do Turismo, Teoria da Informação e da Comunicação, estabelecendo ainda as relações do turismo com a administração, o direito, a economia, a estatística e a contabilidade, além do domínio de, pelo menos, uma língua estrangeira;

III - Conteúdos Teórico-Práticos: estudos localizados nos respectivos espaços de fluxo turístico, compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios (Brasil, 2006).

Por **Conteúdos Básicos** compreendeu-se serem disciplinas propedêuticas e interdisciplinares, previamente necessárias a uma compreensão mais específica e aprofundada do fenômeno turístico e da abordagem contextualizada pretendida pelo curso, sobretudo envolvem aquelas matérias relacionadas a Geografia, História, Administração, Filosofia e Sociologia. Nessa classificação estão as disciplinas: Ética e Humanidade, História do Amapá, Geografia do Amapá, Aspectos Sociológicos do Turismo, Português Instrumental, Fundamentos do Turismo, Fundamentos da Administração, Empreendedorismo e Inovação, Liderança e Gestão de Pessoas e, Planejamento e Gestão de Carreira.

Os **Conteúdos Específicos** são os principais meios de formação teórica dos profissionais e constituem o cerne do conhecimento a ser assimilado pelos discentes para a prática profissional. A definição dessas disciplinas foi orientada pelos resultados bibliométricos combinados com os resultados da pesquisa de campo (tanto entrevistas quanto questionários), especialmente sobre áreas de atuação e competências que o profissional deverá desenvolver.

4.3. Base Curricular

Escopo em que se vislumbrará: Gestão Pública do Turismo, Turismo e Patrimônio Cultural, Legislação do Turismo, Turismo e Sustentabilidade, Planejamento e Elaboração de Projetos Turísticos, Economia e Turismo, Gestão de Negócios Turísticos, Francês I, II e III, Cerimonial e Protocolo, Gestão de Eventos, Gestão de Transportes, Gestão de Meios de Hospedagem, Inglês I e II, Gestão de Alimentos e Bebidas, Gestão de Agências de Viagens, TI e Turismo, Metodologia da Pesquisa Científica, Marketing Turístico, Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis, Turismo Inclusivo, Relações Internacionais e Transfronteiriças, Saúde e Segurança do Turista e da Comunidade, Contabilidade aplicada ao Turismo.

Por sua vez, os **Conteúdos Teórico-Práticos** dizem respeito a disciplinas e requisitos a serem cumpridos que envolvam uma vivência real nas operações turísticas, a partir de estágios, ações de extensão, visitas técnicas e pesquisas, ou práticas simuladas em laboratórios e outras abordagens pedagógicas, tais como: cursos e eventos. Aqui se inserem: Prática Simulada em Hotelaria, Estágio em Turismo, Orientação, Atividades Complementares e Atividades Extensionistas.

Estas construções foram dispostas no Quadro 3 na página seguinte, estando as classificações de cada disciplina distinguidas por cores, conforme o padrão abaixo:

Conteúdos Básicos

Conteúdos Específicos

Conteúdos Teórico-Práticos

4.3. Base Curricular

Quadro 3 - Base curricular (continua)

1° Semestre	2° Semestre	3° Semestre	4° Semestre
Ética e Humanidade	Fundamentos do Turismo	Liderança e Gestão de Pessoas	Economia e Turismo
História do Amapá	Fundamentos da Administração	Planejamento e Gestão de Carreira	Modalidades Turísticas Sustentáveis
Geografia do Amapá	Empreendedorismo e Inovação	Legislação do Turismo	Gestão de Negócios Turísticos
Aspectos Sociológicos do Turismo	Gestão Pública do Turismo	Turismo e Sustentabilidade	Francês I
Português Instrumental	Turismo e Patrimônio Cultural	Planejamento e Elaboração de Projetos Turísticos	Cerimonial e Protocolo

Fonte: Elaborado pelo autor.

A definição das disciplinas, no geral, foi orientada pelos resultados bibliométricos, em combinação aos dados obtidos na pesquisa de campo, especialmente sobre as áreas de atuação e as competências que o profissional deverá desenvolver.

No entanto, houve disciplinas que foram abstraídas especificamente dos discursos oriundos das entrevistas, especialmente quanto às áreas de atuação e aos apontamentos de questões contextuais, tais como: **História do Amapá, Português Instrumental, Gestão de Meios de Hospedagem, Gestão de Alimentos e Bebidas, Gestão de Eventos, Gestão de Transportes, Gestão de Agências de Viagens, Marketing Turístico, Francês (I, II e III) e Relações Internacionais e Transfronteiriças.**

4.3. Base Curricular

Quadro 3 - Base curricular (conclusão)

5° Semestre	6° Semestre	7° Semestre	8° Semestre
Gestão de Eventos	Gestão de Alimentos e Bebidas	Metodologia da Pesquisa Científica	Relações Internacionais e Transfronteiriças
Gestão de Transportes	Gestão de Agências de Viagens	Prática Simulada em Hotelaria	Estágio em Turismo
Gestão de Meios de Hospedagem	TI e Turismo	Marketing Turístico	Orientação
Francês II	Francês III	Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis	Saúde e Segurança do Turista e da Comunidade
Inglês I	Inglês II	Turismo Inclusivo	Contabilidade aplicada ao Turismo
A carga horária das disciplinas será de 60h Estágio em turismo: 300h Atividades complementares: 150h Atividades extensionistas: em créditos a serem definidos			Atividades Complementares
			Atividades Extensionistas

Fonte: Elaborado pelo autor.

Outras foram consideradas a partir das orientações das Diretrizes Curriculares (Turismo) e, novamente, do contexto: **Aspectos Sociológicos do Turismo, Fundamentos do Turismo, Fundamentos da Administração, Contabilidade aplicada ao Turismo, Orientação** (voltada ao trabalho de conclusão do curso), **Planejamento e Elaboração de Projetos Turísticos, Inglês (I e II), e TI e Turismo.**

Ressalte-se que nas línguas estrangeiras foi priorizado o **Francês**, devendo conter três módulos; enquanto o **Inglês**, incluído por sua universalidade, conterà somente dois.

4.3. Base Curricular

Algumas disciplinas merecem destaque em função de estarem bastante alinhadas a certos discursos teóricos encontrados:

- **Geografia do Amapá:** Simsek e Kalypçy (2023) e Qian, Law e Li (2019) trazem resultados bibliométricos opostos sobre essa área do conhecimento – geografia. Enquanto os primeiros autores não a encontram, os seguintes relatam que ela está entre as áreas interdisciplinares mais trabalhadas no campo do turismo. Ambos, no entanto, sugerem que esta matéria seja necessariamente trabalhada. Assim, a presente construção adicionou um aspecto do contexto – uma delimitação territorial: Amapá; tendo em vista a aplicação desses conhecimentos na realidade local;
- **Turismo e Patrimônio Cultural:** Qian, Law e Li (2019), por seus resultados, apontam este tema como amplamente abordado, não podendo faltar em um currículo, até porque não se pode olvidar os impactos do turismo na cultura. Nesse sentido, Castanho, Santos e Couto (2023) e Beltramo, Peira e Bonadonna (2021) recomendam estudos prévios de impacto da atividade turística no modo de vida das comunidades, de tal forma que a formulação do turismo cultural e comunitário se antecipe aos problemas que podem ocorrer;
- **Gestão Pública do Turismo:** Rigoldi *et al.* (2020) recomendam, dentre as competências do profissional de turismo, o domínio de conhecimentos aplicáveis ao setor público, como planejamento turístico, políticas públicas e legislações;
- **Legislação do Turismo:** novamente Rigoldi *et al.* (2020) apresentam a necessidade de conhecimentos em normas e legislações do turismo – e áreas afins –, sejam de nível federal, estadual ou municipal. Afinal, este conhecimento será empregado tanto no setor público quanto no privado. Como exemplo, podem ser citados: Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771/2008); Lei dos Guias de Turismo (Lei nº 13.307/2016); Lei dos Turismólogos (Lei nº 12.591/2012); Direitos do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e Responsabilidade Civil (Código Civil – Lei nº 10.046/2002, arts. 186, 187 e 927);



4.3. Base Curricular

- **Liderança e Gestão de Pessoas:** buscando a construção de um perfil gerencial para os egressos, faz-se crucial ministrar fundamentos sobre liderança, trabalho em equipe, relações interpessoais e gestão de pessoas. Nesse sentido, Shi, Cai e Wolfe (2022) propõem a formação de líderes éticos, empáticos e humildes, ante as diversidades pessoais e culturais;
- **Turismo Inclusivo:** Lucia *et al.* (2021), por sua abordagem humanística, vêm propor a condução do turismo com foco na dignidade humana e na inclusão. Isso trouxe inspiração para se pensar em um turismo inclusivo, que contemple todas as pessoas, independente de suas limitações e deficiências. De tal forma, o profissional da área deve estar capacitado a compor uma oferta que considere estes aspectos;
- **Gestão de Negócios Turísticos:** Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Rasethuntsa (2022) e Vieira *et al.* (2021) defendem a inclusão desta disciplina para maximizar a inserção profissional no mercado ou o empreendedorismo. Dessa forma, noções básicas sobre aspectos comerciais, administrativos, gerenciais e legais dos negócios são fundamentais;
- **Metodologia da Pesquisa Científica:** Prince (2020) aponta a necessidade de conhecimentos sobre metodologia científica para serem empregados na academia e na prática profissional, mediante o desenvolvimento de pesquisas junto as comunidades, mercados e visitantes;
- **Estágio em Turismo:** requisito curricular amplamente defendido nesta dissertação (Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah, 2023; Rasethuntsa, 2022; Sincharoenkul e Witthayasirikul, 2022; Lopes *et al.*, 2021; Vieira *et al.*, 2021 e Thapa, 2019), sendo crucial para se alcançar um caráter prático em um curso superior;
- **Prática Simulada em Hotelaria:** para Vieira *et al.* (2021), deve-se proporcionar aos alunos a vivência das principais operações do mercado profissional. Por isso, a partir de visitas técnicas a meios de hospedagem e da prática simulada em laboratório de hotelaria, essa disciplina pretende oferecer uma abordagem dinâmica e pragmática de um dos segmentos turísticos mais relevantes;



