

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO  
TOCANTINS  
CAMPUS DE PALMAS  
CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO EM GESTÃO DE TURISMO

WESLEY GOMES DE CARVALHO

**A língua inglesa como estratégia de desenvolvimento do  
trade hoteleiro em Palmas – TO**

PALMAS

2020

WESLEY GOMES DE CARVALHO

**A língua inglesa como estratégia de desenvolvimento  
do trade hoteleiro em Palmas – TO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Instituto Federal de  
Educação, Ciência e Tecnologia do  
Tocantins como requisito parcial para  
conclusão do curso do Curso  
Superior de Tecnologia em Gestão  
de Turismo

Orientador: Prof. Dr. Rivadavia Porto  
Cavalcante  
Coorientadora: Prof. Dra. Mary Lúcia  
Gomes Silveira de Senna

PALMAS

2020

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Bibliotecas do Instituto Federal do Tocantins**

---

C331l Carvalho, Wesley Gomes de  
A língua inglesa como estratégia de desenvolvimento do trade  
hoteleiro em Palmas – TO / Wesley Gomes de Carvalho. – Palmas,  
TO, 2020.  
47 p. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão de  
Turismo) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do  
Tocantins, Campus Palmas, Palmas, TO, 2020.

Orientador: Dr. Rivadavia Porto Cavalcante  
Coorientadora: Dra. Mary Lúcia Gomes Silveira de Senna

1. Hotelaria. 2. Língua inglesa. 3. Turismo. I. Cavalcante,  
Rivadavia Porto. II. Gomes Silveira de Senna, Mary Lúcia. III. Título.

**CDD 338**

---

A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, deste documento é autorizada para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica do IFTO com os dados  
fornecidos pelo(a) autor(a).**

WESLEY GOMES DE CARVALHO

A LÍNGUA INGLESA COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO  
DO TRADE HOTELEIRO EM PALMAS – TO.

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Instituto Federal de Educação,  
Ciência e Tecnologia do Tocantins, Campus de Palmas como requisito parcial para  
obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_ APROVADO ( ) REPROVADO ( )

Banca Avaliadora

---

Prof. Dr. Rivadavia Porto Cavalcante (Orientador)  
IFTO, *Campus* Palmas

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Mary Lúcia Gomes Silveira de Senna (Coorientadora)  
IFTO, *Campus* Palmas

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr. Veruska Chemet Dutra (Membro)  
IFTO, *Campus* Palmas

---

Prof.<sup>a</sup> MSc. Janaina Maria Andrade Aires Fonseca (Membro)  
IFTO, *Campus* Palmas

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a Deus, que sempre me deu fôlego de vida; a meu orientador, o Riva, que não desistiu de mim; a minha Coorientadora, que me inspira a cada dia, e sempre acreditou em mim; e, em especial, a você, que teve o privilégio de ter acesso a este épico documento que mudou a minha vida para sempre.

## **AGRADECIMENTOS**

Sou grato a todos que contribuíram para este presente trabalho. Primeiramente, ao meu orientador, Prof. Dr. Rivadavia Porto, por sua inspiração e mentalidade de me conduzir com excelência até a conclusão desta pesquisa.

Agradeço à minha coorientadora, Profa. Dra. Mary Lucia Senna, por suas contribuições técnico-científicas quanto aos detalhes a respeito do Turismo.

Uma gratidão especial também aos meus grandes amigos, Herllom, André, Felipe, que se desafiaram em contribuir com motivações acadêmicas, mesmo sem entender quase nada do assunto “turismo”. Para algumas partes deste trabalho, são de grande valor tanto quanto meus pais — minha mãe Edna e meu pai Odilio —, que, como a base de tudo, sempre apoiando-me, fizeram aquela clássica pergunta: “Como vai a faculdade?”; e eu, sempre animado e entusiasmado, respondia: “está bombando!”

Agradecer àquele que foi o principal meio para que tudo isso acontecesse: o Instituto Federal do Tocantins e suas bolsas subsidiárias, as quais serviram no incentivo a todas as visitas técnicas, todas as classes de auxílios para nós, privilegiados por sermos acadêmicos do melhor Instituto Federal do Brasil.

