REVISTA CIENTÍFICA TURISMO & CIDADES

Relato de experiência: Palestra Faça Turismo na Unesp

Experience Report: 'Do Tourism' Lecture at Unesp

Fausi Kalaoum [*]
Júlia Jacielle Maciel[**]
Juliana Maria Vaz Pimentel***
Francisco Barbosa do Nascimento Filho****

Resumo: Este artigo trata de um relato de experiência relativo a um projeto de divulgação do curso de turismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp), Campus de Rosana, localizado no extremo oeste do estado de São Paulo. A ação ocorreu nas escolas técnicas (ETEC) da capital que oferecem cursos técnicos do eixo turismo (eventos, gastronomia, guia de turismo e hotelaria) na modalidade do ensino médio técnico integrado (MTEC). O objetivo principal deste projeto foi, através de um ciclo de palestra, atrair alunos para o ensino superior, sobretudo aqueles que já possuem, na própria formação técnica, alguma vivência ou experiência com disciplinas que estejam como componentes curriculares do curso. Como forma de devolutiva, aplicou-se um questionário por cada aluno das plateias, o que caracteriza essa investigação é a abordagem quantitativa, por meio do método estatístico descritivo. Como resultado, observou-se um impacto positivo com melhora considerável na possibilidade de estudar turismo na Unesp.

Palavras-chave: Turismo. Ensino Superior. Divulgação do curso. Relato de experiência

Abstract: This article describes an experience report on a project aimed at promoting the tourism course of the São Paulo State University (Unesp), Rosana Campus, located in the far west of São Paulo state. The initiative took place at technical schools (ETEC) in the capital that offer technical courses in the tourism sector (events, gastronomy, tour guiding, and hospitality) through the integrated high school technical education model (MTEC). The main goal of the project was to attract students to higher education through a series of lectures, particularly targeting those who already have some experience or background in tourism-related subjects from their technical training. To evaluate the impact, a questionnaire was administered to each student in the audiences, which characterizes this investigation as a quantitative approach using descriptive statistical methods. As a result, a positive impact was observed, with a significant improvement in the likelihood of students considering studying tourism at Unesp.

Keywords: Tourism. Higher Education. Publicity of the course. Experience report.

1. Introdução

O ingresso de alunos em Instituições de Ensino Superior (IES) tem sido menor do que a capacidade total de sua absorção. De acordo com o Censo do Ensino Superior produzido pelo Ministério da Educação (MEC), em 2022 cerca de 40% das vagas disponibilizadas por

[*] Professor Assistente Doutor curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências, Campus de Rosana, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP). E-mail: fausi.kalaoum@unesp.br.
[**] Graduanda em Turismo pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP). E-mail: maciel.souza@unesp.br.
*** Professora Assistente Doutora, curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências, Campus de Rosana, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP). E-mail: juliana.vaz@unesp.br.
**** Professor Assistente Doutor curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências, Campus de Rosana, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP). E-mail: francisco.nascimento@unesp.br.

instituições públicas não foram preenchidas (enquanto nas particulares esse valor alcança 80,7%). Não alarmante o suficiente, a pesquisa também demonstra que 80% dos jovens entre 18 e 24 anos não estão matriculados nas faculdades e considerável parte deles, cerca de 32%, não concluíram o ensino médio.

Outro fato que chama a atenção é o crescimento dos cursos de Educação a Distância, os EADs. Entre 2015 e 2022, o número dessas vagas vem crescendo constantemente, tendo ultrapassado as presenciais em 2015 e com uma variação de oferta positiva de aproximadamente 139% (no período 2014-2022), ante ao decréscimo de 11% nas vagas presenciais no mesmo período. Outro dado que impressiona é o salto do número de graduações EAD: entre 2018 e 2022, o número passou de 3.177 para 9.186. Essa realidade resulta em cerca de 63% dos novos matriculados em cursos de graduação optarem pelo ensino a distância, enquanto 37% seguem para o presencial (MEC, 2022). Diante disso, é seguro afirmar que o ensino superior presencial vive uma crise e diante dela, há preocupações políticas, dentro do próprio MEC, em alterar as regras de ofertas dos cursos EAD, como traz a reportagem da Folha de São Paulo (07/05/2024).

Os cursos de ensino superior em turismo não escapam desse cenário e vêm enfrentando a baixa demanda e, em consequência, turmas esvaziadas. Esse problema, no entanto, não é uma novidade: em 2008, a professora Mariana Aldrigui, do curso de Lazer e Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH USP), já alertava sobre os números decrescentes. Cursos ofertados em campus distante das capitais ou de grandes centros urbanos tendem a ter procura ainda menor por parte dos discentes, o que resulta na desmotivação do ensino e dificuldade em elaborar projetos de extensão e pesquisa.