4.3. Base Curricular

- **Produtos e Serviços Turísticos Sustentáveis:** disciplina engendrada a partir dos apontamentos de Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Rasethuntsa (2022); Beltramo, Peira e Bonadonna (2021); Lopes *et al.* (2021); Rigoldi *et al.* (2020); e Ndou, Mele e Del Vecchio (2019); a qual visa propiciar conhecimentos para que discentes sejam capazes de avaliar, elaborar e monitorar os impactos que os produtos turísticos exercem sobre suas territorialidades;
- **Ética e Humanidade:** inspirada nas narrativas de Shi, Cai e Wolfe (2022); Bernardi (2022); Lucia *et al.* (2021) e Bakar (2020). Tal disciplina vem propor reflexões sociais, culturais, morais e éticas aos discentes, por meio de debates acerca de temas ligados aos direitos humanos e das minorias, à ética no turismo, ao racismo, à acessibilidade, à inclusão social, à comunidade LGBTQUIAPN+, entre outros assuntos;
- **Empreendedorismo e Inovação:** estimular e capacitar os discentes para a transformação de ideias em negócios é o propósito dessa disciplina, algo sugerido por Ayeh, Bondzi-Simpson e Baah (2023); Bahceterli e Altınyay (2023); Shi, Cai e Wolfe (2022); Moreeng, Nhlapo e Malebese (2020) e Ndou, Mele e Del Vecchio (2019). Desta maneira, serão trabalhados temas como: empreendedorismo; inovação – conceitos e políticas de inovação e fomento –; *startups*, propriedade intelectual e transferência de conhecimento;
- **Turismo e Sustentabilidade:** abordar-se-ão as implicações ambientais, econômicas, sociais, culturais, políticas, tecnológicas e territoriais do fenômeno turístico, conforme propõem Gavinolla *et al.* (2023); Estrada, Gerritsen e Chávez-Dagostino (2022); Farsari (2022); Zhang e Tavitiyaman (2022); Minasi, Kaiser e Oliveira (2021). Logo, serão trabalhadas as seguintes temáticas: análises historiográficas do conceito de desenvolvimento sustentável; a relação intrínseca entre desenvolvimento e produção de impactos; as dimensões da sustentabilidade – ambiental, social, cultural, econômica, política, espacial e tecnológica; atores e estratégias para a sustentabilidade turística – gestão participativa e relacionamento entre stakeholders;



4.3. Base Curricular

- **Modalidades Turísticas Sustentáveis:** tem alicerce em Castanho, Santos e Couto (2023); Oppliger e Oliveira (2022), e Beltramo, Peira e Bonadonna (2021), tratar-se-á de formas mais práticas de aplicar o conceito de sustentabilidade no turismo, as quais explicitem exemplos reais de processos, planejamentos e empreendimentos turísticos sustentáveis. Em virtude da realidade amapaense, o foco deverá ser nas modalidades: turismo ecológico, turismo cultural, turismo criativo, turismo comunitário, turismo rural, afro-turismo e turismo indígena;
- **Planejamento e Gestão de Carreira:** inspirada em Vaduva, Echevarria-Cruz e Takacs Jr. (2020); Booyens (2020); Bakar (2020), e Ramakrishnan e Macaveiu (2019), terá um papel crucial na sensibilização dos egressos a respeito de serem protagonistas de sua própria jornada profissional. Deste modo, esta disciplina é prospectada para que os alunos possam obter conhecimentos em torno de tendências de: mercado de trabalho, competências, empregabilidade, network, postura profissional, currículo profissional, qualificação contínua, entre outros.

Concluindo essa etapa, deve-se ressaltar que, por “base curricular”, pretende-se apresentar sugestões de disciplinas que comporão a organização curricular futura; a qual, por sua vez, deverá trazer outras especificações em seus programas analíticos, tais como: inclusão ou exclusão de disciplinas, oferta de optativas, objetivos de cada uma delas (geral e específicos), referenciais bibliográficos (básicos e complementares), ementas e conteúdos programáticos.

Não se tornaram possíveis os detalhamentos acima mencionados por uma questão limitação da pesquisa, afinal se trata de um árduo trabalho. Mais que isso, opta-se por esse caminho porque, além não se pretender suprimir o caráter participativo, compreende-se que tais informações dependerão do consenso e da disponibilidade dos docentes que atuarão no curso. Outrossim, detalhes técnicos, como os referenciais bibliográficos, devem ser definidos, necessariamente, pelo especialista da área, que detém a competência técnica para tanto. Neste momento, propõe-se que sejam consideradas as premissas e direcionamentos sugeridos; portanto, demais detalhes fogem do escopo da pesquisa e de seus próprios achados.



Considerações finais e Recomendações

Os resultados apresentados possuem uma limitação natural em razão de constituírem um retrato de um recorte temporal específico; portanto, podem tornar-se defasados até o momento da criação do curso de turismo do IFAP – em algum de seus campi.

No entanto, cabe estabelecer que alguns preceitos teórico-metodológicos aqui elaborados devem necessariamente ser observados na criação do curso, tais como: escuta e participação efetiva dos *stakeholders*; investigação de tendências curriculares por meio de bibliometrias; elaboração de competências específicas para o contexto turístico; e consideração dos cenários econômicos e mercadológicos a partir de uma busca ampla de dados oficiais, aliada à análise estratégica SWOT e TOWS. Assim, será possível atualizar e aprimorar essas construções futuramente.

Para estas construções, recomenda-se que a sustentabilidade seja tratada de maneira interdisciplinar e transversal, de tal forma que se seus preceitos e aplicabilidades estejam presentes, no que couber, em todas as disciplinas.



Isto posto, o objetivo principal deste produto tecnológico foi alcançado por meio de um árduo caminho envolvendo construções teóricas, metodológicas e de campo, as quais culminaram em uma proposta com impactos acadêmicos, práticos, societal e político. Acima de tudo, trata-se de uma proposição norteadora, instigadora e incentivadora.

#partiuAmapá

Referencias

AMAPÁ (Estado). Secretaria de Estado de Planejamento. **PIB DO ESTADO DO AMAPÁ. Amapá:** SEPLAN, 2023. Disponível em: <<https://seplan.portal.ap.gov.br/noticia/1711/pib-do-estado-do-amapa>>. Acesso em: 28 abr. 2025.

APOSTU, S. A. *Et al.* Economic Growth through the Lenses of Education, Entrepreneurship, and Innovation. **Administrative Sciences**, v. 12, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci12030074>.

AYEH, J. K., BONDZI-SIMPSON, A. e BAAH, N. G. Predicting Students' Response to Entrepreneurship in Hospitality and Tourism Education: An Application of the Theory of Planned Behavior, **Journal of Hospitality & Tourism Education**, 35:3, 265-276, 2023. DOI: <<https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056469>>.

BAHCELERLI, N. M. e ALTINAY, M. Tourism Education Programme Adoption to Learning Organization and Human Resources Industry for Service Quality. **Journal of Chinese Human Resources Management**, 14, 1, 59-69, 2023. DOI: <<https://dx.doi.org/10.47297/wspchrmWSP2040-800505.20231403>>.

BAKAR, B. A. Integrating spirituality in tourism higher education: A study of tourism educators' perspectives. **Tourism Management Perspectives**, volume 34, 100653, 2020. ISSN 2211-9736. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100653>.

BELTRAMO, R.; PEIRA, G. e BONADONNA, A. Creating a Tourism Destination through Local Heritage: The Stakeholders' Priorities in the Canavese Area (Northwest Italy). **Land**, v. 10, n. 260, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/land10030260>.

BERNARDI, C. Values, emancipation, and the role of knowledge in tourism education. A critical realist perspective. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 22:1, 36-49, 2022. DOI: <<https://doi.org/10.1080/15313220.2021.2015052>>.

BONFIM, I. O. B.; BASSINELLO, P. Z. E FREITAG, M. J. C. Expansão, crise, declínio e segmentação no ensino superior em turismo: um recorte do estado de mato grosso do sul. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 30, n. 2, p. 214-230, 2019. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v30i2p214-230. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/150507>>. Acesso em: 7 jun. 2024.

BOOYENS, I. Education and skills in tourism: Implications for youth employment in South Africa. **Development Southern África**, v. 37, n. 5, 825-839, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1725447>.

BRASIL. Ministério da Educação. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior - Cadastro e-MEC.** Disponível em: <<https://emec.mec.gov.br/emec/nova>>. Acesso em: 09 fev. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais - Turismo.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2023.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Painel de Informações do Novo CAGED.** Disponível em: <<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiNWl5NWl0ODEtYmZiYy00Mjg3LTkzNWUtY2UyYjIwMDEiYWI2liwidCI6IjNlYzkyOTY5LTVhNTEtNGYxOC04YWM5LWVmOThmYmFmYTk3OCJ9&pageName=ReportSectionb52b07ec3b5f3ac6c749>>. Acesso em: 01 abr. 2025.

Referencias

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastur – Fazendo o turismo legal**. Disponível em: <<https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar>>. Acesso em: 24 abr. 2025.

CASTANHO, R. A.; SANTOS, C. e COUTO, G. Creative Tourism in Islands and Regional Sustainable Development: What Can We Learn from the Pilot Projects Implemented in the Azores Territory? **Land**, 12, 498, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3390/land12020498>.

