

Reuna

O SENTIDO DE PERTENCIMENTO ACADÊMICO ATRAVÉS DA MOTIVAÇÃO, ATRATIVIDADE E INTEGRAÇÃO À SOCIEDADE: A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DE TURISMO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DO SUL DO BRASIL

THE SENSE OF ACADEMIC BELONGING THROUGH MOTIVATION, ATTRACTIVENESS AND INTEGRATION TO SOCIETY: THE PERCEPTION OF TOURISM STUDENTS FROM PUBLIC UNIVERSITIES IN SOUTHERN BRAZIL

Edar da Silva Añaña

Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Brasil

E-mail: edaranana@gmail.com

Simone Portella Teixeira de Mello

Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Brasil

E-mail: sptmello@gmail.com

Patrícia Schneider Severo

Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Brasil

E-mail: patriciassevero@hotmail.com

Gustavo da Rosa Borges

Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Brasil

E-mail: gustavodarosaborges@gmail.com

Submissão: 14 Abr. 2020. **Publicação:** 13 Set. 2020. **Sistema de avaliação:** *Double blind review*.
Centro Universitário UNA, Belo Horizonte - MG, Brasil. **Editor geral:** Prof. Dr. Thiago Soares Nunes

Este artigo encontra-se disponível nos seguintes endereços eletrônicos:

<http://revistas.una.br/index.php/reuna/article/view/1148>

Resumo

O trabalho aborda o sentido de pertencimento acadêmico dos estudantes de turismo de quatro universidades públicas do estado do Rio Grande do Sul (FURG, UFPEL, UNIPAMPA e UFSM), por meio de três condições circunstanciais (a motivação para cursar a graduação em turismo, a atratividade dos cursos e das universidades e a integração dos estudantes à sociedade em cada local). Os questionários foram aplicados pelos próprios autores nos locais habituais de estudo dos 238 respondentes, nos *campi* de Santa Vitória do Palmar, Pelotas, Jaguarão e Santa Maria, respectivamente. O modelo conceitual foi analisado através de equações estruturais, relacionando os quatro construtos de interesse. Os resultados revelam que o sentido de pertencimento depende de duas forças importantes: a atratividade do curso e a integração social. A integração à sociedade local é condição básica para que os estudantes adotem a universidade como parte de si mesmos, e isto se faz tanto para os estudantes locais, quanto para os oriundos de outros lugares. A atratividade do

curso também favorece o pertencimento, mas seu efeito é significativamente maior entre os estudantes vindos de fora do que entre os locais, que dispõem de um universo maior de relacionamentos.

Palavras-chave: Sentido de Pertencimento; Motivação para estudar; Atratividade do curso; Integração Social.

Abstract

This work addresses the sense of academic belonging of tourism students from four public universities in the state of Rio Grande do Sul (FURG, UFPel, UNIPAMPA and UFSM) through three circumstantial conditions (motivation to pursue a degree in tourism, career and university attractiveness, and integration of the students into local society). The 238 questionnaires were gathered by the authors in the usual sites of study, on the campuses located in Santa Vitória do Palmar, Pelotas, Jaguarão and Santa Maria, respectively. The conceptual model relating the four constructs of interest was analyzed by structural equations modeling. The results reveal that the sense of belonging depends on two important forces: career attractiveness and social integration. Integration with the local society is a basic condition for students to adopt the university as part of their own, and this is done both by the locals and the visiting students. The attractiveness of the course also favors belonging but its effect is significantly higher among visitors than the locals, who have a wider universe of relationships.

Keywords: Sense of Belonging; Motivation to study; Career attractiveness; Social integration.

1. Introdução

O turismo é um campo de conhecimento atrativo e um dos mercados que mais se expande no mundo. Muitos jovens veem na graduação em turismo uma oportunidade de conhecer novas culturas e outros idiomas unidos a uma oportunidade de trabalho e renda. Contudo, a profissão requer sensibilidade para lidar com pessoas, entender e respeitar as diferenças e dominar a gestão de pessoas, de processos e de negócios. Poucos estudos tratam do sentido de pertencimento à universidade considerando a atratividade do curso, a motivação para cursar e a integração social do estudante na cidade onde estuda. Conhecendo sobre o tema, pode-se contribuir para uma gestão universitária mais efetiva, capaz de dar sentido à vida de milhões de estudantes.

A vida universitária é um momento de mudanças e de desafios. Embora os alunos pretendam ter uma vida acadêmica satisfatória, cotidianamente lidam com problemas inerentes a este estilo de vida, como falta de dinheiro, não adaptação à universidade e aos colegas e ansiedade por se colocar profissionalmente (KIRAZ, 2014). Por outro lado, as universidades geralmente recebem alunos de sua região, mas é comum ver universidades que atraem alunos de várias partes do país (LARSSON *et al.*, 2017).

A escolha de uma universidade para cursar a graduação depende de fatores pessoais, como a facilidade para lidar com certas disciplinas, a predileção por trabalhar com pessoas ou com coisas, a capacidade de suportar certas privações, e os valores pessoais assimilados e reforçados desde a infância certamente influenciam

o interesse do jovem por uma ou por outra carreira universitária (AÑAÑA; NIQUE, 2010). Entretanto, a escolha do curso e da universidade a cursar também depende das influências externas, da atratividade das opções disponíveis e de outras condicionantes, além da preferência do indivíduo. Mesmo que as universidades públicas sejam gratuitas no Brasil, nem sempre o curso desejado é oferecido em local e horário compatíveis com as possibilidades de cada estudante, e, por essa razão, muitos precisam mudar de residência ou de emprego para cursar o ensino superior.

O presente estudo objetiva responder se a motivação para cursar uma graduação em turismo (ROTS; AELTERMAN; DEVOS, 2010; SANTOS, 2005), a atratividade de cada uma das quatro universidades (MIRANDA JR; CABELLO, 2019; PONTES, 2018) e a integração dos estudantes à sociedade local (BONIN, 2010) influenciam na formação do pertencimento acadêmico (SILVA, 2018).

Além desta introdução, o artigo apresenta o referencial teórico sobre o tema, as hipóteses do estudo e o modelo teórico proposto. Os procedimentos metodológicos são expostos a seguir. O perfil da amostra é descrito nos resultados, assim como o modelo de mensuração e a análise do modelo estrutural. As conclusões sumarizam o estudo, além das limitações inerentes ao estudo e as sugestões para futuras pesquisas sobre o tema.

2. Referencial teórico

A escolha profissional é um momento marcante na vida das pessoas, entretanto, além de ser um momento crucial, as pessoas tendem a escolher a profissão levando em conta não somente seus desejos, mas também o ambiente familiar, econômico e social (SOARES, 2002). Trata-se de um momento de dúvidas e de cobranças, visto que o futuro aluno sofre com cobranças em relação à escolha da profissão, à aprovação em provas de ingresso ao curso, ao início do planejamento da carreira, além das mudanças físicas e psicológicas. Além disso, há expectativas da família e próprias, o que contribui inclusive com a manifestação de sintomas de estresse (DE FARIA *et al.*, 2017).

Rots *et al.* (2010) destacam a existência de algumas variáveis externas que influenciam na escolha da profissão, sendo elas: a oportunidade de emprego, as alternativas de trabalho, as influências geográficas e a influência das pessoas significativas. As escolhas pessoais também estão relacionadas à motivação, que é definida por Eccheli (2008) como uma tensão afetiva suscetível de desencadear uma determinada atividade com o objetivo do alcance de um determinado objetivo ou desejo. Contudo, a motivação também pode implicar em determinação, se entendida como a energia, direção e persistência, como forma de alcançar o bem-estar psicológico a partir da autodeterminação (MENARD; BOTT; CROSSLER, 2017).

No senso comum, motivação é o motivo que leva à ação. Logo, ela é um preditor do comportamento humano e, no campo do ensino superior, geralmente está associada ao desempenho acadêmico (RIBEIRO *et al.*, 2019). Um aluno motivado, por exemplo, orientado para a aprendizagem e para a busca por novos conhecimentos e desafios, terá um desempenho superior, quando comparado com um aluno desmotivado (CARDOSO; BZUNECK, 2004).