As melhores professoras e professores que deixaram seu melhor conteúdo aplicado no mais prático e conceitual possível para que, de um simples estudante, eu construísse um legado universitário federal, de renome nacional, contando com nossa avaliação 5 — a nota máxima no MEC —, e as mais incríveis jornadas multidisciplinares alinhadas entre as matérias que se complementavam, fazendo com que houvesse um sentido, um propósito em todos os dias da minha jornada.

## RESUMO

No presente trabalho, analisou-se a usabilidade da língua inglesa pelos profissionais de atendimento (recepcionistas e gestores) na comunicação com os turistas estrangeiros nos principais hotéis (com maiores números de leitos) da capital Tocantinense. O objetivo central foi, após uma análise dos dados obtidos, propor a implantação de novas ferramentas para o desenvolvimento regional, no que tange à relevância do inglês como principal idioma na comunicação dos mesmos com o profissional de turismo e sua aplicação prática nos atendimentos aos estrangeiros nos últimos 12 meses do ano 2017. Para tanto, buscou-se nas literaturas científicas de Silva e Bonifácio (2015) o *trade* turístico, que carece de um redimensionamento ao qual concerne a formação e/ou preparação do profissional atuante na recepção do turista estrangeiro. Para consecução do estudo, mobilizou-se uma pesquisa específica com profissionais através dos discursos de agentes ativos no setor hoteleiro, porém, segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 61), “é recomendada quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado”. Para geração de dados, propôs-se a aplicação de um questionário semiestruturado para, então, fazer o cruzamento dos dados e relatar o contraste entre os mesmos. A análise dos dados revela que há uma considerável demanda de turistas estrangeiros, porém não há a devida qualificação e preparo dos profissionais na efetivação do atendimento de qualidade. Contudo, acredita-se que há uma possibilidade de futuras implantações de projetos que viabilizariam o desenvolvimento do *trade* hoteleiro e suas especificações no quesito comunicação e atendimento, a anglofonia sendo como principal temática aqui analisada. Por fim, os dados obtidos causam impacto diretamente na consolidação do fluxo constante sazonal dos turistas estrangeiros.

**Palavras-chaves:** Língua Inglesa. Setor Hoteleiro. Turista Estrangeiro. Internacionalização. Desenvolvimento Regional.

## ABSTRACT

In the present study, the usability of the English language was analyzed by the professionals of reception (receptionists and managers), in the communication with the foreign tourists in the main hotels (with greater numbers of beds) of the capital Tocantinense. The central objective was, after an analysis of the data obtain, proposed the implementation of new tools for regional development, regarding the relevance of the English language as the main language in the communication of the same with the tourism professional and its practical application in the services to the foreigners in the last 12 months of the year 2017. For this purpose, the tourism trade was searched for in the scientific literature of Silva and Boniface (2015), it needs a resizing for the training and / or preparation of the professional, active in the tourist receptive foreign. In order to achieve the study, a specific research was carried out with professionals through the speeches of agents working in the hotel sector, however, according to Cervo, Bervian and Silva (2007, 61) "is recommended when there is little knowledge about the problem to be studied. "For data generation, it was propos to apply a semi-structured questionnaire to crosscheck the data and report the contrast between them. Data analysis reveals that there is a considerable demand for foreign tourists, but there is not enough qualification and preparation of the professionals in the accomplishment of the quality service. However, believe that there is a possibility of future implantations of projects that would enable the development of the hotel trade and its specifications in the area of communication and service, the English language being the main theme analyzed here. Finally, the data obtained have a direct impact on the seasonality of foreign tourists.

**Keywords:** English language. hotel sector. foreign tourist. Internationalization. regional development.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### QUADROS

Quadro 1 — Características dos hotéis pesquisados	23
Quadro 2 — Síntese da pesquisa realizada	24
Quadro 3 — Questionamentos e respostas da pesquisa	38

### GRÁFICOS

Gráfico 1 — Nomes dos hotéis	26
Gráfico 2 — Média de recepção de turistas nos últimos 12 meses	26
Gráfico 3 — Relação de demandas apresentadas pelos turistas estrangeiros	28
Gráfico 4 — Relação de hotéis que possuem profissionais bilíngues em seu corpo de funcionários	29
Gráfico 5 — Relação de hotéis que oferecem capacitação ou atualização profissional, em inglês	31
Gráfico 6 — Relação de profissionais do setor hoteleiro de Palmas/TO que já estudaram a Língua Inglesa	32
Gráfico 7 — Relação do local de formação em língua inglesa dos funcionários do setor hoteleiro de Palmas/TO	33
Gráfico 8 — Frequência do uso da língua inglesa no dia a dia do trabalho	34
Gráfico 9 — Relação de habilidades mais usadas no trabalho com relação à Língua Inglesa	35
Gráfico 10 — Relação de graus de necessidade apontados pelos profissionais do turismo	36
Gráfico 11 — Relação de hotéis que oferecem capacitação ou atualização profissional, em inglês	37