ESTRADA, M. G.; GERRITSEN, P. R. W. e CHÁVEZ-DAGOSTINO, R. M. Gobernanza turística y desarrollo regional en la Costa Sur de Jalisco, México. **PASOS**, v. 20, n. 3, 2022. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.048>.

GAVINOLLA, M. R. *et al.* Tracing the Sustainability Components in the Indian Tourism Curricula: An Exploratory Study. **Journal of Teacher Education for Sustainability**, v. 25, n. 1, p. 116-132, 2023. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/371960847_Tracing_the_Sustainability_Components_in_the_Indian_Tourism_Curricula_An_Exploratory_Study>. Acesso em: 27 maio/2025.

GAVUROVA, B.; SUHANYI, L. e RIGELSKY, M. Tourist Spending and Productivity of Economy in OECD Countries – Research on Perspectives of Sustainable Tourism. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**, v. 8, n. 1, 2020. DOI: [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(66\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(66)).

KRONENBERG, K e FUCHS, M. The socio-economic impact of regional tourism: an occupation-based modelling perspective from Sweden. **Journal of Sustainable Tourism**, 30, 12, 2785-2805, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1924757>.

LOPES, J. M. *et al.* Networks, Innovation and Knowledge Transfer in Tourism Industry: An Empirical Study of SMEs in Portugal. **Social Sciences**, 10, 159, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/socsci10050159>.

LUCIA, M. D. *et al.* Enhancing tourism education: The contribution of humanistic management. **Humanistic Management Journal**, v. 6, p. 429-449, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41463-021-00111-3>.

MALDONADO-ERAZO, C. P. *Et al.* Use of Natural and Cultural Resources by Tourism as a Strategy for Regional Development: Bibliometric Analysis. **Land**, 11, 1162, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/land11081162>.

MINASI, S. M.; KAIZER, E. F. e OLIVEIRA, R. M. Social Participation and Tourism Public Policy: The Brazilian Tourism Regionalization Program. Enlightening Tourism. **A Pathmaking Journal**, v. 11, n. 1, p. 231-262, 2021. Disponível em: <<https://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/et/article/view/5128>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

MOREENG, B.; NHLAPO, M. e MALEBESE, M. L. Fostering an integrated tourism education curriculum in Lesotho: A community participation approach. **Journal of Education**, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.org.za/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2520-98682020000200007>. Acesso em: 11 jan. 2024.

Referencias

NDOU, V.; MELE, G. e DEL VECCHIO, P. Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 25, 100175, 2019. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.10.003>.

NEVES, P. C. S. e PINTO, L. R. O Processo de Abertura de Novos Cursos: Um Panorama dos Documentos que Orientam as Ações dos Institutos Federais da Região Sul do País. **Educação Profissional e Tecnológica em Revista**, v. 3, n. 2, 2019. DOI: <<https://doi.org/10.36524/profept.v3i2.450>>.

OPPLIGER, E. A. e OLIVEIRA, A. K. M. Turismo como Possibilidade Econômica de Desenvolvimento Sustentável da Comunidade Quilombola de Furnas dos Baianos, Aquidauana, Mato Grosso do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 18, n. 2. p. 98-111, 2022. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/362696713_TURISMO_COMO_POSSIBILIDADE_ECONOMICA_PARA_O_DESENVOLVIMENTO_SUSTENTAVEL_DA_COMUNIDADE_QUILOMBOLA_DE_FURNAS_DOS_BAIANOS_AQUIDAUANA_MATO_GROSSO_DO_SUL/link/630de0c1ddd447021e9034/download>. Acesso em: 18 ja.2024.

PRINCE, S. From Sustainability to the Anthropocene: Reflections on a Pedagogy of Tourism Research for Planetary Attachment. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 20:3, 173-189, 2020. DOI: <<https://doi.org/10.1080/15313220.2020.1797608>>.

QIAN, J., LAW, R. e LI, X. Education research in tourism: A longitudinal study of 77 articles between 2008 and 2017. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 24, 120-129, 2019. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.02.003>.

RAMAKRISHNAN, S. e MACAVEIU, C. Understanding aspirations in tourism students. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 39, 40-48, 2019. ISSN 1447-6770. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.02.003>.

RASETHUN TSA, B. C. Tourism skill development initiatives in three Southern African Development Community countries: A policy guide analysis. **Turyzm/Tourism**, 32 (2), 51-68, 2022. DOI: <https://doi.org/10.18778/0867-5856.32.2.03>.

RIGOLD, A. G. M. *Et al.* O Bacharel em Turismo e as Políticas Públicas em Turismo: o Caso das Estâncias Turísticas no Estado de São Paulo, Brasil. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. 1, 2020 DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i1p169>.

ŞANLIÖZ-ÖZGEN, H. K. e KÜÇÜKALTAN, E. G. Distance education at tourism higher education programs in developing countries: Case of Türkiye with a strategic perspective and recommendations. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 32, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100419>.

SEYİTOĞLU F. *Et al.* The two-way perspective of tourism undergraduates towards (post-)viral world: The future of tourism, and vocational development and career. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v 31, 100400, 2022. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100400>.

SHI, J.; CAI, L. A. e WOLFE, K. Advancing hospitality and tourism education and research through global crises. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 22:3, 199-204, 2022. DOI: <<https://doi.org/10.1080/15313220.2022.2110550>>.

Referencias

SIMSEK, E. K. e KALYPCÖY, M. B. A bibliometric study on higher tourism education and curriculum. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 33, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100442>.

SINCHAROENKUL, K. e WITTHAYASIRIKUL, C. Can online learners obtain sufficient competencies in the hospitality and tourism industries? **Frontiers in Education**, 7:996377, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3389/educ.2022.996377>.

THAPA, B. International academic partnership: Case study in South Africa. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, volume 24, 30-37, 2019. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.10.004>.

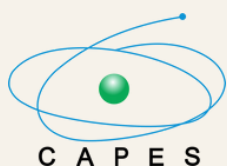
TOMAZZONI, E. L., LACERDA P. H. F. e EMMENDOERFER, M. L. Clusters, Arranjos Produtivos Locais e Circuitos de Turismo: uma análise da produção científica pré-pandêmica brasileira. **Geo UERJ**, Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, nº 45, e84221, 2024. DOI: [10.12957/geouerj.2024.84221](https://doi.org/10.12957/geouerj.2024.84221).

VADUVA, C.; ECHEVARRIA-CRUZ, S. e TAKACS JR., J. The economic and social impact of a university education upon, the development of the Romanian tourism industry. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 27, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100270>.

VIEIRA, C. S. *et al.* Formei, e agora? Refletindo com os egressos do curso de Turismo da UFJF sobre o mercado de trabalho na cidade de Juiz de Fora/MG em tempos de pandemia. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, [S. l.] v. 16, n. 2, p. 84-109, agosto/2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.17648/raoit.v16n2.7039>.

XU, J. *et al.* Hospitality and Tourism Higher Education in the Post-COVID Era: Is It Time to Change? **Journal of Hospitality & Tourism Education**, 34 (4), 278-290, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056044>.

ZHANG, X. e TAVITIYAMAN, P. Sustainability courses in hospitality and tourism higher education: Perspectives from industry practitioners and students. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 31, 2022. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100393>. Disponível: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1473837622000259>. Acesso em: 05 jun. 2024.



REFERÊNCIAS

ALAM, A. *et al.* A comparative systematic literature review between Indonesia and Malaysia Halal tourism studies (2010-2022). **Multidisciplinary Reviews**, [S. l.], v. 7, n. 3, 2024061, 2024. DOI: <https://doi.org/10.31893/multirev.2024061>. Disponível em: <https://malque.pub/ojs/index.php/mr/article/view/1682>>. Acesso em: 12 mar. 2024.

ALMEIDA, L. M. L. D. *et al.* Estado atual, atrativos e entraves para o ecoturismo em unidades de conservação do Amapá, Brasil. **Ambiente & Sociedade**, v. 25, São Paulo: 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1809-4422asoc20220006r1AO>.

AL-ROMEEDY, B. S.; MOOSA, S. e ELBAZ, A. M. Does the Curricula of Tourism Studies in Higher Education Meet the Educational and Occupational Needs of the Tourism Labour Market? **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, 9 (5): 1131-1143, 2020. DOI: <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-73>.

AMAPÁ (Estado). **Governo do Amapá promove a 'Jornada MAPTUR' para fortalecer o turismo no estado**. Amapá: Agência Amapá, 26 mar. 2025. Disponível em: <https://agenciaamapa.com.br/noticia/29689/governo-do-amapa-promove-a-jornada-maptur-para-fortalecer-o-turismo-no-estado>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

AMAPÁ (Estado). **Governador Clécio Luís acompanha andamento das obras de restauro da Fortaleza de São José de Macapá**. Amapá: Agência Amapá, 09 out. 2024. Disponível em: <https://agenciaamapa.com.br/noticia/25267/governador-clecio-luis-acompanha-andamento-das-obras-de-restauro-da-fortaleza-de-sao-jose-de-macapa>>. Acesso em: 02 abr. 2025.

AMAPÁ (Estado). **Macapá 266 Anos: Governo do Amapá resgata grandes eventos culturais com volta da Expofeira, Ciclo do Marabaixo, Réveillon Beira Rio e Carnaval**. Amapá: 02 fev. 2025. Disponível em: <https://www.portal.ap.gov.br/noticia/3101/macapa-266-anos-governo-do-amapa-resgata-grandes-eventos-culturais-com-volta-da-expofeira-ciclo-do-marabaixo-reveillon-beira-rio-e-carnaval>>. Acesso em: 03 abr. 2025.