Mondini *et al.* (2014) ao estudarem a motivação para escolha de um curso a distância, constaram que os alunos preferem estes cursos devido a diversos motivos,

tais como: flexibilidade nos horários, valor das mensalidades, aceitabilidade do mercado em relação aos cursos, ou ainda, em função da qualidade e da facilidade de ingresso. Contudo, esses motivos por vezes se confundem com atributos de atratividade. A atratividade, então, é frequentemente tratada no campo do marketing educacional. Os estudos de Masquietto *et al.* (2017) destacam que há uma série de atributos de escolha que afetam a atratividade de alunos das IES para seus diferentes cursos, sejam elas públicas ou privadas, o que pode elucidar melhor essa categoria de análise. Os atrativos identificados pelos autores são: imagem, marca, tradição, status e prestígio acadêmico da IES; excelência em serviços; inovação e criatividade; infraestrutura e instalações; currículos dos cursos; satisfação e empregabilidade dos ex-alunos; informações de amigos e colegas; qualificação do corpo docente; localização; reconhecimento do mercado de trabalho e da sociedade; mensalidades acessíveis e utilização de propaganda em mídia de massa.

Já Tauil e Mainardes (2015) apresentam a atratividade dos cursos universitários como fatores determinantes para a escolha de um curso/IES, os quais decorrem da alta competitividade do ensino superior, onde há mais oferta de cursos do que alunos para preencher as vagas. O estudo desses autores mostrou que os atributos “estrutura da IES”, “motivos pessoais” e “atualização do curso” foram determinantes na escolha dos alunos por cursos.

A Integração social também é essencial quando se trata de fomentar o pertencimento acadêmico. A vida em sociedade é inerente ao ser humano e é a partir da integração com outras pessoas que a autoestima se fortalece e o bem-estar individual se eleva. Num sentido amplo, a integração social objetiva a inclusão e a participação de todos os indivíduos em uma sociedade, independente de raça, gênero, classe social, idade, crenças, nacionalidade etc., criando uma sociedade inclusiva, que acolhe a diversidade, estimulando a participação ativa da vida política, econômica e social. A integração social também representa a equidade de oportunidades, o que cria qualidade de vida e um sentimento de pertencimento e de interconexão na sociedade (ONU, 1995).

Já no campo do ensino superior, a integração social depende significativamente da congruência entre a motivação e as capacidades acadêmicas do estudante e as exigências sociais e acadêmicas da instituição. Nesse contexto, a integração precisa ser compreendida como resultante da interação recíproca entre atividades acadêmicas, aquelas ligadas ao estudo, e as sociais (não acadêmicas), de relacionamento com professores e colegas (BROWER, 1992; DINIZ; ALMEIDA, 2005).

Sendo assim, a determinação decorrente da motivação, seja por motivos pessoais ou externos, juntamente com a atratividade, promovida pela instituição e identificada pelo aluno ou interessado, assim como a integração desse indivíduo à sociedade local, despertam nele um sentimento de pertencimento, que dá sentido à vida no local e reforça a identidade do aluno com a instituição a que está vinculado.

O pertencimento e a identificação com o ambiente educacional que se está inserido traz significados, sentidos e valores que são apurados a todo instante. Conforme a autora, o ambiente escolar oferece inúmeras possibilidades enriquecedoras capazes de desenvolver habilidades de ação e de reflexão do estudante em relação às suas condutas e aos valores sociais, o que desperta sentimentos de pertencimento e de identidade. Assim, é a partir do pertencimento que

as pessoas são estimuladas a valorizarem e a cuidarem do lugar que estão inseridos (SILVA, 2018).

A ideia de pertencimento, então, institui uma identidade no indivíduo que o faz refletir mais sobre a vida e o ambiente, desencadeando uma postura crítica e reflexiva dentro do local onde se encontra. Esses sentimentos de pertencimento e de identidade são construídos no ambiente escolar através do estudo do meio, pois é um espaço de vivência que viabiliza “aprofundar conhecimentos e rever atitudes, conceitos, valores éticos e estéticos” (LESTINGE, 2004, p. 5). Cabe ressaltar, que o envolvimento dos alunos com a universidade vem ganhando destaque nos últimos anos, tanto em nível gerencial como científico; haja visto que se o aluno estiver bem inserido a universidade, possui maior probabilidade maximizar a retenção do aluno (MASIKA; JONES, 2016).

Além disso, quando alunos possuem envolvimento salutar com a universidade, maiores são as chances deles sentirem que pertence a mesma (VAN HERPEN *et al.* 2020). A partir de então, acredita-se que o pertencimento do estudante à universidade tem condicionantes antes, durante, e até mesmo após o seu convívio no ambiente universitário.

Em resumo, a decisão de cursar a graduação em uma universidade é influenciada por fatores pessoais, sociais, econômicos, dentre outros. A vocação demonstrada pelo candidato e a influência que este recebe dos grupos de referência, certamente estão na origem da motivação, quando se decide iniciar uma carreira acadêmica. Mas além da motivação pessoal, a decisão certamente leva em consideração outros fatores, como o mercado de trabalho para futura profissão, a reputação da universidade escolhida e a possível dificuldade de adaptação aos ambientes acadêmico e social.

A partir dessas considerações, podem-se estabelecer as seguintes hipóteses de pesquisa:

H₁ – A motivação pessoal para cursar uma graduação influencia a forma como os estudantes avaliam a atratividade da universidade (**H_{1a}**), a facilidade/dificuldade de integrarem-se à sociedade local (**H_{1b}**) e o senso de pertencimento acadêmico (**H_{1c}**).

Alguns aspectos, como a duração e a qualidade do curso, a localização da universidade, o horário das aulas e a renda disponível podem ser fundamentais para a escolha do curso (MELLO *et al.*, 2019). Por isso, espera-se que:

H₂ – A atratividade do curso facilite a integração social (**H_{2a}**) e o senso de pertencimento acadêmico (**H_{2b}**).

Ainda que as universidades públicas brasileiras hoje recebam estudantes de diferentes localidades, e até mesmo de outros estados, é natural que cursos menos disputados sejam ocupados, preponderantemente, por estudantes da própria cidade ou região. Por crescerem em locais próximos à universidade, é natural que valorizem e que se integrem com mais facilidade no tecido social local (AÑAÑA *et al.* 2019).

Por outro lado, a integração à sociedade também local facilita a vida daqueles estudantes oriundos de regiões mais distantes. O acolhimento que encontram na convivência com outras pessoas certamente contribui para aliviar a solidão e facilita o relacionamento dos estudantes dentro e fora da universidade. O compartilhamento de características, vivências e experiências com outros membros da comunidade é

identificado por Silva (2018) como sentimento de pertencimento. É a partir deste que as pessoas são estimuladas a valorizar e a cuidar do lugar onde estão inseridas. Então, é possível hipotetizar que:

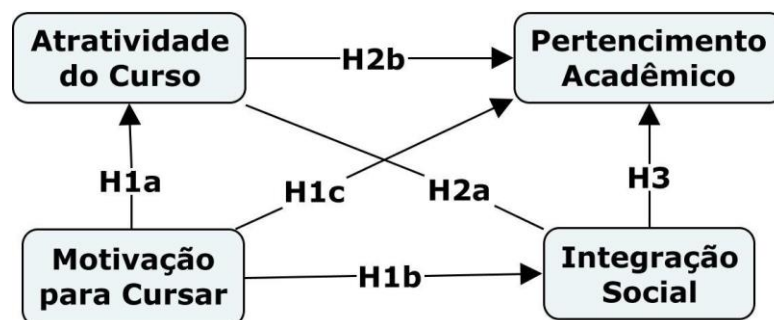
H₃ – A integração à sociedade local faz crescer significativamente o sentido de pertencimento dos estudantes à universidade.

Acredita-se que os estudantes visitantes, aqueles que não são naturais do local onde se localiza a universidade que estudam, tenham maior dificuldade de integração à sociedade local, e que isto também dificulte a criação de laços afetivos com a própria universidade que os recebe. Por essa razão, a quarta hipótese é que:

H₄ – Os estudantes visitantes apresentam menor integração social (**H_{4a}**) e menor pertencimento acadêmico (**H_{4b}**) que os estudantes locais.