Pela necessidade de reduzir as vagas ociosas, o departamento de Turismo da Unesp Rosana colocou em prática um projeto de visitação presencial nas escolas técnicas (ETEC) da capital que ofereçam cursos na modalidade médio técnico integrado (MTEC) no eixo turismo e hospitalidade que compreende os cursos de eventos, gastronomia, guia de turismo e meios de hospedagem/hotelaria. O objetivo principal dessa ação foi o de promover o Curso de Turismo da graduação por meio de um ciclo de palestras que abordou a autarquia de ensino como um todo e o campus Rosana, além de outros aspectos importantes como o pedido e contemplação de auxílios permanência e modalidades de bolsa. Por se tratar de um projeto experimental e que envolveu o uso de recursos do próprio departamento, uma estratégia de devolutiva foi a elaboração e aplicação de questionário voltado aos alunos das escolas visitadas. Dessa maneira,

considera-se os resultados dessa experiência caracterizados mediante a abordagem quantitativa, com tipo de pesquisa exploratória, utilizando-se do método estatístico e com análise por estatística descritiva (por meio de frequências e cruzamento de variáveis). A análise de dados, por sua vez, foi feita através do *software* SPSS.

Enquanto resultado, notou-se uma mudança considerável no interesse dos alunos em cursar turismo na Unesp após a apresentação da palestra, o que justifica a ampliação desse tipo de ação – que pode ser considerada como marketing tradicional *offline* (ou simplesmente *marketing outbound*) – para os anos posteriores, para outros municípios e para escolas comuns (que não ofertam o ensino técnico). Enquanto dificuldade, pode-se mencionar o fato dessa ação ainda não ser considerada ação extensionista – o que pode criar um risco de orçamento para edições futuras – e, em loco, a evasão de alguns alunos no trans-palestra, o que gerou preenchimento incompleto do questionário.

2. Discussão teórica

Nos últimos anos o ingresso de jovens no ensino superior vem declinando consideravelmente, o que pode estar associado a alguns fatores: o primeiro é a necessidade de buscar alguma forma de renda - formal ou informal -; outra possível determinante, é da crescente onda de desinformação, notícias falsas e ataques às universidades, intensificado por influenciadores digitais, candidatos a cargos políticos e políticos eleitos. Outro fator agravante do esvaziamento das IES foi a pandemia, segundo o Jornal Unesp (2023), um em cada dez adolescentes entre 11 e 19 anos abandonaram os estudos durante e pós pandemia, ademais, cerca de 48% deixam os estudos devido a necessidade de trabalhar em decorrência da conjuntura socioeconômica. Nesse mesmo viés, o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) nos anos de 2021 e 2022 teve uma redução de demanda desde a reformulação do vestibular, e segundo a revista O Globo, no ano de 2023, metade dos estudantes concluintes do Ensino Médio não compareceram às provas.

Em razão dessa problemática, o Senado, compreendendo a necessidade de buscar ações sociopolíticas para reverter esses números alarmantes. Uma dessas foi a aprovação da Lei nº 14.914 de 03/07/2024, que estabelece uma política nacional de assistência estudantil para os alunos do ensino médio e superior, no qual tem como desenvolvimento auxiliar em algumas

necessidades, como 1) moradia estudantil, 2) alimentação, 3) transporte, 4) atenção à saúde e 5) dentre outros benefícios. As ações afirmativas como essas se fazem necessárias tendo em vista que mesmo que parte desses indivíduos obtenham acesso aos meios de comunicação e tecnologias, ainda existe uma falha de divulgação sobre políticas de permanências e bolsas acadêmicas, acarretando o desconhecimento voltado às oportunidades de ingresso e na própria permanência nas universidades públicas do Brasil e em consequência, minguando o papel das universidades.

O papel da universidade brasileira pode ser entendido como um espaço de formação, mas não se esgota nisso. As instituições de ensino superior público também devem se manifestar enquanto ambientes emancipadores e transformadores, onde buscam o desenvolvimento econômico, social, cultural, político e intelectual dos discentes, docentes, servidores e comunidade local, seja por meio do ensino, da pesquisa e da extensão. O educador Paulo freire, no livro Pedagogia da Autonomia (2002), explica que o processo de ensino exige "o pesquisar" e, por meio deste campo, é possível conhecer o que ainda não se compreende, constatar e intervir no que há de aprender, e que através desse modelo de ensino-aprendizagem se torna possível educar um indivíduo ou grupo. Diante desse cenário, é viável mencionar que a comunidade que compõe as universidades públicas tem papel fundamental na transformação social e, consequentemente, justifica a importância da sua existência e da sua manutenção. O processo de esvaziamento, por sua vez, pode - e o faz - mitigar esses papéis e, comumente, colocar as IES como alvos de debates políticos que visam promover o seu enfraquecimento e até mesmo, submetê-las aos princípios da privatização (como as propostas de cobrança de mensalidades e/ou outras taxas dos ingressantes).