AMAPÁ (Estado). Secretaria de Estado de Administração. **Diário Oficial do Estado**. Amapá: SEAD (s.d.). Disponível em: <https://seadantigo.portal.ap.gov.br/diario/DOEn1137.pdf?ts=22031011>>. Acesso em: 08 fev. 2024.

AMAPÁ (Estado). Secretaria de Estado do Meio Ambiente. **Unidades de Conservação**. Amapá: SEMA, 2022. Disponível em: <https://sema.portal.ap.gov.br/conteudo/servicos-e-informacoes/unidades-de-conservacao>>. Acesso em: 14 jan. 2024.

AMAPÁ (Estado). Secretaria de Estado de Planejamento. **Contas Regionais – Amapá PIB 2021**. Amapá: SEPLAN, 2023. Disponível em: <<https://seplan.portal.ap.gov.br/contas/pib>>. Acesso em: 13 jan. 2024.

AMAPÁ (Estado). Secretaria de Estado de Planejamento. **PIB DO ESTADO DO AMAPÁ**. Amapá: SEPLAN, 2023. Disponível em: <<https://seplan.portal.ap.gov.br/noticia/1711/pib-do-estado-do-amapa>>. Acesso em: 28 abr. 2025.

AMAPÁ (Estado). Secretaria de Estado de Turismo. **Governo do Amapá e IFAP firmam parceria para capacitação profissional em turismo sustentável no Amapá**. Amapá: SETUR, 2025. Disponível em: <<https://setur.portal.ap.gov.br/noticia/0304/governo-do-amapa-e-IFAP-firmam-parceria-para-capacitacao-profissional-em-turismo-sustentavel-no-amapa-#:~:text=SETUR%20%2D%20Secretaria%20de%20Estado%20de%20Turismo,%C3%A0s%2014h%202017%20%2D%202025%20Licen%C3%A7a%20Creative>>. Acesso em: 23 abr. 2025.

ANDRADE, R. C. G. e GÓES, E. M. Gentrificação em Cartagena de Índias – Colômbia: O caso de La Boquilla. **Ateliê Geográfico**, Goiânia-GO, v. 17, n. 2, 76-97, 20 ago. 2023. DOI: 10.5216/ag.v17i2.74558. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/atelie/article/view/74558>. Acesso em: 7 fev. 2025.

APOSTU, S. A. *et al.* Economic Growth through the Lenses of Education, Entrepreneurship, and Innovation. **Administrative Sciences**, v. 12, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci12030074>.

AYEH, J. K., BONDZI-SIMPSON, A. e BAAH, N. G. Predicting Students' Response to Entrepreneurship in Hospitality and Tourism Education: An Application of the Theory of Planned Behavior, **Journal of Hospitality & Tourism Education**, 35:3, 265-276, 2023. DOI: <<https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056469>>.

BAHCELERLI, N. M. e ALTINAY, M. Tourism Education Programme Adoption to Learning Organization and Human Resources Industry for Service Quality. **Journal of Chinese Human Resources Management**, 14, 1, 59-69, 2023. DOI: <<https://dx.doi.org/10.47297/wspchrmWSP2040-800505.20231403>>.

BAKAR, B. A. Integrating spirituality in tourism higher education: A study of tourism educators' perspectives. **Tourism Management Perspectives**, volume 34, 100653, 2020. ISSN 2211-9736. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100653>.

BARBOSA, F. **No Ceará, turismo comunitário proporciona vivências em comunidades e trocas de saberes durante todo o ano**. Brasil de Fato, 25 jul. 2024. Disponível: <<https://www.brasildefato.com.br/2024/07/25/no-ceara-turismo-comunitario-proporciona-vivencias-em-comunidades-e-trocas-de-saberes-durante-todo-o-ano/>>. Acesso em: 07 fev. 2025.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** / Laurence Bardin. São Paulo: Edições 70, 2016.

BELTRAMO, R.; PEIRA, G. e BONADONNA, A. Creating a Tourism Destination through Local Heritage: The Stakeholders' Priorities in the Canavese Area (Northwest Italy). **Land**, v. 10, n. 260, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/land10030260>.

BERNARDI, C. Values, emancipation, and the role of knowledge in tourism education. A critical realist perspective. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 22:1, 36-49, 2022. DOI: <<https://doi.org/10.1080/15313220.2021.2015052>>.

BONFIM, I. O. B.; BASSINELLO, P. Z. E FREITAG, M. J. C. Expansão, crise, declínio e segmentação no ensino superior em turismo: um recorte do estado de mato grosso do sul. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 30, n. 2, p. 214–230, 2019. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v30i2p214-230. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/150507>>. Acesso em: 7 jun. 2024.

BOOYENS, I. Education and skills in tourism: Implications for youth employment in South Africa. **Development Southern Africa**, v. 37, n. 5, 825–839, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1725447>.

BRANDÃO, H. P. e BAHRY, C. P. Gestão por competências: métodos e técnicas para mapeamento de competências. **Revista do Serviço Público**, [S. l.], v. 56, n. 2, p. p. 179-194, 2014. DOI: 10.21874/rsp.v56i2.224. Disponível em: <<https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/224>>. Acesso em: 28 fev. 2025.

BRASIL. Casa Civil. **Sistema Eletrônico de Informações ao Cidadão (e-SIC)**. Brasília, DF: Casa Civil, 25 set. 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/abin/pt-br/aceso-a-informacao/servico-de-informacao-ao-cidadao>>. Acesso em: 29 abr. 2025.

BRASIL. **Decreto n.º 9.235, de 15 de dezembro de 2017**. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/decreto/d9235.htm>. Acesso em: 20 mar. 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil/Amapá – História & Fotos**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ap/historico>>. Acesso em: 26 jun. 2024.

BRASIL. Instituto Federal do Amapá. **PDI**. Amapá: IFAP, 2023. Disponível em: <<https://IFAP.edu.br/index.php/quem-somos/pdi>>. Acesso em: 12 jan. 2024.

BRASIL. Instituto Federal do Amapá. **Resolução nº 74.2023 Consup**. Amapá: IFAP, 2023. Disponível em: <<https://IFAP.edu.br/index.php/publicacoes/item/5290-resolucao-n-74-2023-consup>>. Acesso em: 02 jan. 2024.

BRASIL. Instituto Federal do Amapá. **Edital nº 34/2023 - Seleção Simplificada de Discentes para Preenchimento de Vagas nos Cursos do Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação de Jovens e Adultos**

(Proeja) Integrado à Formação Inicial e Continuada (FIC). Amapá: IFAP, 2023. Disponível em: <<https://IFAP.edu.br/index.php/publicacoes/item/5175-selecao-simplificada-de-discentes-para-preenchimento-de-vagas-nos-cursos-do-programa-nacional-de-integracao-da-educacao-profissional-com-a-educacao-de-jovens-e-adultos-proeja-integrado-a-formacao-inicial>>. Acesso em: 12 jan. 2024.

BRASIL. **Lei n.º 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 01 abr. 2025.

BRASIL. **Lei n.º 11.892, de 29 de dezembro de 2008.** Diário Oficial da União nº 253, de 30 de dezembro de 2008, seção 1, p. 1-3, Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm>. Acesso: 12 jan. 2023.

BRASIL. Ministério da Educação. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior – Cadastro e-MEC.** Disponível em: <<https://emec.mec.gov.br/emec/nova>>. Acesso em: 09 fev. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais – Turismo.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces13_06.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2023.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Painel de Informações do Novo CAGED.** Disponível em: <<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoibWl5NWl0ODEtYmZiYy00Mjg3LTkzNWUtY2UyYjIwMDE1YWl2IiwidCI6IjNlYzkyOTY5LTZhNTEtNGYxOC04YWM5LWVmOThmYmFmYTk3OCJ9&pageName=ReportSectionb52b07ec3b5f3ac6c749>>. Acesso em: 01 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Amapá registra crescimento de 23,2% na chegada de turistas internacionais em 2024.** Brasília, DF: MTur, 07 jan. 2025. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/amapa-registra-crescimento-de-23-2-na-chegada-de-turistas-internacionais-em-2024>>. Acesso em: 30 mar. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico de Turismo 2022 - Ano Base 2021.** Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>>. Acesso em: 24 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Atividades ligadas ao turismo encerram 2024 gerando mais de 191 mil vagas formais de trabalho.** Brasília, DF: MTur, 30 jan. 2025. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/atividades-ligadas-ao-turismo-encerram-2024-gerando-mais-de-191-mil-vagas-formais-de-trabalho>>. Acesso em: 01 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadastur – Fazendo o turismo legal.** Disponível em: <<https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar>>. Acesso em: 24 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Desenvolvimento turístico impacta a produção industrial**. Brasília, DF: MTur, 25 out. 2011. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/desenvolvimento-turistico-impacta-a-producao-industrial>>. Acesso em: 05 fev. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Em 2023, atividade turística deve movimentar US\$ 9,5 trilhões na economia mundial, indica estudo da WTTC**. Brasília, DF: MTur, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-2023-atividade-turistica-deve-movimentar-us-9-5-trilhoes-na-economia-mundial-indica-estudo-da-wttc>>. Acesso em: 17 jan. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo 2025**. Disponível em: <<https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>>. Acesso em: 02 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Pesquisa aponta turismo de natureza e ecoturismo como responsáveis por 60% do faturamento do setor**. Brasília, DF: Mtur, 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/pesquisa-aponta-turismo-de-natureza-e-ecoturismo-como-responsaveis-por-60-do-faturamento-no-setor#:~:text=O%20Turismo%20de%20Natureza%20e,apoio%20do%20Minist%C3%A9rio%20do%20Turismo>>. Acesso em: 07 fev. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Portaria Mtur nº 38, de 11 de novembro de 2021**. Brasília, DF: Mtur, 12 nov. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/atos-normativos-2/2021-1/portaria-mtur-no-38-de-11-de-novembro-de-2021>>. Acesso em: 01 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Redes sociais já são principal fonte de informação para quem deseja viajar**. Brasília, DF: MTur, 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/redes-sociais-ja-sao-principal-fonte-de-informacao-para-quem-deseja-viajar>>. Acesso em: 23 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo será responsável por quase 8 milhões de empregos e 7,8% do PIB do Brasil em 2023, indica WTTC**. Brasília, DF: MTur, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2023/05/gastos-de-estrangeiros-no-brasil-crescem-14-7-em-abril>>. Acesso em: 10 jan. 2024.