## **LISTA DE SIGLAS**

IFTO Tocantins	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do
MTUR	Ministério do Turismo
SEDEN Turismo e Cultura	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia,
AGTUR	Agência Municipal de Turismo
CADASTUR	Cadastro Nacional de Profissionais de Turismo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
1.1 OBJETIVO GERAL	14
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b>	<b>15</b>
2.1 TRADE TURÍSTICO	19
2.2 PORQUE A LÍNGUA INGLESA	19
2.3 QUEM É O TURISTA ESTRANGEIRO	19
2.4 HOTELARIA DE PALMAS/TO	20
<b>3 METODOLOGIA</b>	<b>21</b>
3.1 ITINERÁRIO DA INVESTIGAÇÃO SOBRE O PAPEL DA LÍNGUA INGLESA NO <i>TRADE</i> HOTELEIRO DE PALMAS	21
3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
3.3 CARACTERÍSTICAS DOS HOTÉIS	23
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS</b>	<b>25</b>
4.1 ANÁLISE DOS DADOS - ENTREVISTA DOS GESTORES HOTELEIROS	25
4.2 ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES AOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS RECEPCIONISTAS	31
<b>4.2.1 A língua inglesa no trade hoteleiro palmense na voz do recepcionista</b>	<b>31</b>
<b>4.2.2 O Perfil da língua inglesa dos recepcionistas do trade hoteleiro palmense</b>	<b>32</b>
<b>5 RESULTADO DAS ANÁLISES E DISCUSSÃO</b>	<b>38</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>40</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>42</b>
<b>APÊNDICE I — QUESTIONÁRIO - PROFISSIONAIS DO ATENDIMENTO HOTELEIRO</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE II — ENTREVISTA DO GESTOR DO HOTEL</b>	<b>46</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nesta década, o mundo contemporâneo tem testemunhado o avanço científico, tecnológico, a concorrência de mercados internacionais, a evolução das novas tecnologias e dos meios de transportes. Esses fenômenos estão sendo intensificados com as tendências da internacionalização da economia mundial ocasionada pela globalização, gerando um fluxo de pessoas perpassando os continentes do hemisfério norte e sul do planeta (RTC, 2015).

No contexto social global, o turismo corresponde a um dos fenômenos de maior destaque no deslocamento de pessoas, na realização de negócios, nas estratégias e acúmulo de capital, desenvolvimento de lazer, status, ou de satisfação da população contemporânea (DIAS, 2016).

Segundo Toledo et al. (2003), a atividade turística pode ser definida como um fenômeno sociológico de grande amplitude, que deve ser estudado e analisado sob várias perspectivas, integrando diferentes disciplinas ou áreas do conhecimento, tais como Economia, Ciência Política, Geografia, Ecologia, Antropologia, Gestão, dentre outras. Isso configura em uma abordagem multidisciplinar (TOLEDO, 2003 *apud* SENNA, 2015). Diante deste cenário, o trabalho tem como intuito levantar dados para análise da relevância da língua inglesa como principal idioma na receptividade dos turistas estrangeiros na rede hoteleira de Palmas/TO, obtendo-se, assim, uma base de informações que poderão servir como instrumento para futuras análises de demanda e necessidade na implantação de novas ferramentas para o desenvolvimento regional, entendendo a língua/gem<sup>1</sup> como uma ação de recursos de autossustentabilidade.

No que tange ao Turismo no Brasil, em específico ao estado do Tocantins, o *trade* turístico carece de um redimensionamento ao qual concerne à formação e/ou preparação do profissional atuante na recepção do turista estrangeiro, segundo Silva e Bonifácio (2015). Neste caso, as competências linguísticas são de relevância capital para a realização da comunicação necessária entre os interlocutores do *trade*.