3. Procedimentos metodológicos

Apesar de ser um relato de experiência, o ciclo de palestra de divulgação do curso contou com um método no seu desenho e execução. Isso porque, mesmo o objetivo principal ter sido o de promover o Curso de Turismo da Unesp, tratando-se de um projeto aprovado pelo Departamento do Turismo e envolvendo recursos públicos, foi necessário estabelecer uma forma de devolutiva ao próprio Departamento e à Unesp. Essa devolutiva não poderia se manifestar apenas como uma prova de "presença", que poderia ser resolvida por meio de

fotografias nas escolas, mas com dados e, posteriormente, informações que pudessem desvelar a realidade de cada uma das escolas visitadas, bem como ajudar no traçado de estratégias e ações futuras. Logo, optou-se por aplicar um questionário – mediante autorização escolar – para cada aluno da plateia. Dessa maneira, pode-se considerar que a investigação está baseada em uma abordagem quantitativa e trabalha com estatísticas descritivas, sobretudo por meio de frequências e cruzamento de dados.

Questionários são, de maneira geral, utilizados para investigar uma parte da população, conhecida pela estatística como amostra (Veal, 2011). Esse instrumento foi elaborado com dez perguntas fechadas e teve como objetivos identificar: 1. se o aluno tem interesse em estudar em uma Universidade Pública; 2. se o aluno conhece a Unesp; e 3. se o aluno tem interesse em ingressar no curso de turismo na UNESP Rosana. Na fase de elaboração, um cuidado especial que foi tomado foi a adequação à linguagem. Por se tratar de alunos do ensino médio, evitou-se o uso de comunicação muito formal ou técnica (como o termo "extensão" que foi substituído por "trabalhar em projetos envolvendo a comunidade ao meu redor").

Outro cuidado pertinente foi o de utilizar escalas para medir a percepção dos alunos em vez de perguntas dicotômicas (sim/não). Um exemplo foi na pergunta da necessidade de auxílio financeiro para se manter na universidade, na qual foram dadas três opções de resposta (necessito completamente, necessito em partes, não necessito).

Por fim, foram elaboradas duas perguntas para investigar o interesse dos alunos em ingressar no curso superior de turismo, ambas utilizando *likert* em cinco escalas (duas positivas, uma neutra e duas negativas) e sendo preenchidas em momentos distintos. A primeira pergunta, mais genérica, foi assinalada juntamente com as outras oito perguntas na pré-palestra; já a segunda, investigando o interesse em fazer turismo especificamente no Campus de Rosana, ao fim da apresentação. Essa foi uma decisão estratégica com o objetivo de mensurar o impacto da apresentação na percepção e vontade dos alunos em estudar turismo.

Importante mencionar que em vez de disponibilizar um *link* para o preenchimento *on-line,* optou-se pela entrega do documento físico, já que o objetivo era total adesão dos respondentes (varredura). O protocolo utilizado foi a entrega de um questionário por aluno na entrada dos auditórios, o estabelecimento de 5 minutos iniciais (pré-palestra) para o seu preenchimento das nove primeiras perguntas e 30 segundos finais para a última pergunta.

Apesar do cuidado metodológico da equipe, um problema que foi identificado foi o não preenchimento da última pergunta em 22 dos casos (5,4 % do total). Esse acontecimento está vinculado ao fato de alguns alunos evadirem da palestra antes do final. Por outro lado, um problema comum em questionários é que nem sempre a resposta dada pelo entrevistado é de fato como ele se sente ou age (Veal, 2011). Buscando minimizar esse tipo de constrangimento e em adequação com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), nenhuma informação pessoal e/ou sensível foi coletada, ainda que o objetivo do preenchimento não fosse de ganhos econômicos.

4. Discussão e resultados

A palestra "Faça Turismo na Unesp" ocorreu entre os dias 05/08 e 09/08 de 2024 na cidade de São Paulo. Ao todo, foram visitadas seis escolas técnicas, sendo elas: Etec de Artes; Albert Einstein; Santa Efigênia; Aprígio Gonzaga; Camargo Aranha; e Esportes. Dois apontamentos são importantes em relação à lista de escolas visitadas: primeiramente, há, pelo menos, duas outras Etecs que possuem cursos MTEC do eixo Turismo e Hospitalidade na capital, são elas: Etec Parque Belém (Eventos) e Etec Doroti Quiomi (Guia de Turismo). No entanto, essas escolas não foram visitadas por dois motivos, sendo a primeira por declinar a visitação e a segunda por cancelar o encontro um dia antes da palestra devido à realização de um evento escolar. Essas observações são importantes, não para fazer julgamentos de valores, mas para demonstrar as dificuldades levantadas ao longo da execução do projeto. Por outro lado, a divulgação do evento no perfil pessoal do palestrante docente fez surgir convites para visitar outras escolas que não estavam agendadas. Esse foi o caso da Etec de Esportes que, apesar de não ofertar cursos MTEC do eixo selecionado, foi visitada e contou com uma audiência de 47 alunos (distribuídos nos cursos de Administração e Organização Esportiva). Conclui-se, portanto, a importância do uso das redes sociais para a divulgação dos projetos executados pelas universidades e o potencial de estabelecer uma rede de trabalho.