CASTANHO, R. A.; SANTOS, C. e COUTO, G. Creative Tourism in Islands and Regional Sustainable Development: What Can We Learn from the Pilot Projects Implemented in the Azores Territory? **Land**, 12, 498, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3390/land12020498>.

CASTRO, E. e OLIVEIRA, U. T. V. A Língua Estrangeira no Ensino Superior: uma Análise de sua Oferta em Universidades Brasileiras. **Educação em Revista**, v. 38, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-469835876>.

COUTINHO, M. P. C. **Investimento Social Privado em Turismo no Brasil. Impactos, motivações e desafios**. Brasília: Coleção Mirante, Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade – Lets/Unb, 2024.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

ESPM. **Calculadora de Valoração de PTT**. Disponível em: <<https://calculadoraptt.com.br/>>. Acesso em: 05 maio 2025.

ESTRADA, M. G.; GERRITSEN, P. R. W. e CHÁVEZ-DAGOSTINO, R. M. Gobernanza turística y desarrollo regional en la Costa Sur de Jalisco, México. **PASOS**, v. 20, n. 3, 2022. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.048>.

FARSARI, I. Pedagogy for sustainable tourism: reflections on the curriculum space of a master programme in Sweden. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, v. 22, n. 1, p. 6-35, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/15313220.2021.1978127>.

FIEMGLab. **TRL Technology Readiness Level**. Disponível em: <[https://fiemglab.com.br/technology-readness-level/#:~:text=Technology%20Readiness%20Level%20\(TRL\)%20%C3%A9,opera%C3%A7%C3%B5es%20de%20miss%C3%A3o%20bem%20sucedidas](https://fiemglab.com.br/technology-readness-level/#:~:text=Technology%20Readiness%20Level%20(TRL)%20%C3%A9,opera%C3%A7%C3%B5es%20de%20miss%C3%A3o%20bem%20sucedidas)>. Acesso em: 05 maio 2025.

G1 AMAPÁ. **Receita Federal fiscaliza veículos e cargas na fronteira do Amapá com a Guiana Francesa**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/videos-jornal-do-amapa-2-edicao/video/receita-federal-fiscaliza-veiculos-e-cargas-na-fronteira-do-amapa-com-a-guiana-francesa-13422148.ghtml>>. Acesso em: 21 mar. 2025.

GAVINOLLA, M. R. *et al.* Tracing the Sustainability Components in the Indian Tourism Curricula: An Exploratory Study. **Journal of Teacher Education for Sustainability**, v. 25, n. 1, p. 116-132, 2023. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/371960847_Tracing_the_Sustainability_Components_in_the_Indian_Tourism_Curricula_An_Exploratory_Study>. Acesso em: 27 maio/2025.

GAVUROVA, B.; SUHANYI, L. e RIGELSKY, M. Tourist Spending and Productivity of Economy in OECD Countries – Research on Perspectives of Sustainable Tourism. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**, v. 8, n. 1, 2020. DOI: [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(66\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(66)).

GIL, A. C. **Método e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOODE, W. J. e HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. Tradução de Carolina Martuscelli Bori. 5. ed. São Paulo: Nacional, 1975.

HUNTER, M. e ALBERTI, M. “Excesso de Turismo”: Consumo de bebidas alcoólicas em ruas de Ibiza é proibido. **CNN Brasil**, 10 abr. 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/excesso-de-turismo-consumo-de-bebidas-alcoolicas-em-ruas-de-ibiza-e-proibido/#:~:text=Isso%20faz%20parte%20de%20modifica%C3%A7%C3%B5es,2.781%20a%20R%24%208.345>> Acesso em: 07 fev. 2025.

KRONENBERG, K e FUCHS, M. The socio-economic impact of regional tourism: an occupation-based modelling perspective from Sweden. **Journal of Sustainable Tourism**, 30, 12, 2785–2805, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1924757>.

LE MOS, F. M. F. R. *et al.* A Avaliação e Educação em Turismo: Perspetivas no ensino superior português. **Journal of Tourism & Development**, v. 1, n. 35, 2021. DOI: 10.34624/rtd.v1i36.11979.

LOPES, J. M. *et al.* Networks, Innovation and Knowledge Transfer in Tourism Industry: An Empirical Study of SMEs in Portugal. **Social Sciences**, 10, 159, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/socsci10050159>.

LUCIA, M. D. *et al.* Enhancing tourism education: The contribution of humanistic management. **Humanistic Management Journal**, v. 6, p. 429–449, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41463-021-00111-3>.

LUONG, T.; HUYNH, V. e KIM, E. A Hybrid Use of Soft Systems Methodology for Developing a Framework of Evidence-Based Teaching for Hospitality and Tourism Instructors in Vietnam. **Systemic Practice and Action Research**, v. 36, p. 241–274, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11213-022-09609-9>.

MACAPÁ. Prefeitura Municipal de Macapá. **Olha só que notícia ótima!** Macapá, 09 nov. 2024. Instagram: @prefeiturademacapa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/prefeiturademacapa/p/DCKBGdNJVGf/>>. Acesso em: 03 abr. 2025.

MACAPÁ. Secretaria Municipal de Comunicação Social. **Macapá inaugura Centro de Atendimento ao Turista no Trapiche Eliezer Levy para impulsionar o setor turístico na cidade**. Macapá: SECOM, 27 mar. 2025. Disponível em: <<https://macapa.ap.gov.br/macapa-inaugura-centro-de-atendimento-ao-turista-no-trapiche-eliezer-levy-para-fortalecer-o-turismo-na-cidade/>>. Acesso em: 29 mar. 2025.

MALDONADO-ERAZO, C. P. *et al.* Use of Natural and Cultural Resources by Tourism as a Strategy for Regional Development: Bibliometric Analysis. **Land**, 11, 1162, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/land11081162>.

MARÁKOVÁ, V. e DZÚRIKOVÁ, L. Tourism as an engine for sustainable development in the Euroregion. Insights from the Tatra Euroregion. **Revista Galega de Economía**, v. 31, n. 2, 2022 DOI: <https://doi.org/10.15304/rge.31.2.8378>.

MARTINS, P. D. G. e CORNACCHIONE, P. D. E. Editorial: Item de Likert e Escala de Likert. **Contabilidade Vista & Revista**, [S. l.], v. 32, n. 1, p. 1–5, 2021. DOI: 10.22561/cvr.v32i1.6776. Disponível em:

<<https://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista/article/view/6776>>. Acesso em: 01 abr. 2024.

MILANO, C.; NOVELLI, M. e CHEER, J. M. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. **Journal of Sustainable Tourism**, v.27, n.12, 1857- 1875, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650054>. Acesso: 07 fev. 2025.

MINASI, S. M.; KAIZER, E. F. e OLIVEIRA, R. M. Social Participation and Tourism Public Policy: The Brazilian Tourism Regionalization Program. **Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal**, v. 11, n. 1, p. 231-262, 2021. Disponível em: <<https://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/et/article/view/5128>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

MOESCH, M. O lugar da experiência e da razão na origem do conhecimento do turismo. Cenário: **Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2013. DOI: 10.26512/revistacenario.v1i1.15206. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/15206>> . Acesso em: 25 jun. 2024.

MOREENG, B.; NHLAPO, M. e MALEBESE, M. L. Fostering an integrated tourism education curriculum in Lesotho: A community participation approach. **Journal of Education**, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.org.za/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2520-98682020000200007>. Acesso em: 11 jan. 2024.

NAKAGAWA, M. **Ferramenta: Análise SWOT (Clássico)**. Sebrae, [S. d.]. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF>. Acesso em: 10 mar. 2025.

NDOU, V.; MELE, G. e DEL VECCHIO, P. Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 25, 100175, 2019. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.10.003>.

NEVES, P. C. S. e PINTO, L. R. O Processo de Abertura de Novos Cursos: Um Panorama dos Documentos que Orientam as Ações dos Institutos Federais da Região Sul do País. **Educação Profissional e Tecnológica em Revista**, v. 3, n. 2, 2019. DOI: <<https://doi.org/10.36524/profept.v3i2.450>>.

OPPLIGER, E. A. e OLIVEIRA, A. K. M. Turismo como Possibilidade Econômica de Desenvolvimento Sustentável da Comunidade Quilombola de Furnas dos Baianos, Aquidauana, Mato Grosso do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 18, n. 2. p. 98-111, 2022. Disponível em: <
https://www.researchgate.net/publication/362696713_TURISMO_COMO_POSSIBILIDA

[DE ECONOMICA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL DA COMUNIDA DE QUILOMBOLA DE FURNAS DOS BAIANOS AQUIDAUANA MATO GROSSO DO SUL/link/630de0c11ddd4470211e9034/download>](#). Acesso em: 18 ja.2024.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19.**

OPAS/OMS, 2023. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>>. Acesso em: 17 jan. 2024.