---

<sup>1</sup> Língua/gem: Utilizamos esta abreviação para fazer referência à língua e as linguagens utilizadas nos contextos local e o regional, bem como os modos de comunicação nos âmbitos local e global, considerando, conforme Bronckart (2006), o fenômeno dos idiomas no desenvolvimento de qualquer atividade no mundo.

A língua inglesa, com o fenômeno da globalização e internacionalização da economia mundial, tem se tornado a língua franca na consecução das atividades socioeconômicas globais, fazendo com que os profissionais dos diversos setores e áreas do conhecimento busquem desenvolver competências neste idioma, haja vista sua necessidade em todas as relações entre os países na contemporaneidade. No que se refere ao Turismo, este vernáculo assume papel determinante nos requisitos que integram o perfil do profissional neste campo de atuação (BALDUINO, 2011).

O relacionamento comunicativo entre os interlocutores, com idiomas nativos distintos, levantam aspectos da necessidade e exigências na prática do atendimento do dia a dia, com base no documento oficial da portaria 100/2011, do Ministério do Turismo, na matriz de classificação dos meios de hospedagem. Este documento aponta a necessidade de recepcionista bilíngue para um meio de hospedagem com três estrelas, no período de, no mínimo, 12 horas, e de recepcionista trilingue, pelo menos em dois turnos, e bilíngue no período noturno para profissionais em hotéis de quatro ou mais estrelas.

Considerando o exposto, o presente trabalho visou responder o seguinte questionamento do estudo:

Qual a relevância do domínio na fluência da língua inglesa por parte dos gestores e recepcionistas do *trade* hoteleiro de Palmas, Tocantins, no atendimento de turistas estrangeiros?

Diante dessa problemática, pressupõe-se (ou supõe-se) que os conhecimentos necessários da língua inglesa dos referidos agentes hoteleiros carecem de ser trabalhados pela gestão da empresa à qual eles atuam, em conformidade com as demandas do setor.

Isto posto, esta investigação pretende comparar a correlação da quantidade de turistas estrangeiros, praticantes do turismo local, com o número de profissionais — qualificados ou não — com a segunda língua, a fim de oferecer uma comunicação efetiva entre si; com isso, possibilita o mapeamento do uso da língua inglesa e suas práticas na receptividade dos turistas estrangeiros na linha de frente do atendimento dos principais hotéis selecionados; com o uso de ferramentas metodológicas, identificar-se-ão, descritivamente, as necessidades na realização dos serviços prestados, mapeando a existência ou não de preparação e/ou capacitação específica do setor conforme os discursos dos recepcionistas entrevistados, em

comparação com a percepção dos gestores na importância deste fato de alta relevância para o desenvolvimento do turismo local.

A língua inglesa tem exercido, cada vez mais, papel determinante nos processos de internacionalização das empresas, dos serviços prestados por aqueles, na formação e preparação de profissionais com vistas a um atendimento mais eficaz do contingente de turistas, profissionais e de pessoas em mobilidade.

Acredita-se que esses atores, quando bem recepcionados, neste âmbito, fomentam os negócios que, por conseguinte, auxiliam no progresso da empresa hoteleira e gera recursos que possibilitam a autossustentabilidade.

Por isso, examinar esse contexto pode contribuir para o avanço dos estudos do Turismo e hospitalidade, incentivando mais pesquisas que visem o entendimento da relevância de implantar projetos de capacitação de profissionais mais completos, ou seja, dotados de competências multi/interculturais capazes de atuar em contextos complexos, como é o caso da gestão do *trade* hoteleiro.

No âmbito da capital tocantinense, embora as práticas da língua inglesa para finalidades de realização dos serviços hoteleiros careçam de aprimoramento, os atendimentos dos principais hotéis têm funcionado naquele município. Assim, elaborar uma base de conhecimento sobre a capacidade de profissionais atuantes, neste domínio, podem contribuir para o aperfeiçoamento da formação e preparação de profissionais deste setor, haja vista que, nesta década, Palmas tem sediado, com frequência, eventos internacionais de natureza cultural, científica, tecnológica, o que requer otimização da infraestrutura hoteleira, que depende de agentes preparados para a recepção do turista.

Dentre estes eventos, se destacam os Jogos Mundiais dos Povos Indígenas, que envolveu mais de 20 países, incluindo países anglófonos como os Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Nova Zelândia, entre outros, que, por conseguinte, intensificou-se, assim, a necessidade de um atendimento hoteleiro mais adequadamente bilíngue.