A Figura 1 resume o modelo teórico e as três primeiras hipóteses de pesquisa. A fim de responder ao problema de pesquisa, o estudo se apresenta em cinco seções, iniciando pela introdução, onde se contextualiza o tema. Posteriormente, apresenta-se o referencial teórico, seguido dos procedimentos metodológicos, onde se descreve os caminhos da pesquisa e os recursos utilizados. Na sequência, os resultados revelam as descobertas explicando seus significados. As conclusões resumam a pesquisa e, por fim, as referências relacionam as bibliografias consultadas.

Figura 1 - Modelo teórico proposto



Fonte: Dados da pesquisa.

3. Procedimentos metodológicos

O objeto deste estudo são alunos de graduação em turismo de todas as universidades públicas federais do Rio Grande do Sul que ofertam o curso, que são: Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Universidade Federal do Rio Grande (FURG) e Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Os cursos têm suas peculiaridades, dois são bacharelados, FURG e UFPel, e dois são tecnológicos, UNIPAMPA e UFSM. O curso de turismo da UFPel foi o primeiro a ser criado em 2001 e o mais recente é o da UFSM, criado em 2012. Dois dos cursos se situam em cidades polo de educação superior como é o caso de Pelotas e Santa Maria, terceira e quinta maiores cidades em população do estado, respectivamente. Os outros dois se situam em cidades de fronteira com o país vizinho Uruguai, Jaguarão e Santa Vitória do Palmar, com população que varia entre 28.000 a 31.000 habitantes, cidades menores que buscam o desenvolvimento por meio da educação superior e de sua expansão, tendo a criação dos cursos de turismo ocorrido em 2009.

Os componentes da amostra foram escolhidos de forma não probabilística, por acessibilidade ou conveniência, uma técnica de amostragem utilizada quando não se tem acesso à lista completa dos indivíduos que formam a população (KLEIN *et al.*, 2015). Foram entrevistados todos os estudantes que estavam em sala de aula nos dias da aplicação dos questionários, e que se dispuseram a responder os questionários, totalizando 238 estudantes. A amostra de estudantes entrevistados ficou assim distribuída: 59 (UFPel), 77 (UNIPAMPA), 46 (FURG) e 56 (UFSM).

Os dados foram levantados pelos próprios autores, em cada um dos quatro campi acima referidos, mediante permissão dos professores locais. Previamente à distribuição do instrumento, os respondentes foram informados de que os questionários seriam levantados de forma anônima, e que nenhuma informação individual seria divulgada. Os respondentes também foram informados de que o instrumento não fora submetido às Comissões de Ética, por tratar-se de uma pesquisa meramente descritiva, que não utilizaria procedimentos experimentais, nem envolveria crianças ou adolescentes. Embora a adesão fosse voluntária, poucas foram as defecções entre os presentes.

O instrumento foi composto por questões fechadas, as quais apresentam alternativas de forma fixa e questões abertas, que levam o informante a responder livremente com palavras ou frases (BARROS; LEHFELD, 2007), estruturado com questões referentes ao perfil como gênero, idade, naturalidade e renda familiar. Questionou-se, ainda, a forma de ingresso no curso, semestre em curso, estágio, emprego, reprovação em disciplinas, tempo previsto para concluir, motivos para desistência e interesse em realizar outro curso (MITIKA; GATES; 2011; KOBUS *et al.*, 2015; ARAUJO; STIGLIANO, 2010).

A motivação pela escolha do curso considerou aspectos intangíveis, os quais demonstraram o sentimento dos entrevistados, como vocação, opinião de amigos e familiares para escolher o curso. A atratividade do curso ponderou aspectos mensuráveis como mercado de trabalho, qualidade, turno e duração do curso, facilidade de ingresso, localização da universidade onde estuda e a reputação do curso, aqui compreendida por meio da nota do curso quando reconhecido pelo MEC (SOARES, 2002; SANTOS, 2005; ROTS *et al.*, 2010; MONDINI *et al.*, 2014; DE FARIA *et al.*, 2017).

A integração social tratou da relação especial do estudante com a população, cidade e região onde estuda, das trocas sociais e afetivas, da vida no ambiente acadêmico, dos contatos que estabelece e mantém, assim como das dificuldades inerentes à perda de contato com pessoas da cidade e região. Já o sentido de pertencimento à universidade considerou aspectos como fazer parte da universidade, identificação com a universidade, o que estudar naquela universidade diz sobre si, ligação emocional, sentimento de pertencer e se a universidade significa muito ao estudante (MCKENDRY *et al.*, 2014).

Após o teste piloto, os questionários foram aplicados em sala de aula e todas as dúvidas foram sanadas quanto ao preenchimento das informações. Posteriormente, os questionários foram codificados e tabulados no IBM-SPSS 20 para análise, que passou por três fases: (1) análise de componentes principais, como etapa exploratória e preparatória, (2) análise do modelo de mensuração e seus recortes através dos grupos de respondentes e (3) análise do modelo estrutural para avaliação

das relações entre os construtos e verificação das hipóteses de pesquisa. Essas etapas são descritas na próxima seção.

Tanto o modelo de mensuração como o modelo estrutural (Figura 4) foram analisados com o Smart PLS 3.0, pela possibilidade que esse software tem de lidar com amostras relativamente pequenas e dados não normais (HAIR *et al.*, 2014), como neste caso. Tais modelos são mais detalhados ao longo dos resultados. O tamanho mínimo da amostra para o modelo foi estimado em 74 respostas, através do software G*Power 3.1.9.6 (Universität Düsseldorf: gpower), considerando um effectsize (f^2) = 0,3 (médio), com poder de 0,95 (Ringle *et al.*, 2014).

A seguir, apresentam-se os resultados do estudo, considerando os estudantes naturais das cidades onde estudam e os visitantes, também chamados aqui de externos, os quais representam aqueles estudantes que vieram de outras cidades e estados do país para cursar turismo em uma das quatro universidades já descritas.

4. Resultados

4.1 Perfil da amostra

A amostra foi composta por 238 estudantes de turismo de quatro universidades, 65,1% mulheres e 34,9% homens. A idade predominante está no intervalo entre 21 a 25 anos, correspondendo a 33,6% do total de estudantes. Os estudantes ingressaram por ampla concorrência (65,5%) ou por cotas (34,5%). A renda familiar predominante é de R\$1.501,00 a R\$3.000,00, correspondendo ao percentual de 35,7%. Quanto à realização de algum tipo de estágio, observa-se predominância de 87% aos que não realizam estágio, seja este obrigatório ou não. Quanto à naturalidade, os percentuais não diferem expressivamente, pois a amostra está dividida entre 52,5% naturais das cidades onde estudam e 47,1% oriundos de outras cidades que não as das universidades nas quais estudam. Há de se considerar que 0,4% não indicou sua naturalidade, ou seja, um respondente. Além disso, 58,8% possui alguma atividade remunerada, não necessariamente com vínculo empregatício, mas 40,3% dos estudantes entrevistados não.

4.2 Modelo de mensuração: validação e cruzamentos entre os grupos

O modelo de mensuração do fenômeno foi construído e estimado através de Análise Fatorial Exploratório-Confirmatória (AFE/C), que segundo Brown (2006, p.193) “é uma importante precursora da Análise Fatorial Confirmatória (AFC), pois permite ao pesquisador explorar melhor a estrutura de mensuração antes de passar à fase confirmatória propriamente dita”. Inicialmente, foi especificado a partir da Análise de Componentes Principais, estimada com o IBM-SPSS 20, e reespecificado de forma incremental com o Smart-PLS 3.0 até chegar ao modelo mais coerente, com quatro fatores: (1) **atratividade do curso** (“mercado de trabalho”, “duração”, “qualidade” e “reputação do curso”); (2) **integração social** (“a população da cidade e da região ajudam a melhorar a experiência de vida e acadêmica”, “os contatos estabelecidos com a população da cidade e da região são importantes para mim”, “eu lamentaria deixar de morar na cidade ou na região e perder o contato com pessoas daqui”, e “eu tenho uma relação especial com a cidade, com a região e com as pessoas daqui”); (3) **motivação para cursar** (“vocação”, “opinião de amigos” e

“opinião de familiares”) e (4) **pertencimento acadêmico** (eu sinto que a [univb] faz parte de mim”, “eu me identifico com a [univ]”, “estudar na [univ] diz sobre o que sou”, “eu me sinto ligado emocionalmente à [univ]”, “eu tenho um forte sentimento de pertencer à [univ]” e “a [univ] significa muito para mim”). Além destes, também foi identificado um quinto fator, formado por três variáveis utilitárias (curso noturno, localização e facilidade de ingresso), o qual apresentou baixo índice de variância explicada (AVE) e por isso precisou ser excluído do modelo.