PAZ-DE-SOUZA, M. *et al.* O Uso da Matriz TOWS para Análise de Estratégias Sustentáveis em Cooperativas. **Desenvolvimento em Questão**, vol. 17, núm. 49, 2019, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75261084023>>. DOI: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2019.49.309-328>. Acesso em: 10 mar. 2025.

PINHEIRO, K. **Conheça a árvore rainha da Amazônia, a gigantesca sagrada, Sumaúma.** Portal Amazônia, 30 out. 2021. Disponível em: <<https://portalamazonia.com/amazonia/conheca-a-arvore-rainha-da-amazonia-a-gigantesca-sagrada-sumauma/>>. Acesso em: 28 mar. 2025.

PRINCE, S. From Sustainability to the Anthropocene: Reflections on a Pedagogy of Tourism Research for Planetary Attachment. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 20:3, 173-189, 2020. DOI: <<https://doi.org/10.1080/15313220.2020.1797608>>.

PUC-RS. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Biblioteca Central Irmão José Otão. **Tutoriais da Biblioteca Central.** Disponível em: <<https://biblioteca.pucrs.br/apoio-a-pesquisa/tutoriais-on-line/tutoriais-da-biblioteca-central/>>. Acesso em: 08 fev. 2025.

QIAN, J., LAW, R. e LI, X. Education research in tourism: A longitudinal study of 77 articles between 2008 and 2017. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 24, 120-129, 2019. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.02.003>.

RAMAKRISHNAN, S. e MACAVEIU, C. Understanding aspirations in tourism students. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 39, 40-48, 2019. ISSN 1447-6770. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.02.003>.

RASETHUN TSA, B. C. Tourism skill development initiatives in three Southern African Development Community countries: A policy guide analysis. **Turyzm/Tourism**, 32 (2), 51–68, 2022. DOI: <https://doi.org/10.18778/0867-5856.32.2.03>.

RIGOLDI, A. G. M. *et al.* O Bacharel em Turismo e as Políticas Públicas em Turismo: o Caso das Estâncias Turísticas no Estado de São Paulo, Brasil. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. 1, 2020 DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i1p169>.

ROBSON, C. **Real World Research Design**: a resource for users of social research methods in applied settings. 3rd. Ed. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd., 2011.

ŞANLIÖZ-ÖZGEN, H. K. e KÜÇÜKALTAN, E. G. Distance education at tourism higher education programs in developing countries: Case of Türkiye with a strategic perspective and recommendations. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 32, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100419>.

SANTOS, R. A. dos. **Critérios para o Desenvolvimento de uma Hotelaria Sustentável**. Tese (Doutorado em Sistemas de Gestão Sustentáveis) - Escola de Engenharia, Universidade Federal Fluminense, Niterói: 2018. Disponível em: <https://doutoradosg.uff.br/content/crit%C3%A9rios-para-o-desenvolvimento-de-uma-hotelaria-sustent%C3%A1vel>>. Acesso em: 14 jan. 2024.

SANTOS, T. S. e PEREIRA, R. S. O turismo como impulsionador do desenvolvimento regional: análise no Campo das Vertentes (MG), Brasil. **EURE (Santiago)**, v. 46, n.137, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612020000100113>.

SCATOLINI, A. e COUTINHO, B. **‘Overturism’ desafia destinos famosos no pós-pandemia, que tentam absorver excessos com restrições**. O Globo, 27 ago. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2023/08/27/overtourism-desafia-destinos-famosos-no-pos-pandemia-que-tentam-absorver-excessos-com-restricoes.ghtml>>. Acesso em: 07 fev. 2025.

SCHIFFMAN, L. e KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. LTC Editora. 6 a ed. 2000.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Ecoturismo se consolida como tendência no pós-pandemia**. Bonito-Mato Grosso: 20 jun. 2022. Disponível em: <https://ecoturismo.sebrae.com.br/noticias/85-ecoturismo-se-consolida-como-tendencia-no-pos-pandemia>>. Acesso em: 07 fev. 2025.

SELES NAFES. **Lixo e som automotivo continuam gerando reclamações no Trapiche Santa Inês**. Disponível em: <https://selesnafes.com/2023/10/lixo-e-som-automotivo-continuam-gerando-reclamacoes-no-trapiche-santa-ines/>>. Acesso em: 23 abr. 2025.

SEYITOĞLU F. *et al.* The two-way perspective of tourism undergraduates towards (post-)viral world: The future of tourism, and vocational development and career. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v 31, 100400, 2022. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100400>.

SHI, J.; CAI, L. A. e WOLFE, K. Advancing hospitality and tourism education and research through global crises. **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 22:3, 199-204, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/15313220.2022.2110550>>.

SILVA, I. C. M. da e FRATUCCI, A. C. Uma análise de discurso da política pública nacional de qualificação profissional em turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. l.], v. 16, p. 2250, 2022. DOI: 10.7784/rbtur.v16.2250. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2250>>. Acesso em: 15 mai. 2024.

SILVA, E. C. G. e SILVA, B. O. Identidade estética do objeto artesanal amapaense designada em sua percepção de autenticidade. **Revista Temática (UFPB)**, v. 17, n. 7, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2021v17n7.60040>.

SIMSEK, E. K. e KALYŦPÇŦ, M. B. A bibliometric study on higher tourism education and curriculum. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 33, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100442>.

SINCHAROENKUL, K. e WITTHAYASIRIKUL, C. Can online learners obtain sufficient competencies in the hospitality and tourism industries? **Frontiers in Education**, 7:996377, 2022. DOI: <<https://doi.org/10.3389/feduc.2022.996377>>.

SINGLETON JR., R. A. e STRAITS, B. C. **Abordagens para pesquisa social**. 5th Ed. Oxford: Oxford University, Press, Inc., 2010.

SOUSA, J. R. de e SANTOS, S. C. M. dos. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. **Pesquisa e Debate em Educação**, Juiz de Fora: UFJF, v. 10, n. 2, p. 1396-1416, jul.-dez. 2020. ISSN 2237-9444. DOI: <https://doi.org/10.34019/2237-9444.2020.v10.31559>.

SU, M. S. *et al.* Livelihood sustainability in a rural tourism destination - Hetu Town, Anhui Province, China. **Tourism Management**, 71, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.019>.

TASHAKKORI, A. e TEDDLIE, C. **SAGE Manual de Métodos Mistos em Pesquisas de Comportamento Social**. 2th. Ed. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., 2010.

THAPA, B. International academic partnership: Case study in South Africa. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, volume 24, 30-37, 2019. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.10.004>.

TOMAZZONI, E. L., LACERDA P. H. F. e EMMENDOERFER, M. L. Clusters, Arranjos Produtivos Locais e Circuitos de Turismo: uma análise da produção científica pré-pandêmica brasileira. **Geo UERJ**, Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, n^o 45, e84221, 2024. DOI: 10.12957/geouerj.2024.84221.

TOMAZZONI, E. L. **Turismo e desenvolvimento regional: modelo APL TUR aplicado à região das Hortênsias (Rio Grande do Sul - Brasil)**. Tese (Doutorado em Relações Públicas, Propaganda e Turismo) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. DOI: <<https://doi.org/10.11606/T.27.2007.tde-11052009-111001>>. Acesso em: 12 jan. 2024.

UNWTO. United Nations – World Tourism Organization. **Tourism for Development. Volume I: Key area for Action**, Madrid: jun. 2018, p. 144. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419722>.

UOL. **Veja cinco destinos para conhecer na região norte do Brasil**. Disponível em: <https://cultura.uol.com.br/turismo/noticias/2024/02/06/229_veja-cinco-destinos-para-conhecer-na-regiao-norte-do-brasil.html>. Acesso em: 22 abr. 2025.

VADUVA, C.; ECHEVARRIA-CRUZ, S. e TAKACS JR., J. The economic and social impact of a university education upon, the development of the Romanian tourism industry. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 27, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100270>.

VIEIRA, C. S. *et al.* Formei, e agora? Refletindo com os egressos do curso de Turismo da UFJF sobre o mercado de trabalho na cidade de Juiz de Fora/MG em tempos de pandemia. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, [S. l.] v. 16, n. 2, p. 84-109, agosto/2022. DOI: <<http://dx.doi.org/10.17648/raoit.v16n2.7039>>.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

XU, J. *et al.* Hospitality and Tourism Higher Education in the Post-COVID Era: Is It Time to Change? **Journal of Hospitality & Tourism Education**, 34 (4), 278–290, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056044>.

ZHANG, X. e TAVITIYAMAN, P. Sustainability courses in hospitality and tourism higher education: Perspectives from industry practitioners and students. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 31, 2022. ISSN 1473-8376. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100393>. Disponível: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1473837622000259>>. Acesso em: 05 jun. 2024.

APÊNDICES

Apêndice A – Roteiro de Entrevista para Representantes do *Trade* Turístico

Cenário:

O Turismo é um dos principais setores da economia mundial e, além disso, pode propiciar o desenvolvimento sustentável em regiões onde outras cadeias produtivas são inviáveis. Por outro lado, para que determinado setor evolua a produção de conhecimento, a capacitação profissional e o aperfeiçoamento de produtos ou serviços precisam ocorrer, algo que tende a ser alcançado a partir da educação em nível superior. Isto posto, como a necessidade de formação superior em turismo dos profissionais do ramo é vista pelo *trade* turístico amapaense?

Fato-chave:

Conhecer as perspectivas em relação ao turismo e compreender a importância dada à formação superior em turismo e ao aperfeiçoamento profissional pelos representantes do *trade* turístico.

Proposta: Turismo e Desenvolvimento Regional

- 1 - Você considera que o turismo pode ser visto como uma opção para o desenvolvimento regional no Amapá? Por quê?
- 2 - Como você vislumbra a atuação dos governos locais no Amapá em relação ao turismo?
- 3 - Como você enxerga a integração e a articulação entre as empresas do setor turístico, as instituições governamentais e sociedade em geral em torno do desenvolvimento do turismo?