No que se refere ao formato palestra, essa foi planejada para que tivesse duração máxima de 90 minutos, sendo os primeiros 60 dedicados à fala dos palestrantes (um docente e uma discente do curso de Turismo Unesp) e os 30 restantes abertos para responder perguntas da audiência. Já no que tange o conteúdo, a apresentação inicial foi dividida nas seguintes seções (quadro1):

Quadro 1 – estrutura de conteúdo da Palestra "Faça Turismo na Unesp"

Seção	Responsável
Apresentação da Unesp e seus campi	Docente
Apresentação do curso de Turismo e do município de Rosana	Docente
Formas de ingresso na Unesp	Docente
Bolsas e Auxílio Permanência Unesp	Docente
Vivência estudantil	Discente
Rede de apoio e afeto em Rosana	Discente

Fonte: os autores (2024)

A primeira parte da fala consistiu em indicar a Unesp como uma das universidades mais bem posicionadas em rankings de qualidade, tanto nacionalmente quanto internacionalmente e, assim, fortalecer a imagem institucional da autarquia, bem como indicar a localização de todos os campi em todo o território paulista. Em seguida, foi apresentado o curso de turismo – o que inclui seu corpo docente, grade curricular e infraestrutura -, e as particularidades do município de Rosana. Sobre as formas de ingresso, foi rapidamente mencionada as três principais na qual os alunos têm acesso às vagas, sendo elas: a Vunesp (vestibular próprio); o Enem e o Provão Paulista. Encerrando a fala docente, a apresentação das possibilidades de bolsas (Iniciação Científica, Programa de Educação Tutorial e Extensão) e das duas modalidades de auxílio permanência que a Unesp dispõe aos alunos regulares.

A fala da discente se concentrou na experiência estudantil do curso de turismo. A mensagem, no entanto, não focou apenas nas vivências estritamente acadêmicas (sala de aula, pesquisa, extensão, intercâmbios e visitas e viagens técnicas), mas em outros acontecimentos do cotidiano Unesp que incluem a participação na Atlética, Bateria e em eventos que promovem lazer, entretenimento e socialização dos alunos, sendo essa uma experiência importante no processo de aprendizado e permanência, sobretudo nos campi mais afastados de grandes centros urbanos.

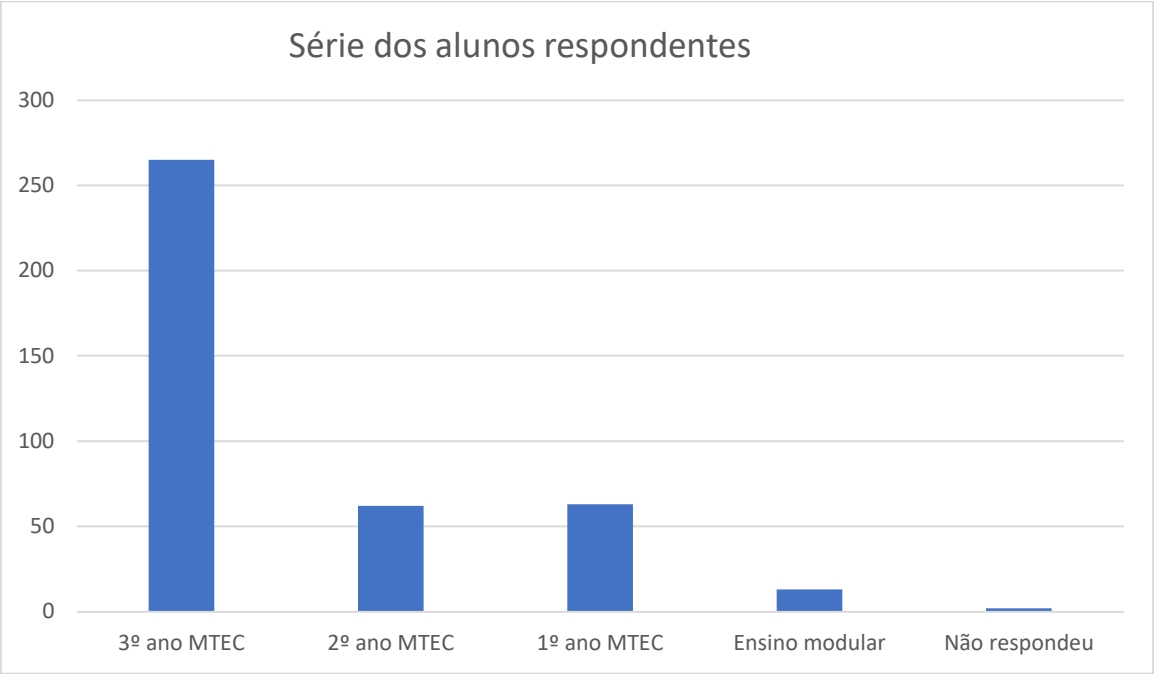
Após a fala dos palestrantes, abriu-se para perguntas da plateia. As dúvidas, em geral, se concentraram no tópico de permanência estudantil e a possibilidade de bolsas. Apesar dessa

informação ser e estar pública em diversas páginas dos diversos Campi da Unesp, ela não é de fácil entendimento porque envolve uma série de burocracias. Dessa maneira, um dos méritos da fala dos palestrantes foi a de difundir e simplificar essa comunicação que pode reverberar no incentivo ao ingresso do aluno concluinte do ensino médio no ensino superior. No subcapítulo a seguir trazemos informações referentes à análise dos questionários coletados ao longo das visitas nas escolas.