Todos os fatores retidos apresentaram índices satisfatórios de confiabilidade e validade, e AVE > 0,5. A confiabilidade dos fatores foi avaliada através do Alfa de Cronbach e do índice de Confiabilidade Composta (CR), duas medidas de consistência interna que idealmente devem apresentar valores superiores a 0,7 em trabalhos de cunho confirmatório como este. Conforme Hair *et al.* (2014), a CR é uma medida de consistência interna mais apropriada para trabalhos confirmatórios do que o tradicional Alfa de Cronbach, que, segundo Bagozzi e Yi (2012), deve ser utilizado com parcimônia por suas limitações. A Tabela 1 apresenta as medidas de confiabilidade e de Variância Média Extraída (AVE), e os R² dos fatores. Os dois fatores que apresentaram Alfas de Cronbach inferiores ao valor desejado (0,7) foram mantidos no modelo por apresentarem CR satisfatórios.

Tabela 1 – Confiabilidade, Variância Média e R² dos Fatores

| Fatores | Alfa de Cronbach | Confiabilidade Composta (CR) | Variância (AVE) | R ² |
|-------------------------|------------------|------------------------------|-----------------|----------------|
| Atratividade do Curso | 0,684 | 0,806 | 0,517 | 0,133 |
| Integração Social | 0,780 | 0,858 | 0,605 | 0,124 |
| Motivação para cursar | 0,577 | 0,782 | 0,547 | - |
| Pertencimento Acadêmico | 0,933 | 0,947 | 0,750 | 0,195 |

Fonte: Dados da pesquisa.

A validade convergente foi avaliada pelo valor das cargas fatoriais nos fatores correspondentes, e pelo critério de Fornell e Larcker (1981). Cargas altas e significantes ($p < 0,05$) no fator ao qual pertencem, significam que as variáveis convergem para um ponto comum, ou seja, que existe validade convergente (GEFEN; STRAUB, 2005). E pelo critério de Fornell e Larcker (1981), reconhece-se a existência de validade discriminante quando a raiz quadrada das AVEs de cada construto forem maiores do que as correlações destes com os demais. Se o construto compartilha maior variância com os seus indicadores do que com os demais, é sinal que não se confunde com aqueles, (HAIR *et al.*, 2014). Conforme a Tabela 2, todos os fatores apresentam raiz de AVE (diagonal principal) superior às correlações com outros fatores, o que atesta a validade discriminante do modelo.

Tabela 2 – Correlações e Raiz de AVEs dos Fatores (para Análise Discriminante)

| Fatores | Atratividade do Curso | Integração Social | Motivação para cursar | Pertencimento Acadêmico |
|-------------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|-------------------------|
| Atratividade do Curso | 0,719 | | | |
| Integração Social | 0,330 | 0,778 | | |
| Motivação para cursar | 0,364 | 0,234 | 0,740 | |
| Pertencimento Acadêmico | 0,383 | 0,334 | 0,181 | 0,866 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Após atestar a confiabilidade e a validade do modelo de mensuração, analisaram-se as diferenças de opinião entre os estudantes “locais” e aqueles oriundos de outras cidades/regiões, aqui tratados genericamente como “visitantes ou externos”, para fins de simplificação. A significância das diferenças foi testada através de teste “t” para amostras independentes.

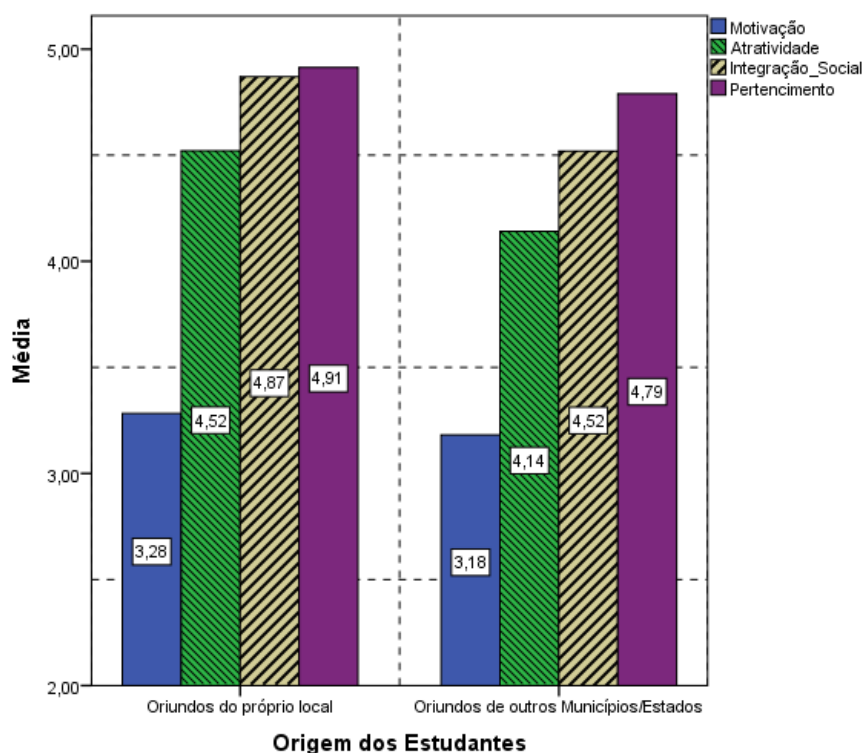
Conforme se vê na Tabela 3, para os estudantes locais a universidade é significativamente mais atrativa ($p=0,042$) do que para os visitantes, porém nem a motivação para o curso, nem o sentido de pertencimento apresentam diferença estatisticamente significativa entre os dois grupos, revelando-se assim ausente a hipótese **H4b**. A integração social dos residentes é ligeiramente superior àquela informada pelos estudantes vindos de fora, mas a significância da diferença é apenas periférica ($p=0,073$), confirmando-se, assim, parcialmente a hipótese **H4a**. Talvez isto possa ter ocorrido pelo fato dos estudantes de fora não se sentirem devidamente incluídos na sociedade local, contrariando aquilo que preconiza a ONU (1995), que a interação social objetiva fomentar a participação de todos igualmente. Resumindo, os alunos locais consideram a “sua” universidade mais atrativa e possuem maior interação social (valores em negrito, na Tabela 3). A interação social mais intensa dos alunos nativos se justifica pela existência de familiares e amigos na comunidade, o que lhes facilita a convivência. E a maior atratividade da universidade para eles provavelmente se deve à conveniência que, para estes, se soma aos demais fatores de atração, corroborando os achados de Añaña *et al.* (2019).

Tabela 3 - Comparação das Médias dos Fatores, por locais de nascimento

| Naturalidade | | N | Média | Desvio Padrão | Erro padrão | t | df | Sig. |
|-------------------|------------|-----|--------------|---------------|-------------|-------|-----|--------------|
| Motivação | Locais | 125 | 3,283 | 1,457 | 0,130 | 0,524 | 235 | 0,601 |
| | Visitantes | 112 | 3,182 | 1,509 | 0,143 | | | |
| Atratividade | Locais | 125 | 4,521 | 1,452 | 0,130 | 2,044 | 235 | 0,042 |
| | Visitantes | 112 | 4,141 | 1,402 | 0,132 | | | |
| Pertencimento | Locais | 125 | 4,914 | 1,560 | 0,140 | 0,592 | 235 | 0,554 |
| | Visitantes | 112 | 4,790 | 1,663 | 0,157 | | | |
| Integração Social | Locais | 125 | 4,870 | 1,408 | 0,126 | 1,801 | 235 | 0,073 |
| | Visitantes | 112 | 4,519 | 1,590 | 0,150 | | | |

Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 2 replica os dados da Tabela 3 para facilitar a interpretação. As barras hachuradas correspondem às variáveis com diferenças estatisticamente significante.