Caso necessário, indagar se existem parcerias com outras instituições públicas (prefeituras ou governo), comunidades tradicionais, grupos culturais e empresas.

4 – Quais ações estratégicas você acredita que empresas e governos locais podem realizar para alavancar o turismo no Amapá?

Proposta: Turismo e Educação Superior

5 - Você sabe da existência de algum curso superior em turismo no estado do Amapá?

6 - Você tem conhecimento das áreas de atuação do profissional graduado em turismo?

7 - Você acredita que um curso superior em turismo poderia contribuir para o desenvolvimento desta atividade no Amapá? Como?

8 - A oferta de um curso superior em turismo despertaria o interesse das pessoas para ingressarem nesse curso? Quais expectativas essas pessoas teriam para atuar no mercado?

9 - A sua empresa/instituição/área estaria disposta a firmar parcerias com uma instituição de ensino em torno do turismo? Como você acha que isso pode ser benéfico para a sua empresa/instituição/área?

Citar exemplos se necessário (vagas de estágios, pesquisa mercadológica, planos de negócios, estratégias de propaganda, etc.).

10 - Qual o diferencial da atuação de colaboradores com graduação superior em sua empresa/instituição/área? Alguns destes colaboradores têm graduação superior ou é graduado em turismo?

Proposta: Atuação Profissional no Mercado Turístico

11 - Quais as principais competências ou habilidades você considera serem necessárias para um profissional se destacar no mercado de turismo?

Caso a resposta seja vaga, as perguntas seguintes podem ser aplicadas.

12 - Saber uma língua estrangeira é importante? Qual ou quais?

13 - Habilidades interpessoais e saber lidar com pessoas de outras culturas é importante?

14 - Conhecimento de novas tecnologias e sustentabilidade pode ser útil? Como isso se dá na prática da sua empresa/instituição/área?

Apêndice B – Roteiro de Entrevista para Representantes dos Governos Locais

Cenário:

O Turismo é um dos principais setores da economia mundial e, além disso, pode propiciar o desenvolvimento sustentável em regiões onde outras cadeias produtivas são inviáveis. Por outro lado, para que determinado setor evolua a produção de conhecimento, a capacitação profissional e o aperfeiçoamento de produtos ou serviços precisam ocorrer, algo que tende a ser alcançado a partir da educação em nível superior. Isto posto, como a necessidade de formação superior em turismo dos profissionais do ramo é vista pelas pastas de turismo dos governos locais?

Fato-chave:

Conhecer as perspectivas em relação ao turismo e compreender a importância dada à formação superior em turismo e ao aperfeiçoamento profissional pelos representantes das pastas de turismo dos governos locais.

Proposta: Turismo e Desenvolvimento Regional

1 - Você considera que o turismo pode ser visto como uma opção para o desenvolvimento regional no Amapá? Por quê?

2 - Como tem sido a atuação do seu órgão/entidade em relação ao turismo? Quais projetos estão em andamento ou em planejamento?

3 - Como você enxerga a integração e a articulação entre as empresas do setor turístico, as instituições governamentais e sociedade em geral em torno do desenvolvimento do turismo?

Caso necessário, explicar se existem parcerias com outras instituições (prefeituras ou governo), comunidades tradicionais, grupos culturais e empresas.

Proposta: Turismo e Educação Superior

4 - Você sabe da existência de algum curso superior em turismo no estado do Amapá?

5 - Você tem conhecimento das áreas de atuação do profissional graduado em turismo?

6 - Você acredita que um curso superior em turismo poderia contribuir para o desenvolvimento desta atividade no Amapá? Como?

7 - A oferta de um curso superior em turismo despertaria o interesse das pessoas para ingressarem nesse curso? Quais expectativas essas pessoas teriam para atuar no mercado?

8 - A sua empresa/instituição/área estaria disposta a firmar parcerias com uma instituição de ensino em torno do turismo? Como você acha que isso pode ser benéfico para a sua empresa/instituição/área?

Citar exemplos se necessário (vagas de estágios, pesquisa mercadológica, planos de negócios, estratégias de propaganda, etc.).

9 - Qual o diferencial da atuação de colaboradores com graduação superior em sua empresa/instituição/área? Alguns destes colaboradores têm graduação superior ou é graduado em turismo?

Proposta: Atuação Profissional no Mercado Turístico

10 - Quais as principais competências ou habilidades você considera serem necessárias para um profissional se destacar no mercado de turismo?

Caso a resposta seja vaga, as perguntas seguintes podem ser aplicadas.

11 - Saber uma língua estrangeira é importante? Qual ou quais?

12 - Habilidades interpessoais e saber lidar com pessoas de outras culturas é importante?

13 - Conhecimento de novas tecnologias e sustentabilidade pode ser útil? Como isso se dá na prática da sua empresa/instituição/área?

Apêndice C – Roteiro de Entrevista para Representantes do IFAP

Cenário:

O Turismo é um dos principais setores da economia mundial e, além disso, pode propiciar o desenvolvimento sustentável em regiões onde outras cadeias produtivas são inviáveis. Por outro lado, para que determinado setor evolua a produção de conhecimento, a capacitação profissional e o aperfeiçoamento de produtos ou serviços precisam ocorrer, algo que tende a ser alcançado a partir da educação em nível superior. Isto posto, como a necessidade de formação superior em turismo dos profissionais do ramo é vista pelo IFAP?

Fato-chave:

Conhecer as perspectivas em relação ao turismo e compreender a importância dada à formação superior em turismo e ao aperfeiçoamento profissional pelos representantes do IFAP.

Proposta: Turismo e Desenvolvimento Regional

1 - Você considera que o turismo pode ser visto como uma opção para o desenvolvimento regional no Amapá? Por quê?

2 - Como você enxerga a integração e a articulação entre as empresas do setor turístico, as instituições governamentais e sociedade em geral em torno do desenvolvimento do turismo?

Caso necessário, explicar se existem parcerias com outras instituições (prefeituras ou governo), comunidades tradicionais, grupos culturais e empresas.

Proposta: Turismo e Educação Superior

3 - Você sabe da existência de algum curso superior em turismo no estado do Amapá?

4 - Você tem conhecimento das áreas de atuação do profissional graduado em turismo?

- 5 - Você acredita que um curso superior em turismo poderia contribuir para o desenvolvimento desta atividade no Amapá? Como?
- 6 - A oferta de um curso superior em turismo despertaria o interesse das pessoas para ingressarem nesse curso? Quais perspectivas você acredita que essas pessoas teriam para atuar no mercado?
- 7 - O IFAP tem desenvolvido ou pretende desenvolver projetos voltados para o turismo? Quais estão em andamento ou planejamento?
- 8 - Quais seriam os procedimentos e condições (institucionais, financeiras e materiais) para que o IFAP venha criar um curso de turismo?
- 9 - É importante realizar algum tipo de estudo técnico para este tipo de tomada de decisão, isto é, para criação de cursos? Existem regulamentos sobre isso que devem ser seguidos?
- 10 - Você entende que a participação da comunidade externa, de especialistas, de partes interessadas e empresas do ramo pode contribuir para a construção de um curso?
- 11 - Você acredita que a oferta de um curso superior de turismo pelo IFAP traria algum benefício estratégico para a instituição? Como isso se daria?

Se necessário citar exemplos, tais como: atração de recursos, reconhecimento social, protagonismo, pioneirismo, etc.

Apêndice D – Questionário para servidores do IFAP envolvidos em atividades na área do Turismo no âmbito da instituição

Este instrumento objetiva questionar os servidores do IFAP sobre uma eventual proposta de criação de curso superior em Turismo na instituição.

PERFIL DO PARTICIPANTE

1. Você é ou já foi servidor público do IFAP?

() 1. Sim

() 2. Não

() 3. Já fui servidor

2. Se sim, ou se já foi servidor, qual a categoria profissional?

() 1. Docente

() 2. Técnico-administrativo

3. Quanto tempo você possui de atuação no IFAP?

() 1. De 01 a 03 anos

() 2. De 04 a 05 anos

() 3. De 06 a 07 anos

() 4. De 08 a 10 anos

() 5. Mais de 10 anos

4. Qual a sua formação acadêmica?

Texto de resposta curta: _____

5. Se possuir pós-graduação pode informar em que área?

Texto de resposta curta: _____

6. Você já participou de alguma atividade no IFAP envolvendo a área de conhecimento do Turismo?

() 1. Sim

() 2. Não

Temática investigada: Turismo e Educação Superior

Queremos saber a sua opinião sobre a criação de um curso de Turismo no contexto amapaense e se é interessante para o IFAP atuar nesse ramo do conhecimento.

7. Um curso superior de turismo pode contribuir para o desenvolvimento do turismo no Amapá?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

8. O Amapá precisa de um curso superior em Turismo sendo oferecido por uma instituição pública de ensino?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

9. Um curso superior de turismo pode ter êxito no IFAP em termos de atração de alunos?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

10. Um curso superior de turismo pode ter êxito no IFAP em termos de atração de investimentos e proporcionar reconhecimento da instituição perante a sociedade?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

11. Um curso superior de turismo pode ter êxito no IFAP em termos de novas parcerias com outras instituições públicas e empresas privadas?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

12. Você apoia a ideia de criação de um curso superior de turismo no IFAP?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

13. Você participaria dos debates, estudos e demais atividades de criação de um curso superior de turismo no IFAP?

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

Temática investigada: Atuação Profissional no Mercado Turístico

A pesquisa está quase acabando, agora precisamos que você nos ajude a avaliar a importância de 15 competências construídas com base nos achados teóricos de nossas pesquisas bibliométricas. Para isso, considere a indagação abaixo e depois avalie cada competência.