4.1 Análise dos questionários aplicados

Foram preenchidos 405 questionários em seis escolas diferentes (média de 67,5 alunos por escola). Apesar da ideia inicial ter sido a de falar apenas aos cursos dos eixos de Turismo e Hospitalidade, a decisão de convocar as turmas ficou a cargo de cada coordenação escolar. Assim, houve escolas que convidaram alunos dos primeiros e segundos anos, outras que convocaram de outros cursos técnicos fora do eixo turismo e hospitalidade e ainda as que mesclaram os anos e os cursos. O gráfico 1 indica a distribuição dos alunos nas séries:

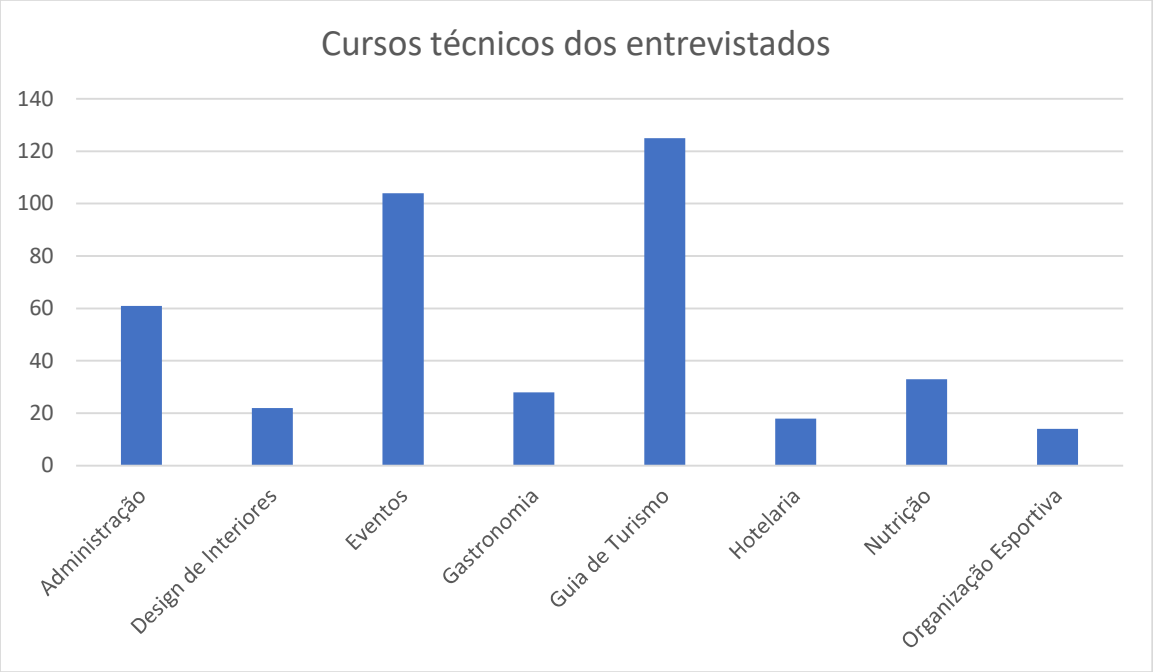
Gráfico 1 – Série dos alunos



Fonte: os autores (2024)

Nota-se que a maior parte dos espectadores foram dos terceiros anos do EMT. Entretanto, a participação de alunos das outras séries é pertinente, já que o trabalho de sensibilização para o ingresso no ensino superior deve ser feito continuamente, pois apesar dessa pesquisa não ter coletado dados qualitativos, em conversas informais com alguns alunos no pós-palestra, foi percebida uma crença limitante de que a universidade pública não é um lugar alcançável por eles. O gráfico 2 distribui os mesmos respondentes entre os cursos técnicos/modulares no qual estes estão inscritos:

Gráfico 2 – Cursos técnicos dos entrevistados



Fonte: os autores (2024)

Outro aspecto interessante foi a decisão de algumas coordenações em trazer alunos de outros cursos fora do eixo proposto (Administração, Design de Interiores, Nutrição e Organização Esportiva). Apesar de esses terem pouca ou nenhuma relação direta com o ensino superior em turismo, a sua participação também se justifica, pois, um dos tópicos da palestra era divulgar informações da Unesp de maneira geral. Ainda assim, cabe realçar que essa participação foi em minoria, sendo 32% comparados com 68% do público principal.