Figura 2 - Médias dos fatores entre os grupos, por local de residência.

Fonte: Dados da pesquisa.

Além de avaliar as diferenças entre os grupos formados por local de nascimento, o estudo também investigou as diferenças existentes entre os cursos de turismo das quatro universidades pesquisadas. Foram computadas as médias dos quatro fatores e realizada a Análise ANOVA de comparações múltiplas, com teste de Bonferroni. O resultado, como se vê na Tabela 4, apontou diferenças significativas ($p < 0,05$) na atratividade da UFPel em comparação com as três outras e na integração social entre os estudantes da UFPel e da UFSM. Por se tratar de um elenco extenso de comparações, aquelas nas quais não foram encontradas diferenças estatisticamente significantes foram excluídas da tabela, mas podem ser obtidas diretamente com os autores.

Tabela 4 – Teste ANOVA unidirecional, com comparações múltiplas de Bonferroni

| Fatores/Variável Dependente | Universidade (I) | Universidade (J) | Diferença média (I-J) | Erro Padrão | Sig. |
|-----------------------------|------------------|------------------|-----------------------|-------------|-------|
| Atratividade | UFPel | UNIPAMPA | 1,114 | 0,238 | 0,000 |
| | | FURG | 0,729 | 0,271 | 0,046 |
| | | UFSM | 0,918 | 0,257 | 0,003 |
| Integração Social | UFPel | UFSM | 0,992 | 0,273 | 0,002 |
| Pertencimento | UFPel | FURG | -0,676 | 0,314 | 0,195 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Isso revela também uma diferença considerável (-0,676) no grau de pertencimento dos estudantes de turismo da UFPel em comparação aos da FURG, porém abaixo do nível mínimo de significância. Conforme se vê na Figura 3, a UFPel é a universidade que apresenta os maiores índices de atratividade, de motivação e de integração dos estudantes à sociedade local, porém é aquela que apresenta o menor

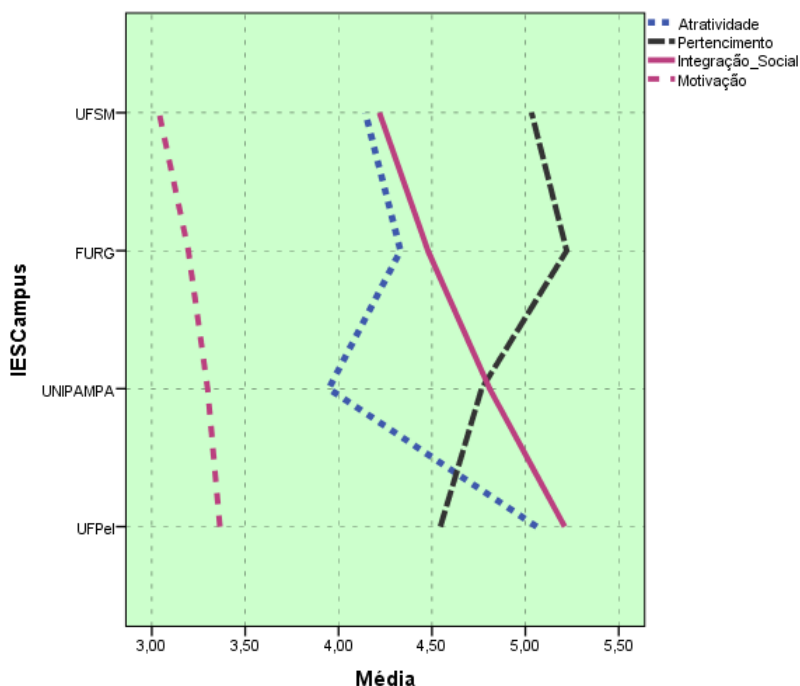
grau de pertencimento entre os estudantes de turismo, mesmo que se trate de uma diferença não significativa estatisticamente.

O fato de a UFPel apresentar menor índice de pertencimento pode ser justificado por sua estrutura física, com unidades acadêmicas dispersas por bairros da cidade. Isso pode indicar que a interação entre estudantes de todos os cursos é relevante para estimular o sentimento de pertencimento à universidade, e não apenas entre os estudantes de cursos da mesma área do conhecimento. Se isso realmente se justificar nos resultados, demonstrará que uma universidade com unidades descentralizadas pode não estimular o pertencimento por parte do aluno.

Ahn e Davis (2019) salientam que o senso de pertencimento de estudantes à universidade está fortemente associado ao desempenho acadêmico e a uma vida bem-sucedida na universidade. Contudo, também revelam que existem dois domínios de pertença adicionais que geralmente são negligenciados na literatura: ambiente e espaço pessoal. O primeiro está relacionado ao espaço de convivência, a localização geográfica e cultural que os alunos vivenciam. Já o espaço pessoal refere-se à satisfação com a vida, atitudes de vida, identidade e interesses dos estudantes. A pesquisa revelou que o senso de pertencimento é multidimensional e, portanto, complexo.

Os autores também destacam que o bem-estar dos alunos implica em políticas institucionais que reflitam os quatro domínios, sugerindo o desenvolvimento de ações que incentivem o envolvimento dos alunos com o ambiente natural e cultural, como a participação em eventos da comunidade local e o voluntariado. Além disso, sugerem serviços institucionais mais acessíveis e eficazes no que tange ao aconselhamento e atendimento ao estudante com respostas rápidas e sistemáticas, priorizando ações diante de reclamações e sugestões desses (AHN; DAVIS, 2019).

Figura 3 - Comparação das Médias dos Fatores, por universidades.



Fonte: Dados da pesquisa.

O bacharelado da FURG tem atratividade baixa e é menos motivador que os demais, mas a integração com a sociedade local é boa e, mesmo assim, seus estudantes se destacam pelo sentido de pertencimento à universidade, que é bem superior aos demais. A atratividade pelo curso pode estar associada ao tempo de existência do curso na instituição, contudo independe da área de conhecimento à qual pertence (MIRANDA JUNIOR; CABELLO, 2019). Por outro lado, Ferreira e Martins (2018) associam a atratividade com o mercado de trabalho, ou seja, à empregabilidade que o curso proporciona, assim como aos aspectos relacionados à qualidade do ensino no curso. Todavia, é preciso ampliar o debate acerca desta questão para entender melhor as condicionantes de uma atratividade baixa e pertencimento alto.

O tecnólogo em turismo da UNIPAMPA tem a mais baixa atratividade de todos os cursos estudados, contudo se destaca pela boa integração social e pela motivação dos seus estudantes. Isso indica um paradoxo. Mas há de se considerar que os cursos superiores de tecnologia são uma modalidade de educação superior em franco crescimento no Brasil (MARIN, 2019) e destacam-se pela formação do indivíduo que busca uma graduação no ensino superior no Brasil, num formato mais curto que os cursos de bacharelado e mais voltados à inserção direta no mercado de trabalho, justamente pela proposta de currículo mais concentrada às áreas de formação prática. Outra questão a considerar, em se tratando de cursos tecnológicos, é o esgotamento da demanda, que pode ser melhor explicado pelo efeito do desenvolvimento regional a partir da expansão desses cursos em todo o país, assim como investigar motivações que levaram à expansão da educação tecnológica, às razões dos diferentes ritmos de expansão, de retração e da evasão (FAVRETTO; MORETTO, 2013).

O curso ofertado pela UFSM, ao contrário do esperado, tem atratividade apenas razoável quando comparado aos demais. Seus estudantes demonstram menor motivação e alguma dificuldade de integração à sociedade local, mesmo assim a universidade tem o segundo melhor índice de pertencimento, o que pode ser resultante da recente transferência do curso do campus de Silveira Martins para o campus sede, em Santa Maria.