Outro grande evento — também reconhecido internacionalmente — é a INTERART (Feira Internacional de Artesanato). Essa feira recebeu estandes de 25 países e mais 15 estados brasileiros. 150 expositores e 80 estandes fizeram parte do cenário, e estão sendo esperados cerca de 50 mil visitantes nos 10 dias de exposição. É por esses e outros motivos que se justifica tamanha importância do

profissional preparado para receber e conduzir, com excelência e qualidade, o atendimento ao turista estrangeiro.

Tendo apresentado a problemática, a questão orientadora da pesquisa e os fatores que justificam a sua realização, será descrita a seguir, em objetivos geral e específicos que servirão de pistas para a sua execução.

### 1.1 OBJETIVO GERAL

Investigar a relevância social e profissional que a língua inglesa exerce na realização dos serviços de atendimento aos turistas estrangeiros no setor hoteleiro de Palmas/TO.

### 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comparar o contingente de turistas estrangeiros com o número de atendentes bilíngues;
- Mapear os empreendimentos hoteleiros de grande porte<sup>2</sup> de Palmas/TO e sua usabilidade com a prática da língua inglesa no atendimento aos turistas;
- Identificar e descrever, nos discursos dos profissionais hoteleiros (receptionistas e gestores), as suas necessidades com relação à competência da língua inglesa na realização dos serviços atendimento hoteleiro;
- Mapear e descrever se há, nos hotéis pesquisados, capacitação e/ou preparação, em língua inglesa, de profissionais para as finalidades específicas deste setor;
- Identificar e descrever o perfil e a percepção dos colaboradores da pesquisa quanto às suas funções na empresa.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

---

<sup>2</sup> Os MHs (Meios de Hospedagens) escolhidos representam uma classificação por tamanho do estabelecimento — pequeno porte até 50 UHs (Unidades Habitacionais), médio porte de 51 até 100 UHs, e grande porte acima de 100 Uhs, segundo a tabela de classificação do Cadastur.

Os estudos anuais apresentados pelo WTTC – World Travel & Tourism Council (2015) mostram os resultados do desempenho da atividade turística no mundo, regiões e países em 2016 e projeta seu desempenho para esse ano de 2017. Em termos absolutos, somos a 11ª economia do Turismo no mundo, mas, em termos relativos, ainda temos muito a crescer (ABEOC, 2017). Neste contexto, além das atividades turísticas, fala-se também sobre as grandes inovações, evoluções e transformações no setor (MTUR, 2015).

A noção de turismo expressa, no excerto em destaque, revela que este setor sofre transformações constantes em seu espaço social, tanto como sistemas de objeto, quanto sistemas de ações que devem ser apreendidos de forma integrada e não dissociadas.

Assim como a cultura é mutável no tempo e no espaço, os territórios eleitos pelo turismo, na atualidade, não são, em todos os casos, os mesmos de ontem, e não serão necessariamente os mesmos de amanhã. Neste caso, como não há uma cultura mundial comum, para todas as sociedades, os lugares turísticos podem ser valorizados com distintas interpretações pelos grupos sociais, isto é, eles podem, por vezes, não ter nenhum significado certos grupos (CRUZ, 2002).

Logo, as políticas públicas setoriais foram sendo implantadas após a década de 1990, pois foi quando já era perceptível o crescimento econômico e impactos positivos na sociedade, gerando mudanças territoriais e maiores investimentos direcionados às macrorregiões que obtinham a “indústria turística”.

Existe muita dificuldade nas metodologias de investigação, na aplicação e efetivação dos dados estatísticos nacionais sobre o Turismo. Isso limita um pouco a identificação do que realmente cresceu ou não, afinal, de um lado há uma parcela da população disposta a viver a experiência turística, de outro, os “espaços e territórios” prontos ou não a oferecer essas expectativas do turista (CRUZ, 2002).

Neste sentido, as políticas públicas setoriais foram sendo implementadas após a década de 1990, que, a partir de então, o crescimento econômico e os impactos positivos já eram perceptíveis na sociedade. Esses fatos fizeram gerar mudanças territoriais e maiores investimentos direcionados às macrorregiões que possuíam “indústria turística” (CRUZ, 2002, p. 50).