Uma descoberta considerada crítica foi a de conhecimento da Unesp enquanto instituição pública de ensino. Para essa pergunta, foram criados dois valores considerados negativos e um positivo, sendo: aqueles que não conheciam a Unesp de forma alguma e aqueles que já tinham ouvido falar e não sabiam tratar de uma universidade pública (negativos) e aqueles que a conheciam e sabiam ser pública (positivo). A tabela 1 demonstra os resultados:

Tabela 1 – Conhecimento dos respondentes em relação à Unesp

	Frequência	Porcentagem
Sim, e sei que ela é pública	284	70,1
Sim, mas não sabia que ela era pública	75	18,5
Não, nunca ouvi falar da Unesp	44	10,9
Não respondeu	2	,5
Total	405	100,0

Fonte: os autores (2024)

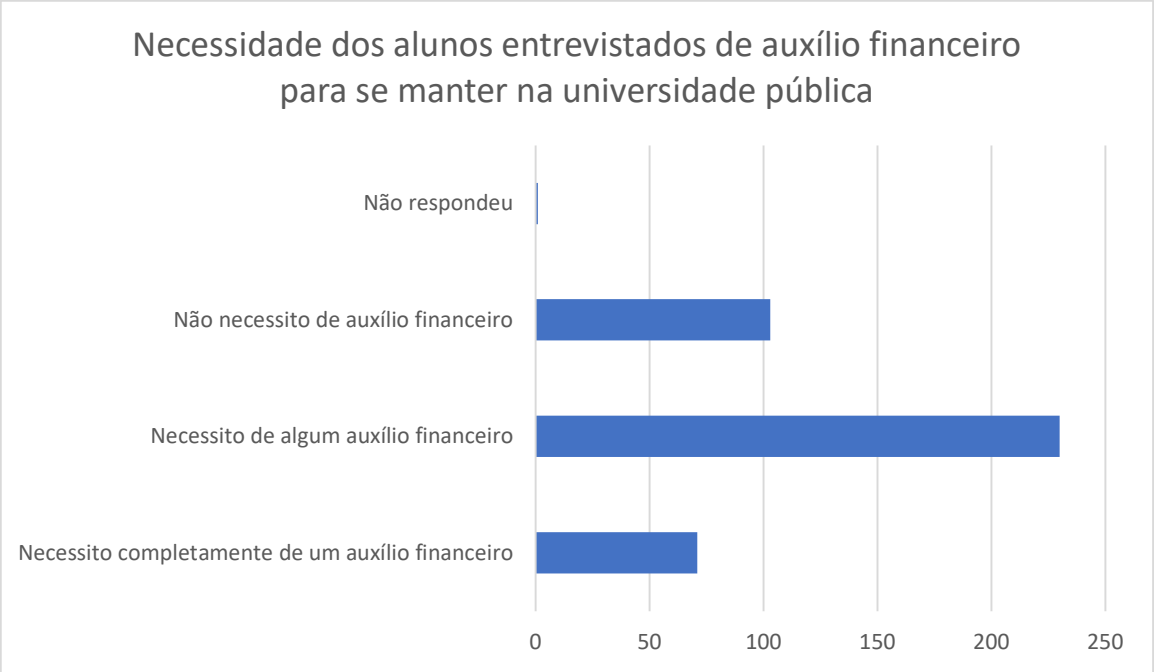
Considera-se alarmante o fato de que mais de 29% dos entrevistados (n=119) não possuem o conhecimento da Unesp como universidade pública. Essa descoberta se torna mais preocupante se levarmos em consideração que todas as escolas visitadas estão localizadas na capital e, de um ponto de vista de mobilidades de informações, sabe-se que os fluxos não ocorrem de maneira homogênea entre grandes centros urbanos e outras formações municipais (como pequenas cidades e municípios predominantemente rurais). Assim, um questionamento que surge é se a universidade pública (não apenas a Unesp, mas as IES de maneira geral) têm sido reconhecidas se comparadas às universidades e faculdades particulares, sobretudo na adoção de estratégias de *marketing offline* e digital. Essa preocupação pode, inclusive, gerar uma pesquisa futura.

Apesar dessa preocupação, por outro lado, ao serem questionados sobre o interesse em cursar uma graduação em universidade pública, 85,4 % (n=346) responderam positivamente. Apenas 18 estudantes (4,4%) afirmaram não ter interesse, enquanto 40 não souberam responder (um único respondente não marcou opção alguma). Esse resultado é animador, pois demonstra o valor que a universidade pública possui nas perspectivas futuras desses jovens e, por sua vez, reforça a importância da instituição em si, bem como o incentivo ao ingresso.

No que tange a mobilidade física, um dos questionamentos feito aos alunos foi a possibilidade de eles estudarem fora da capital. Por se tratar de uma investigação de percepção, optou-se pela escala *Likert* em 5 níveis. As respostas obtidas foram as seguintes: muito provável n= 47 (11,6%); provável n= 138 (34,1%); não sabe responder n= 106 (26,2%); improvável n=89 (22%); muito improvável n=24 (5,9%) e não respondeu n=1 (0,2%). Esse tipo de questionamento é pertinente sobretudo no que se refere à realidade da Unesp, já que a instituição está descentralizada por todo o território do estado de São Paulo, sendo, a maior parte dos Campi em municípios considerados como “interior”. Ao refinar essa informação, cruzando-a com a variável “Série”, tem-se um resultado inquietante: dos 89 que dizem ser improvável e 24 muito improvável, 61 e 22 são do terceiro ano, respectivamente. Esses dados indicam uma baixa perspectiva de busca do ensino superior fora da capital por parte dos formandos, fato que pode estabilizar ou até potencializar as vagas ociosas em cursos ofertados no interior. No que se refere à escala positiva, temos 32 dos 47 (muito provável) e 80 dos 138 (provável) desse mesmo grupo.