4.3 Análise do modelo estrutural

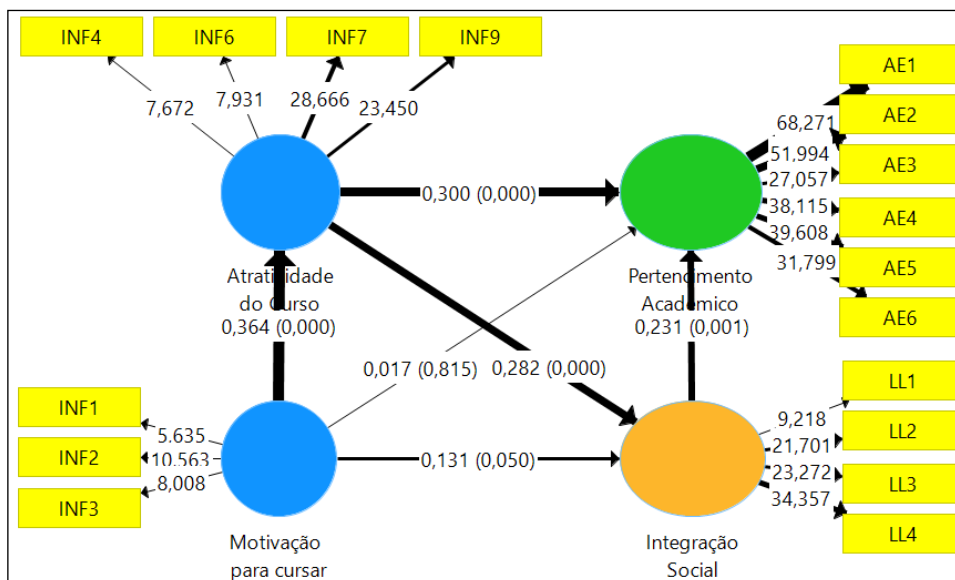
Através do modelo estrutural, é possível avaliar as relações entre os construtos e, dessa forma, responder a maior parte das hipóteses de pesquisa. O resultado, como se vê na Figura 4, confirma a influência significativa que tem a motivação na atratividade do curso (Hipótese **H1a**) e na integração dos estudantes à sociedade (**H1b**), mas não identifica a ocorrência de impacto significativo direto no sentido de pertencimento acadêmico (**H1c**).

Os resultados **apóiam** as evidências de Eccheli (2008), Menard, Bott e Crossler (2017), os quais reforçam a necessidade de se fazer com que os alunos sintam-se motivados. Cardoso e Bzuneck (2004) complementam que a motivação do aluno leva busca de conhecimentos. Alunos motivados também demonstram maior facilidade uma integração social, objetivando um bem-estar social (MENARD; BOTT; CROSSLER, 2017).

Por outro lado, a motivação nesta investigação, não foi capaz de despertar um senso de pertencimento, não apoiando as evidências de Van Herpen *et al.* (2020).

Talvez isto pela falta de tensão afetiva, conforme destacada por Eccheli (2008). Assim, sugere-se que a motivação dos alunos não seja centrada apenas em atividades acadêmicas, mas também no convívio social que ele possui.

Figura 4 – Modelo estrutural



Fonte: Dados da pesquisa.

O resultado também confirma a existência de influência direta e significativa da atratividade do curso na integração social dos estudantes (H2a) e no pertencimento acadêmico (H2b), apoiando os achados de Brower (1992), Diniz e Almeida (2005). Os mesmos autores deixam claro que todos que atuam no contexto universitário devem estar envolvidos para que ocorra a atratividade.

Confirma-se também, a influência da integração social no pertencimento acadêmico (H3), corroborando com a crença de Masika e Jones (2016). Os autores deixam claro que a interação salutar do aluno com a universidade contribui para que haja retenção do mesmo. A Tabela 5 apresenta uma síntese das relações diretas do modelo estrutural, com as estatísticas correspondentes.

Tabela 5 – Relações diretas do modelo estrutural

| Relações Diretas | Efeito (O) | Desv. Pad. (DP) | Estat. T (O/DP) | Sig. |
|--|------------|-----------------|-----------------|-------|
| Atratividade do Curso -> Integração Social | 0,282 | 0,068 | 4,160 | 0,000 |
| Atratividade do Curso -> Pertencimento Acadêmico | 0,300 | 0,077 | 3,894 | 0,000 |
| Integração Social -> Pertencimento Acadêmico | 0,231 | 0,067 | 3,424 | 0,001 |
| Motivação para cursar -> Atratividade do Curso | 0,364 | 0,069 | 5,294 | 0,000 |
| Motivação para cursar -> Integração Social | 0,131 | 0,067 | 1,965 | 0,050 |
| Motivação para cursar -> Pertencimento Acadêmico | 0,017 | 0,074 | 0,234 | 0,815 |

Fonte: Dados da pesquisa.

A inexistência de influência direta e significativa da motivação para cursar, na formação do pertencimento acadêmico dos estudantes de turismo, não impede que a primeira influencie o segundo indiretamente. Conforme se vê na Tabela 6, o resultado confirma a existência de influências indiretas da motivação tanto na integração social quanto no próprio pertencimento, através da atratividade do curso. Essas relações

indiretas permitem concluir que: (a) a atratividade do curso é mediadora parcial da relação entre a motivação e a integração social; e media totalmente a relação da motivação com o pertencimento; e (b) a motivação dos estudantes facilita, indiretamente, o pertencimento acadêmico, confirmando-se assim, parcialmente, a Hipótese H1c. Neste caso, não é possível apoiar amplamente o que foi apresentado por Van Herpen *et al.* (2020). Para os autores, é preciso que o ambiente como um todo seja salutar, a fim de promover a motivação. Pode ser que neste caso, os envolvidos não tenham em sua totalidade, preditores amplos que promova a sua motivação.

Tabela 6 - Relações indiretas do modelo estrutural

| Relações Indiretas | Efeito (O) | Desv. Pad. (DP) | Estat T (O/DP) | Sig. |
|--|------------|-----------------|----------------|-------|
| Motiv. p. cursar ->Atrativ. Curso -> Integração Social | 0,103 | 0,032 | 3,260 | 0,001 |
| Motiv. p. cursar ->Atrativ. Curso -> Pertencimento Acadêmico | 0,109 | 0,035 | 3,152 | 0,002 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Para o propósito deste trabalho, tão importante quanto conhecer os caminhos que conectam as variáveis latentes do modelo, é avaliar a invariância desses relacionamentos entre os estudantes locais e os visitantes. Como os primeiros convivem no ambiente social em que foram criados, e os externos precisam se adaptar a este, é possível que as relações do modelo variem entre os dois grupos. A invariância do modelo foi avaliada por Análise Multigrupo (PLS-MGA), e as diferenças nas cargas fatoriais dos caminhos foram testadas através do procedimento sugerido por Chin *et al.* (2003) e Keil *et al.* (2000). Por conveniência, foi utilizada a fórmula recomendada por Afthanorhan *et al.* (2015), e consideradas significantes as diferenças cujo “t” calculado superou o valor de 1,96.

$$t = \frac{Path_{sample_1} - Path_{sample_2}}{\sqrt{\frac{(m-1)^2}{(m+n-2)} * S.E.^2_{sample1} + \frac{(n-1)^2}{(m+n-2)} * S.E.^2_{sample2}}} * \left[\sqrt{\frac{1}{m} + \frac{1}{n}} \right]$$

O resultado, como se vê na Tabela 7, confirma que a integração social é um elemento chave para a construção do pertencimento acadêmico, e que esta relação ocorre de maneira relativamente semelhante (sem diferenças significativas) entre os estudantes locais e os visitantes.

A análise também revela que a motivação para estudar turismo nas quatro universidades pesquisadas facilita mais a integração social (t=4,051) e o pertencimento acadêmico (t=5,797) entre os estudantes locais do que entre os visitantes, o que era de se esperar. Mas no sentido contrário, fica claro que a atratividade do curso favorece mais o sentido de pertencimento dos visitantes do que entre os estudantes locais (t=-3,541).