A pesquisa de Knafou (1996, p. 72) já evidenciava a existência de três tipos de territórios correlacionados ao desenvolvimento do turismo e à necessidade de



explorá-los. Embora este trabalho não faça menção específica às questões da língua/gem e Turismo, o estudo do autor, aqui revisado, contribui para que possamos refletir sobre a abrangência da língua inglesa na concretização do planejamento do *trade* turístico: 1) territórios sem turismo; 2) turismo sem território; 3) territórios turísticos.

A primeira correlação faz menção aos requisitos necessários para implantação da atividade turística em um dado território. Dentre eles, as condições materiais, os recursos financeiros e a disponibilidade de tempo para a prática turística.

Neste sentido, vale observar, que “[...] apesar do progresso dos transportes e da ideia de acessibilidade a qualquer local, uma grande quantidade de pessoas e lugares não faz parte do mundo do turismo” (FONTANA; ANDRADE, 2008).

No que concerne à segunda correlação, é que o Turismo existe independentemente de territórios, como é o caso dos produtos turísticos “que ignoram por completo os territórios em que estão inseridos” (FONTANA; ANDRADE, 2008, p. 11-12). Sobre esta questão, a língua inglesa integra o conjunto dos produtos necessários para a execução de práticas turísticas, considerando que o idioma inglês não está limitado, na contemporaneidade, a um território específico e tem servido de ferramenta indispensável nas negociações, nos serviços e na difusão dos produtos turísticos.

Já no que diz respeito à terceira correlação, o relacionamento entre turismo e território corresponde a “territórios inventados e produzidos pelos turistas, mais ou menos retomados pelos operadores turísticos e pelos planejadores” (KNAFOU, 1996 *apud* FONTANA; ANDRADE, 2008, p. 11-12).

Desta forma, nota-se que correlação de desenvolvimento do *trade* turístico está intimamente ligado ao poder dos mercados e dos agentes controladores de territórios, os quais definem as políticas públicas direcionadas aos serviços prestados. A Língua inglesa, neste contexto, assume papel central nas dimensões das correlações aqui revisadas, posto que este idioma tem se transformado cada vez mais em uma ferramenta indispensável na realização das atividades nesta esfera social.

Em um trabalho de pesquisa recente, realizado no contexto hoteleiro, evidenciou-se a necessidade premente de implantar práticas da língua inglesa como ferramenta de desenvolvimento do *trade* turístico. As autoras apresentaram que a

falta do conhecimento de linguagem técnica, da língua inglesa de hotelaria, tem ocasionado uma série de dificuldades na conversação e interpretação necessárias nos atos comunicativos com os turistas estrangeiros e que “cerca de 10% dos recepcionistas não souberam descrever suas dificuldades” (SILVA; BONIFÁCIO, 2015, p. 14).

Baseado em fatos registrados pelos órgãos governamentais, houve um crescimento considerável na indústria do Turismo no Brasil. Falando em números, segundo a OMT (2014), a indústria de viagem e turismo do Brasil, em 2014, respondeu por US\$ 76 bilhões (3,5% do PIB) e 3 milhões de empregados. O país recebeu, em 2013, cerca de 5,8 milhões de turistas internacionais que gastaram US\$ 6,7 bilhões — média de US\$ 1,153 por pessoa (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Conforme explicita o trabalho de Beni (2011, p.22-78), há uma importância nas diferentes atividades ligadas ao desenvolvimento local, nacional e internacional, por isso, é perceptível que seja necessário, para essa abrangência do Turismo, o planejamento e o entendimento que vejam além de números estatísticos,. Nas palavras do autor supracitado, “o turismo é componente importante das relações internacionais e da atividade diplomática”. Neste caso, por meio de uma língua internacional, gera a facilidade de acesso entre os países, o que, por vezes, torna-se uma medida indireta do grau de relações positivas entre eles”.<sup>3</sup>

A economia tem sofrido uma grande desestabilidade devido ao atual cenário político, sendo essa uma informação de pouca influência. Na prática, a atividade turística está ganhando força a cada ano, devido os números expressivos que as estatísticas sobre hospedagem, viagens, atrativos turísticos e afins. Dados do Ministério do Turismo revelam que 24,3% dos brasileiros pretendem viajar nos próximos seis meses (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016).