As competências profissionais para atuação no mercado de turismo no Amapá listadas a seguir são importantes?

14. Comunica-se com clientes e parceiros com assertividade, adequando a linguagem a cada caso.

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

15. Relaciona-se com as pessoas com cordialidade e respeito, demonstrando-se receptivo e atento.

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

16. Cumpre preceitos ético-profissionais, tomando as medidas que a lei ou a norma interna requer.

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

17. Atenta-se para o respeito à dignidade da pessoa humana, especialmente para com indivíduos mais vulneráveis.

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

18. Respeita as diferenças culturais, facilitando as interações entre visitantes e residentes.

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

19. Tem domínio satisfatório da língua inglesa para o atendimento de turistas.

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

20. Tem domínio satisfatório da língua espanhola para o atendimento de turistas.

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

21. Tem domínio satisfatório da língua francesa para o atendimento de turistas.

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

22. Implementa práticas sustentáveis com eficácia em processos produtivos turísticos.

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

23. Utiliza novas tecnologias sem embaraço para atender as demandas da empresa, instituição ou de sua atividade autônoma.

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

24. Trabalha em grupo com senso de coletividade, mantendo foco nos resultados almejados pela organização, projeto ou negócio.

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Não sei responder | ☐ 4. Indeciso |
| ☐ 2. Provavelmente não | ☐ 5. Provavelmente sim |
| ☐ 3. Definitivamente não | ☐ 6. Definitivamente sim |

25. Aspira empreender com planejamento e responsabilidade, visando atuar autonomamente ou ter um negócio próprio.

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

26. Gerencia negócios com excelência, dominando aspectos comerciais, financeiros e de gestão de pessoas.

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

27. Apresenta ideias criativas de execução viável para resolução de problemas e melhoria de serviços e produtos.

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

28. Detém conhecimentos jurídicos aplicáveis ao setor, conduzindo negócios conforme as normas, evitando situações problemáticas.

() 1. Não sei responder

() 4. Indeciso

() 2. Provavelmente não

() 5. Provavelmente sim

() 3. Definitivamente não

() 6. Definitivamente sim

ANEXOS

Anexo A – Modelo de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa intitulada “CONSTRUÇÃO DE UMA PROPOSTA DE CRIAÇÃO DE CURSO SUPERIOR EM TURISMO NO INSTITUTO FEDERAL DO AMAPÁ (IFAP)”.

O objetivo desta pesquisa é: Estruturar, considerando as potencialidades locais e as necessidades do trade turístico amapaense, uma proposta de curso superior em Turismo no IFAP.

O pesquisador responsável por esta pesquisa é o Sr.º Diego Samaro Belo Barriga, Técnico Administrativo do Instituto Federal do Amapá – Ifap, aluno do mestrado profissional em Gestão e Estratégia do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas – Programa de Pós-Graduação em Gestão e Estratégia, da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Você receberá os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo, em favor de não identificá-lo(a).

As informações serão obtidas da seguinte forma: você participará de uma entrevista individual semiestruturada, isto é, com perguntas predefinidas, no entanto, outras perguntas limitadas às temáticas propostas poderão surgir no intuito de dinamizar e estimular esse processo. As temáticas envolvidas serão: Turismo e Desenvolvimento Regional, Turismo e Educação Superior e Atuação Profissional no Mercado Turístico. A entrevista será gravada em áudio somente para possibilitar a transcrição dos dados obtidos e deverá durar cerca de 20 minutos, sendo realizada em um local de escolha do entrevistado.

A sua participação na pesquisa envolve os seguintes riscos previsíveis: cansaço ou estresse durante a entrevista, constrangimento ou medo ao responder ou não saber responder as perguntas, desconforto à gravação da entrevista em áudio, portanto, são riscos mínimos e, principalmente, de ordem subjetiva. Logo, os tipos de procedimentos a serem empregados tem o risco reduzido pela garantia da manutenção do sigilo e da privacidade dos participantes durante todas as fases da pesquisa, compromisso de não publicação dos questionários e conteúdos das

entrevistas, sendo os mesmos manipulados somente pelo pesquisador e acessados pelo orientador.

Os participantes ficarão cientes de que devem participar espontaneamente, podendo, inclusive, desistir da participação durante a execução dos procedimentos ou até mesmo após, solicitando a exclusão de sua participação da pesquisa. Solicitar informações básicas sobre a temática antecipadamente. Reagendar a participação para outro dia, horário ou lugar. Será permitido que o entrevistado esteja acompanhado por pessoa de sua confiança, caso assim se sinta mais confortável. Além disso, durante a entrevista poderão a qualquer tempo refazer ou pedir que suas falas sejam desconsideradas. Podendo sugerir livremente a maneira mais adequada de se executar a entrevista.

A sua participação pode ajudar os pesquisadores a entender melhor o atual cenário profissional, econômico e de políticas públicas em torno do turismo no Amapá.

Você está sendo consultado sobre seu interesse e disponibilidade de participar desta pesquisa. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não acarretará penalidade alguma.

Você não será remunerado por ser participante da pesquisa. Se houver gastos com transporte ou alimentação, eles serão ressarcidos pelo pesquisador responsável. Todas as informações obtidas por meio de sua participação serão de uso exclusivo para esta pesquisa e ficarão sob a guarda do pesquisador responsável. Caso a pesquisa resulte em dano pessoal, o ressarcimento e indenizações previstos em lei poderão ser requeridos pelo participante. O pesquisador poderá informar os resultados ao final da pesquisa por meio do envio da versão final da tese de mestrado em formato digital (PDF) por e-mail.

Caso você tenha qualquer dúvida com relação à pesquisa, entre em contato com o pesquisador por meio do telefone: (96) XXXXX-XXXX, pelo e-mail: <diegosbello@hotmail.com>, e endereço profissional/institucional: Rodovia BR-210, km 03, s/n, Brasil Novo, Macapá-AP, CEP: 68.909-398.

Este estudo foi analisado e aprovado por um Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) sob o registro CAAE **82529324.2.0000.0311**. O CEP é responsável pela

avaliação e acompanhamento dos aspectos éticos de pesquisas envolvendo seres humanos, visando garantir o bem-estar, a dignidade, os direitos e a segurança de participantes de pesquisa; bem como assegurando a participação do pesquisador sob os mesmos aspectos éticos.

Caso você tenha dúvidas e/ou perguntas sobre seus direitos como participante deste estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, situada na BR 465, km 07, Seropédica, Rio de Janeiro, pelo telefone (21) 2681-4749 de segunda a sexta, das 09:00 às 16:00h, pelo e-mail: <eticacep@ufrj.br> ou pessoalmente às terças e quintas das 09:00 às 16:00h.

No caso de aceitar participar da pesquisa, você e o pesquisador devem rubricar todas as páginas e também assinar as duas vias deste documento. Uma via é sua e a outra via ficará com o(a) pesquisador(a).

Para mais informações sobre os direitos dos participantes de pesquisa, leia a Cartilha dos Direitos dos Participantes de Pesquisa elaborada pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep), disponível no site: <http://conselho.saude.gov.br/images/comissoes/conep/img/boletins/Cartilha_Direitos_Participantes_de_Pesquisa_2020.pdf>.

Consentimento do participante

Eu, abaixo assinado, entendi como é a pesquisa, tirei dúvidas com o pesquisador e aceito participar, sabendo que posso desistir a qualquer momento, mesmo depois de iniciar a pesquisa. Autorizo a divulgação dos dados obtidos neste estudo, desde que mantida em sigilo minha identidade. Informo que recebi uma via deste documento com todas as páginas rubricadas e assinadas por mim e pelo Pesquisador Responsável.

Nome do(a) participante: _____

Assinatura: _____ Local e data: _____

Declaração do pesquisador

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária, o Consentimento Livre e Esclarecido deste participante (ou representante legal) para a participação neste estudo. Declaro ainda que me comprometo a cumprir todos os termos aqui descritos.

Nome do Pesquisador: _____

Assinatura: _____ Local/data: _____

Nome do auxiliar de pesquisa/testemunha (Se houver):

Assinatura: _____ Local/data: _____

Presenciei a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e aceite do participante.

Testemunha (não ligada à equipe de pesquisadores)

Nome: _____ Assinatura: _____

Anexo B – Modelo de Termo de Anuência Institucional

Eu, _____,
ocupante do cargo/função de _____, na
instituição/empresa _____, manifesto
a ciência, concordância e disponibilidade dos meios necessários para a realização e
desenvolvimento da pesquisa intitulada “CONSTRUÇÃO DE UMA PROPOSTA DE
CRIAÇÃO DE CURSO SUPERIOR EM TURISMO NO INSTITUTO FEDERAL DO
AMAPÁ (IFAP)” na nossa instituição.

A instituição assume o compromisso de apoiar a pesquisa que será
desenvolvida por DIEGO SAMARO BELO BARRIGA, ocupante do cargo efetivo de
Tecnólogo em Gestão Pública no IFAP, matrícula Siape no 2039317, sob a
orientação do Prof. Dr. Rodrigo Amados dos Santos, ocupante do cargo efetivo de
Professor do Magistério Superior da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro,
tendo ciência que a pesquisa objetiva “Construir, considerando as potencialidades
locais e as necessidades do *trade* turístico amapaense, uma proposta de curso
superior Turismo no IFAP”.

A instituição assume o compromisso de que a coleta dos dados estará
condicionada à apresentação do Parecer de Aprovação por Comitê de Ética em
Pesquisa, junto ao Sistema CEP/Conep.

Atenciosamente,

Macapá, ____ de _____ de 2025.

Assinatura