Tabela 7 - Comparação das relações estruturais entre estudantes locais e forasteiros

| Relações Estruturais | Locais | | Forasteiros | | t calc. |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------|
| | Média 1.000 amostras | D. P. 1.000 amostras | Média 1.000 amostras | D. P. 1.000 amostras | |
| Atratividade do Curso -> Integração Social | 0,365 | 0,086 | 0,200 | 0,112 | 8,538 |
| Atratividade do Curso ->Pertencim. Acadêmico | 0,253 | 0,099 | 0,333 | 0,115 | -3,541 |
| Integração Social ->Pertencim. Acadêmico | 0,266 | 0,102 | 0,228 | 0,100 | 1,863 |
| Motivação para cursar -> Atratividade do Curso | 0,450 | 0,074 | 0,337 | 0,123 | 5,797 |
| Motivação para cursar -> Integração Social | 0,175 | 0,080 | 0,091 | 0,124 | 4,051 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Em síntese, o sentido de pertencimento depende de duas forças importantes: a atratividade do curso e a integração social. A integração à sociedade local é condição básica para que os estudantes adotem a universidade como parte de si mesmos, e isto se faz tanto para os estudantes locais quanto para aqueles vindos de fora do município.

A atratividade do curso favorece o sentido de pertencimento em ambos os grupos, mas seu efeito é significativamente maior entre os estudantes oriundos de outros locais, do que entre os residentes. A diferença de atratividade do curso entre uns e outros, provavelmente esteja relacionada àquilo que a instituição se mostra capaz oferecer aos interessados em cursar uma carreira acadêmica fora do seu domicílio (VIVAN; RODRIGUES; RISCAROLLI, 2016). Como a matrícula numa IES distante do domicílio habitual envolve alguns sacrifícios, é natural que a escolha de uma universidade distante requeira dos candidatos, uma dose maior de motivação do que aquela presente nos residentes, os quais presumivelmente dispõem de um universo mais amplo de relações, e cuja escolha pode ser feita tanto por motivação, quanto por conveniência.

5. Conclusões

A partir da análise, percebe-se que a motivação pessoal influencia significativamente a atratividade pelo curso, o que facilita a integração social. A atratividade media totalmente a motivação em realizar o curso e o pertencimento à universidade. Logo, a motivação dos estudantes facilita indiretamente o pertencimento acadêmico. Percebe assim, o quão importante é a motivação por parte do aluno. Embora ela seja fruto de diversos fatores (RIBEIRO *et al.*, 2019), percebe-se que ela além de ser afetada por fatores externos e internos, também contribui para o convívio e o bem-estar, envolvendo situações intrínsecas e extrínsecas.

A integração social é um elemento chave para a construção do pertencimento à universidade e tal relação ocorre de maneira semelhante entre os estudantes locais e visitantes. A atratividade influencia direta e significativamente na integração social de estudantes e no pertencimento. A atratividade é maior para os locais do que para os visitantes, porém a motivação para realizar o curso e o sentido de pertencimento

não apresentam diferença estatisticamente significativa entre os locais e os visitantes. A integração social é ligeiramente superior entre os locais, mas a significância da diferença é periférica, confirmando apenas parcialmente que os visitantes apresentam menor integração social e menor pertencimento à universidade.

O curso de turismo da UFPel é aquele que apresenta os melhores índices de atratividade, de motivação e de integração à sociedade local, mas é, dos quatro cursos estudados, o que apresenta o pior grau de pertencimento entre os estudantes. O resultado é preocupante, sem dúvida alguma, e é recomendada a realização de outros estudos para avaliar as razões da discrepância aqui identificada.

O curso de turismo da FURG, talvez pela localização, é o menos motivante das quatro universidades estudadas, mas se destaca pela integração dos estudantes à sociedade local e pela forte conexão que estabelece com os mesmos. O sentido de pertencimento à FURG/SVP, como a universidade é conhecida por seus estudantes, supera o pertencimento de todos os demais cursos estudados. E a capacidade de fazer querida pelos estudantes, apesar da baixa motivação inicial para cursar a graduação naquela universidade, permite inferir que seus gestores possuam grande capacidade de criar laços através da agregação de valor ao curso que oferecem.

O curso de turismo da UNIPAMPA tem a mais baixa atratividade de todos os estudados, porém se destaca pela boa integração social e pela motivação dos seus estudantes para cursarem turismo.

O curso ofertado pela UFSM, ao contrário do esperado, tem atratividade apenas razoável quando comparado aos demais. Por estar localizado numa cidade que tem mais de 60 anos de tradição na oferta de educação superior, e que sedia vários órgãos públicos de diversos poderes, esperava-se que o curso ali oferecido fosse mais atrativo. Seus estudantes demonstram menor motivação e alguma dificuldade de integração à sociedade local, talvez devido à recente mudança do curso, do campus de Silveira Martins para o campus sede, em Santa Maria. Mesmo assim, os respondentes da UFSM demonstram o segundo melhor índice de pertencimento acadêmico, o que não deixa de ser louvável.

A análise demonstra que a motivação para estudar turismo nas quatro universidades pesquisadas favorece mais a integração social e o pertencimento acadêmico entre os estudantes locais do que entre os visitantes, o que já era esperado. Como o apego à universidade é algo que se constrói paulatinamente, é razoável esperar que os residentes da própria localidade comecem a idealizar a “sua” universidade desde a infância, na medida em que se vejam motivados a estudar nela. E o contrário ocorre com os estudantes vindos de outras regiões, para os quais o sentido de pertencimento recebe maior influência da atratividade do curso do que da motivação para vir estudar nele.

O sentido de pertencimento dos estudantes à universidade depende de duas forças importantes, a atratividade do curso e a integração social. Porém, a força com que uma e outra influenciam o pertencimento difere entre os estudantes locais e os visitantes: para os estudantes locais, que mantêm laços mais fortes na comunidade, a integração social influencia mais fortemente o pertencimento acadêmico, o que é mais ou menos óbvio; e para os estudantes oriundos de outras regiões, é a atratividade do curso que impulsiona mais fortemente o pertencimento acadêmico, o que também não deixa de ser óbvio.

Esta investigação foi realizada em quatro universidades públicas federais brasileiras, de um universo de setenta e seis universidades, o que impõe certa limitação à pesquisa. Por se tratar de uma amostra intencional, os resultados não podem ser generalizados para o conjunto de universidades. Os resultados demonstram que o campo de pesquisa é fértil e merece continuidade, seja aprofundando a investigação em outras universidades (públicas ou privadas), que também oferecem o curso de turismo, seja alargando o espectro amostral para abranger outros cursos para avaliar a formação do sentido de pertencimento dos estudantes de outras carreiras.

O presente trabalho estende o conhecimento teórico e contribui para a gestão universitária ao propor e testar um modelo de formação do pertencimento acadêmico entre os estudantes locais a aqueles vindos de outras cidades e regiões do país. Estudos futuros podem ampliar o debate sobre a influência de outras particularidades do pertencimento do aluno à universidade, como o turno de oferta do curso, as limitações de estudar onde reside originalmente, assim como o senso de oportunidade e de desejo de ingresso em um curso superior numa universidade pública. Estudos comparativos também são oportunos em se tratando dessas e de outras circunstâncias.

Referências

AFTHANORHAN, A.; NAZIM, A.; AHMAD, S. A. Parametric Approach Using Z-Test for Comparing 2 Means to Multi-Group Analysis in Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). **British Journal of Applied Science & Technology**, v. 6, n. 2, p. 194–201, 2015.

AHN, Mi Young; DAVIS, Howard H. Four domains of students' sense of belonging to university, **Studies in Higher Education**, 2019.

AÑAÑA, E. S.; MELLO, S. P. T. de; SEVERO, P. S.; BORGES, G. D. R. The Sense of Belonging Amongst Tourism Students in Brazil: An assessment comparing perceptions of bachelor and associate degree students. **Turismo - Visão e Ação**, v. 21, n. 3, p. 218-238, 2019.

AÑAÑA, E. S.; NIQUE, W. M. Personal values in relation to graduate career choices. **International Journal of Public Sector Management**, v. 23, n. 2, p. 158–168, 2010.

ARAUJO, C. R. M.; STIGLIANO, B. V. O Perfil do Bacharel em Turismo: a primeira turma de egressos do Curso de Bacharel em Turismo da Universidade Federal de São Carlos. 6º Seminário em Pesquisa do Mercosul – **SEMINTUR**, 2010.