A atividade turística precisa de gestores especializados em comunicação intercultural, especialmente dado à diversidade de seus clientes e sua força de trabalho cada vez mais diversa. Espera-se que eles sejam capazes de trabalhar em um ambiente multicultural onde a língua estrangeira impera na realização dos serviços, como é o caso da língua inglesa. Por estas razões, a internacionalização do ensino superior e das profissões na contemporaneidade, deve ser visto como

---

<sup>3</sup> Op. cit., p. 22-78.

crucial para programas de hospitalidade e turismo na educação de países turísticos. O Brasil se enquadra nesta categoria. A este respeito, a pesquisa de Dias (2016) traz esclarecimentos relevantes sobre esta questão.

Sem dúvida, a temática em questão é extremamente valiosa, sobretudo quando se constata que o segmento do turismo tem utilizado cada vez mais os serviços de hotelaria. Sendo assim, não se concebe mais amadorismo, empirismo no setor de hotelaria, mostrar os problemas e levantar, por intermédio do cliente, a visão relacionada aos pontos positivos e negativos. É salutar que o setor vislumbre, desde uma perspectiva mais científica, as implicações de cada atributo de qualidade e como cada um destes influencia o grau de satisfação do cliente (RIBEIRO et al., 2010, p. 577).

O turismo, hoje, é um dos setores econômicos com maior expressão na economia global, e, de acordo com as previsões mais credenciadas, deverá assumir-se como a esfera econômica que terá maior desenvolvimento nas próximas décadas. Este protagonismo, assim como os impactos econômicos, sociais e culturais que irá provocar nas sociedades e nas regiões, justifica plenamente a necessidade de as universidades considerarem o ensino e a investigação do Turismo como uma das suas prioridades em termos de criação e gestão do conhecimento. Esta preocupação faz tanto mais sentido quanto mais a universidade se reconhecer como um dos *stakeholders* incontornáveis do sistema turístico (MENDES; CAMPOS, 2014, *apud* DIAS, 2016, p. 45).

Com base no exposto, é oportuno ressaltar que a formação profissional em Hotelaria e Turismo projetou cursos de especialização em todos os respectivos subsectores, tornando-se o ponto de capital indiscutível para a população que queira formar um profissional neste setor. Proporcionar uma bagagem profissional necessária para trabalhar em uma agência de viagens, ser guia de turismo, gerir um hotel desde a recepção, dirigir uma cozinha, ser um animador turístico, dirigir os serviços de um quarto de hotel ou restaurante, cozinhar, servir clientes do restaurante ou preparar sobremesas e bolos são especialidades que os profissionais podem cursar na escola.

## 2.1 TRADE TURÍSTICO

O trade turístico é o conjunto de equipamentos da superestrutura constituintes do produto turístico, caracterizados com meios de hospedagem, bares e restaurantes, centros de convenções e feiras de negócios, agências de viagens e turismo, empresas de transporte, lojas de souvenirs e todas as atividades comerciais periféricas ligadas direta ou indiretamente à atividade turística.

Logo, há a categoria de profissionais que, por sua vez, mantém contato direto com o estrangeiro, no que se refere à comunicação, dado que, todavia, se nota a carência de precisão e grau de detalhamento das informações obtidas além da ausência de diferenciação no perfil de comportamento entre turistas brasileiros e estrangeiros. Todos são avaliados de forma conjunta, havendo dificuldade de utilização adequada das informações que visam o direcionamento de ações e recursos segmentados por polos emissores (MORETTO NETO p. 388-404, 2008).

## 2.2 PORQUE A LÍNGUA INGLESA

Desde a perspectiva do presente TCC, este tipo de formação pode promover o desenvolvimento das habilidades necessárias para que o profissional do trade hoteleiro trabalhe em um setor de relações humanas e atitudes necessárias aos clientes, permitindo-lhes vivenciar práticas efetivas neste domínio. Porém, todas essas ações, aqui mencionadas, só se realizariam tendo por base o domínio da língua/gem (em específico de uma língua abrangente como é o caso da inglesa), que é central no funcionamento de qualquer atividade humana na sociedade (BRONCKART, 2006).

## 2.3 QUEM É O TURISTA ESTRANGEIRO

A importância do bom atendimento ao estrangeiro diz respeito diretamente ao poder de influência que ele pode gerar em seu habitat nativo, com o advento da tecnologia e o poder do compartilhamento, seja positivo ou negativo, refletindo, posteriormente, no desenvolvimento do turismo local, baseado nas atualizações de

qualificações e melhorias no atendimento, gerando, conseqüentemente, um fluxo autossustentável de retorno da classe de turistas nativos da língua inglesa. O turista, na concepção da OMT, é a pessoa que realiza viagens e estadas em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou por outros motivos não relacionados ao exercício de alguma atividade remunerada no local visitado (OMT, S/D).