A pergunta anterior se conecta, em alguma medida, com a necessidade de auxílio financeiro para que o aluno consiga se manter na universidade pública. Quando questionados, as seguintes respostas foram obtidas (gráfico 3):

Gráfico 3 – Necessidade dos alunos das Etecs de auxílio financeiro para se manter na universidade pública



Fonte: os autores (2024)

Observou-se que 75% dos respondentes têm a necessidade de auxílio financeiro (total ou parcial) contra 25% daqueles que não precisam. Esses dados podem estar relacionados - direta ou indiretamente- com a crescente evasão de alunos da universidade pública mediante as suas vulnerabilidades ou necessidades financeiras. Essa pergunta fez-se importante não apenas por desenhar um panorama inicial da realidade do ensino médio (e que requer uma investigação mais aprofundada), mas por parte considerável da palestra se debruçar sobre a possibilidade que a Unesp tem de oferecer e contemplar alunos tanto com já referidos auxílios de permanência quanto os de bolsa.

Somado os valores de uma das duas modalidades possíveis de auxílio com os valores da bolsa (que por norma da própria Unesp podem ser acumuladas), o montante mensal médio repassado a cada aluno pode alcançar entre R$1.400,00 e R$1.500,00 mensais (no ano de 2024). É importante fazer a menção dos valores, já que é a partir deles que muitos ingressantes conseguem se manter e se graduar no ensino superior e os autores deste artigo se manifestam a

favor dessa política. No entanto, enfatiza-se que no caso do auxílio permanência, há uma lista de documentos comprobatórios que são analisados por uma comissão multidisciplinar para que ele seja concedido ao requerente. Já em relação às bolsas, elas são, geralmente, concedidas a partir do segundo semestre de matrícula e podem envolver uma série de critérios – geralmente meritocráticos que pontuam o currículo do professor responsável e o coeficiente de rendimento do aluno – para contemplar aqueles mais bem posicionados. Por fim, e tão importante quanto, cabe fazer duas observações em relação à política de permanência e concessão de bolsas: em primeiro lugar, essa política é sensível à realidade financeira da instituição e ao pensamento político de quem compõe o maior cargo de gestão (reitoria), podendo se alterar diante das trocas políticas ou de crises financeiras; segundamente, dada a estrutura da Unesp de ser multicampi, cada campus possui sua própria cota, distribuição e concorrência de permanência e bolsas, sendo nem sempre possível contemplar todos aqueles que necessitam desses recursos.

Estabelecido o objetivo principal do ciclo de palestras o de atrair alunos para o curso de turismo Unesp Rosana, uma das perguntas feita foi a de interesse em ingressar neste curso, independentemente da instituição. Mais uma vez, por se tratar de uma pergunta de percepção, optou-se pelo uso de escala em cinco níveis. Obteve-se o seguinte resultado (tabela 2):

Tabela 2 – Interesse em cursar Turismo no ensino superior

	Frequência	Porcentagem
Tenho muito interesse	19	4,7
Tenho algum interesse	58	14,3
Não sei responder	32	7,9
Tenho pouco interesse	158	39,0
Tenho nenhum interesse	137	33,8
Não marcou nenhuma alternativa	1	,2
Total	405	100,0

Fonte: os autores (2024)

Apesar de considerável parte dos alunos serem do eixo técnico de turismo e hospitalidade, notou-se um baixo interesse nas escalas positivas, somando 19% apenas. Já a escala negativa somou 72,8%. Essas informações indicam elevado desinteresse pelo curso em momento anterior a palestra. Ao fim dela, no entanto, foi solicitado aos ouvintes que respondessem uma última questão. Essa, em vez de investigar a possível adesão ao curso de turismo de maneira genérica, questionou especificamente em estudar no curso da Unesp Rosana. Os dados encontrados podem ser visualizados abaixo:

Tabela 3 – Após a palestra, o que você acha de cursar a graduação em turismo na Unesp Rosana?

	Frequência	Porcentagem
Tenho muito interesse	26	6,4
Tenho algum interesse	119	29,4
Não sei responder	46	11,4
Tenho pouco interesse	106	26,2
Tenho nenhum interesse	86	21,2
Não respondeu	22	5,4
Total	405	100,0

Fonte: os autores (2024)

Em termos comparativos, afirma-se que a palestra reverberou de maneira positiva, já que nas escalas positivas de interesse, os números saltaram de 19 e 58 – respectivamente – para 26 e 119. Isso significa um aumento, em números percentuais, de 37% para o primeiro grupo (tenho muito interesse) e de 105% para o segundo grupo (tenho algum interesse). Ao cruzar esses dados com a variável "Série", encontra-se que dos 26 alunos que possuem muito interesse, 20 deles estão no terceiro ano MTEC, enquanto os outros seis estão distribuídos entre 1º e 2º anos. Com algum interesse, dos 119, 65 estão entre os concluintes, enquanto os outros 54 estão espalhados entre 1º e 2º anos, além de alguns no curso modular.