BAGOZZI, R. P.; YI, Y. Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 40, n. 1, p. 8–34, 2012.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BONIN, L. F. R. Indivíduo, cultura e sociedade. In.: STREY, Marlene Neve; *et al.* **Psicologia social contemporânea**: Livro texto. 13ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

BROWER, A. M. The “second half” of student integration: The effects of life task predominance on student persistence. **Journal of Higher Education**, V. 63, n.4, 1992, p. 441-462.

BROWN, T. A. **Confirmatory factor analysis for applied research**. New York: The Guilford Press, 2006.

CARDOSO, L. R., BZUNECK, J. A. Motivação no ensino superior: metas de realização e estratégias de aprendizagem. **Psicologia Escolar e Educacional**, v. 8, n. 2, p. 145–155, Dec. 2004.

CHIN, W. W.; MARCOLIN, B. L.; NEWSTEAD, P.; NEWSTED, P. R. A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effects: Results From A Monte Carlo Simulation Study and Voice Mail Emotion / Adoption Study. **Information Systems Research**, v. 14, n. 2, p. 189–217, 2003.

DE FARIA, R. R.; WEBER, L. N. D.; TON, C. T. O estresse entre vestibulandos e suas relações com a família e a escolha profissional. **Psicologia Argumento**, v. 30, n. 68, 2017.

DINIZ, A. M.; ALMEIDA, L. S. Escala de Integração Social no Ensino Superior (EISES): Metodologia de construção e validação. **Análise Psicológica**, v. 23, n. 4, p. 461-476, out. 2005.

ECCHELLI, S. D. A motivação como prevenção da indisciplina. **Educar em Revista**, Curitiba, n. 32, p. 199-213, 2008.

FAVRETTO, J.; MORETTO, C. F. Os cursos superiores de tecnologia no contexto de expansão da educação superior no Brasil: a retomada da ênfase na educação profissional. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 34, n. 123, p. 407-424, abr.-jun. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v34n123/05.pdf>>. Acesso em: 02 mar. 2020.

FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, v. 18, p. 39–50, 1981.

GEFEN, D.; STRAUB, D. A Practical Guide To Factorial Validity Using PLS-Graph: Tutorial And Annotated Example. **Communications of the Association for Information Systems**, 2005.

HAIR, J. F.; SARSTEDT, M.; HOPKINS, L.; KUPPELWIESER, V. G. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. **European Business Review**, v. 26, n. 2, p. 106–121, 2014.

KEIL, M.; TAN, B. C.; WEI, K. K.; SAARINEN, T.; TUUNAINEN, V.; WASSENAAR, A. a C Ross -C Ultural S Tudy on Escalation of Commitment Behavior in. **MIS Quarterly**, v. 24, n. 2, p. 299–325, 2000.

KIRAZ, Z. Investigating the University Student's Problems Faced in University Life: A Sample of Turkey. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 116, p. 4905-4909, 2014.

KLEIN, A. Z.; SILVA, L. V. da; MACHADO, L.; AZEVEDO, D. **Metodologia de pesquisa em administração**: uma abordagem prática. Sao Paulo: Atlas, 2015.

KOBUS, M. B. W; VAN OMMEREN, J. N.; RIETVELD, P. Student commute time, university presence and academic achievement. **Regional Science and Urban Economics**, v. 52, p. 129-140, 2015.

LARSSON, J. P.; WENNBERG, K.; WIKLUND, J.; WRIGHT, M. Location choices of graduate entrepreneurs. **Research Policy**, v. 46, n. 8, p. 1490-1504, 2017.

LESTINGE, S. R. Olhares de educadores ambientais para estudo do meio e pertencimento. **Tese** (Doutorado em Recursos Florestais). Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2004.

MASQUIETTO, C. D.; PIZZINATTO, N. K.; PIZZINATTO, A. K.; ZACCARIA, R. B. Marketing no ensino superior: atributos valorizados pelos discentes de curso de especialização. **Revista GUAL**, Florianópolis, v. 10, n. 4, p. 227-251, Edição Especial 2017.

MCKENDRY, S.; WRIGHT, M.; STEVENSON, K. Why here and why stay? Students' voices on the retention strategies of a widening participation university. **Nurse educationtoday**, v. 34, n. 5, p. 872-877, 2014.

MELLO, S. P. T; BORGES, G. da R.; SEVERO, P. S.; BECKER, L. F. F. Perfil sociodemográfico e acadêmico dos estudantes de Turismo em duas universidades públicas no sul do Brasil. **Revista Gestão e Secretariado** (GeSec), São Paulo, SP, v. 10, n. 2, mai/ago, 2019, p. 171-193.

MASIKA, R. I.; JONES, J. Building student belonging and engagement: insights into higher education students' experiences of participating and learning together. **Teaching in Higher Education**, v. 21, n. 2, p. 138-150, 2016.

MENARD; P.; BOTT, G. J. B; CROSSLER, R. E. User motivations in protecting information security: protection motivation theory versus self-determination theory. **Journal of Management Information Systems**, V. 4, n.34, p.1203–1230.

MIRANDA JÚNIOR, N. da S.; CABELLO, A. F. Atratividade de cursos de graduação e a política institucional de mudança de curso: efeito trampolim? **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**. São Paulo, v. 24, n. 77, p.1-20, 2019.

MITIKA, P.; GATES, P. What do secondary trainee teachers say about teaching as a profession of their "choice" in Malawi? **Teaching and Teacher Education**, v. 27, n. 2, p. 424-433, 2011.

MONDINI, V. E. D.; MONDINI, L. C..BORGES, G. da R.; DOMINGUES, J. C. de S. Instituições de Ensino Superior a Distância: análise dos motivos de escolha. **Revista Meta: Avaliação**, v. 6, n. 16, p. 71-84, 2014.

ONU. Carta das Nações Unidas. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2017/11/A-Carta-das-Na%C3%A7%C3%B5es-Unidas.pdf>>. Acesso em: 20 jun 2020.

PONTES, E. S.; FERREIRA, R. C.; SILVA, R. B., MARTINS, C. B. Atratividade no Ensino Superior: Estudo com Alunos Ingressantes no Curso de Secretariado Executivo. **Brazilian Journal of Marketing** - BJM Revista Brasileira de Marketing – ReMark. v. 17, n. 4. 2018, p. 520-531.

RIBEIRO, M. F.; SARAIVA, V.; PEREIRA, P.; RIBEIRO, C. Escala de Motivação Acadêmica: Validação no Ensino Superior Público Português. **RAC**, Maringá, v. 23, n. 3, art. 1, p. 288-310, maio/junho, 2019.

RINGLE, C. M.; DA SILVA, D.; BIDO, D. D. S. Structural Equation Modeling with the Smartpls. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 02, p. 56–73, 2014.

ROTS, I.; AELTERMAN, A.; DEVOS, G. Teacher education and the choice to enter the teaching profession: A prospective study. **Teaching and Teacher Education**, v. 26, p. 1619-1629, 2010.

SANTOS, L. M. M. dos. O papel da família e dos pares na escolha profissional. **Psicologia em Estudo**, v. 10, n. 1, p. 57-66, 2005.

SILVA, A. M. S. Sentimentos de pertencimento e identidade no ambiente escolar. **Revista Brasileira de Educação em Geografia**, Campinas, v. 8, n. 16, p. 130-141, jul./dez., 2018.

SOARES, D. H. P. **A escolha Profissional**. Grupo Editorial Summus, 2002.

TAUIL, A.; MAINARDES, E. W. Escolha de cursos de pós-graduação lato sensu e os seus fatores determinantes. **Revista GUAL**, Florianópolis, v. 8, n. 3, p. 219-239, set. 2015.

VAN HERPEN, S. G. A; MEEUWISSE, M.; HOFMAN, W. H. A.; SEVERIENS, S. E. A head start in higher education: the effect of a transition intervention on interaction, sense of belonging, and academic performance. **Studies in Higher Education**, v. 45, n. 4, p. 862-877, 2020.

VIVAN, A. M.; RODRIGUES, L. C.; RISCAROLLI, V. Atributos da Atratividade em Instituições de Ensino Superior Privadas Brasileiras. In: **XL Encontro da ANPAD**, Costa do Sauípe, BA, 25 a 28 de setembro de 2016.

ⁱ [univ] = Universidade de vinculação (FURG, UFPeI, UFSM ou UNIPAMPA).