Outro cruzamento pertinente é o de identificar a realidade econômica desses possíveis futuros alunos. Dos 26 que declararam muito interesse, 18 possuem necessidade de auxílio permanência (5 completamente e 13 parcialmente). Já dos que apresentam algum interesse, esse número está em 90, sendo respectivamente 21 e 69. Identificar esse tipo de necessidade é importante para que o Campus, entendido de maneira holística, consiga se antever e planejar as melhores estratégias para assistir esses possíveis futuros alunos. De maneira geral, é possível cruzar os dados de diversas outras maneiras e fazer descobertas que auxiliam no preparo e no planejamento do curso em receber os futuros ingressantes. Aqui, dada a limitação de páginas, optamos por trazer apenas algumas dessas estatísticas e cruzamentos.

5. Conclusão

A crise no ensino superior público já é inegável e, inevitavelmente, vem se alastrando para o curso de turismo. Não é incomum escutar relatos de colegas – professores e pesquisadores – de outras instituições de ensino – superior e técnico – de vagas ociosas ou da dificuldade de preencher todas as disponibilizadas, além da evasão ao longo do curso. Essa

situação parece ter se aprofundado diante da pandemia do Covid19, do espraiamento de cursos de ensino a distância e, muitas das vezes em processo concomitante, do barateamento desses referidos (que quase sempre está atrelado ao sucateamento da carreira docente em nível superior), além da já mencionada propagação de desinformações e notícias falsas sobre a universidade pública, bastante difundidas no campo de disputa política.

Diante desses novos desafios, o ciclo de palestra de divulgação do curso de turismo da Unesp Rosana nasce. Ele, em vez de competir diretamente com estratégias de marketing digital, amplamente utilizadas por instituições privadas, adota uma abordagem *offline* e de impacto direto com os possíveis futuros alunos. Dessa forma, valendo de uma normativa de edital criado e distribuído pela Pró-Reitoria de Graduação da Unesp, a PROGRAD, a proposta foi executada por um docente e um discente, representando o Departamento. Reforça-se que esse projeto envolveu verba pública e a aplicação do questionário, bem como a produção desse artigo funciona como devolutiva e prestação de contas.

Enquanto resultado, notou-se o efeito positivo na mudança de percepção dos alunos em relação ao futuro ingresso no curso e, até mesmo, na universidade pública, e espera-se que essa alteração se materialize no aumento de números de ingressantes no curso. Muito além disso, esse texto, que pode soar incomum para os leitores acadêmicos, tem como objetivo não apenas o de fazer o relato de experiência de uma ação com características extensionistas, mas também de inspirar outros departamentos de outras IES, que tenham o curso de turismo ou qualquer outro, a criarem e executarem ações idênticas ou parecidas com o objetivo de minimizar a crise atinente ao decréscimo de ingressos que se instaura na educação pública superior no Brasil.

6. Referências

BANDEIRA, K. **Ministro da Educação diz ver com preocupação baixa adesão ao Enem: "Metade dos concluintes do Ensino Médio não fez"**. O globo, Brasília, 16 jan. 2024. Disponível em: https://oglobo.globo.com/brasil/educacao/noticia/2024/01/16/mec-divulga-notas-do-enem.ghtml. Acesso em: 20 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 14.914, de 03 de julho de 2024**. Institui a Política Nacional de Assistência Estudantil (PNAES). Brasília, DF: Presidência da República, [2024]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/L14914.htm. Acesso em: 25 set. 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. Censo da Educação Superior 2022. Brasília, DF: Ministério da Educação, 10 out. 2023. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2022/apresentacao_censo_da_educacao_superior_2022.pdf. Acesso em: 20 set. 2024.

CARVALHO, M. A. Os números do ensino superior em turismo e hospitalidade no Brasil – 2001 a 2006 *In:* SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 5., 2008, Minas Gerais. **Anais.** Disponível em: https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/171.pdf. Acesso em: 25 setembro. 2024

FERNANDES, S. Por que o número de jovens que se candidatam a uma vaga no ensino superior gratuito tem caído nos últimos anos?. 22 junho. 2023. Disponível em: https://jornal.unesp.br/2023/06/22/por-que-o-numero-de-jovens-que-se-candidatam-a-uma-vaga-no-ensino-superior-gratuito-tem-caido-nos-ultimos-anos/ . Acesso em: 20 set. 2024.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo, paz e terra, 2002, 25º edição.

PALHARES,I. **Licenciaturas presenciais perderam 35% dos alunos na última década**. Jornal Folha, 7 maio. 2024. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2024/05/licenciaturas-presenciais-perderam-35-dos-alunos-na-ultima-decada.shtml. Acesso em: 25 setembro. 2024.

REINA, E. **Entenda como a nova onda de fake news influencia a guerra digital**. Agência Brasil, 20 março. 2024. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-03/entenda-como-nova-onda-de-fake-news-influencia-guerra-digital . Acesso em: 25 setembro. 2024.

VEAL, A. J. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.