#### 2.4 HOTELARIA DE PALMAS/TO

A questão da mão-de-obra, na hotelaria, é algo que tem chamado muita atenção. É necessário formar bons profissionais aptos a atender o cliente de maneira que ele se sinta completamente satisfeito. A hospitalidade é baseada na troca e, independentemente da esfera, seja doméstica, pública ou comercial, esta “troca” é realizada por pessoas. Assim, as pessoas, nessas trocas, passam suas tradições, costumes e cultura. Sendo assim, deve-se ter o máximo de cuidado quando se refere à questão destes trabalhadores do turismo, no sentido de formar com excelência e que atendam às expectativas do mercado. A rede hoteleira se enquadra como prestadores de serviços que possuem um elevado grau de atributos relacionados à experiência. Para que o cliente construa uma imagem ou opinião a respeito da qualidade do hotel, é necessário que ele o experimente, isto é, que adquira o serviço (MORGADO et al., 2010, p. 8).

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 ITINERÁRIO DA INVESTIGAÇÃO SOBRE O PAPEL DA LÍNGUA INGLESA NO *TRADE* HOTELEIRO DE PALMAS

Nesta seção, apresenta-se o percurso metodológico que caracteriza o estudo realizado, o tipo de pesquisa adotado, o contexto da pesquisa, a descrição dos instrumentos de coleta e geração dos dados, os sujeitos participantes e os procedimentos adotados.

#### 3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização do presente estudo, considerou-se a especificidade da temática e o objetivo almejado. Assim, adotou-se o modelo de pesquisa centrado na abordagem qualitativa-interpretativa de natureza exploratória, posto que o objetivo da abordagem visou ao entendimento de como ocorrem as práticas profissionais através dos discursos de agentes atuantes no setor hoteleiro.

Além disso, a pesquisa qualitativa centrada na interpretação com objetivos exploratórios, segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 61), "é recomendada quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado".

Assim, o modelo de pesquisa elegido para a consecução do presente trabalho, se justifica, posto que pesquisas sobre o papel da língua inglesa, no contexto dos serviços hoteleiros de atendimento e recepção do turista estrangeiro de Palmas/TO, se inscreve como um tema que sofre a escassez de tratamento investigativo. Devido à falta de dados e/ou pesquisas oficiais regionais, torna-se fundamental para futuras análises estatísticas.

Para obter dados referentes à problemática investigada, aqui sob estudo, questionários semiestruturados (Apêndice I) serão especificamente aplicados diretamente com os gestores e recepcionistas, o documento de pesquisa, e os dados coletados para as produções das análises posteriores, sendo estes 18 recepcionistas com uma média entre dois e quatro colaboradores em cada hotel.

As motivações que levaram a escolha deste dispositivo de geração de dados estão relacionadas ao entendimento de que o questionário, segundo as orientações de Marconi e Lakatos (1999, p. 94), pode ser concebido como um tipo de

interlocução que permite o “encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto”.

Para tanto, considerou-se, ainda, que este tipo de disposto de geração de dados “possibilita medir com mais exatidão o que se deseja” realizar para alcançar os objetivos traçados para a pesquisa (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p.53).

Assim sendo, o uso referido do mecanismo de comunicação, com os sujeitos participantes da pesquisa, permitiu acessar as informações acerca de suas atividades de atendimento, suas qualificações e funções no uso do segundo idioma no diálogo com turistas estrangeiros no domínio hoteleiro, objeto de investigação do presente trabalho.

Além do questionário, levou-se em consideração, do mesmo modo, os discursos de cinco gestores responsáveis pelo setor de recepção dos hotéis, através de entrevistas semiestruturadas (Apêndice II), visitados sobre os atos comunicativos na língua inglesa com os turistas estrangeiros na empresa, e de como eles entendem o papel dessa língua na consecução dos serviços prestados ao estrangeiro visitante.

A utilização de entrevistas, no presente trabalho, se justifica devido ao fato de que este dispositivo se caracteriza como uma técnica que possibilita geração de dados:

É uma técnica de interação social, uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca obter dados, e a outra se apresenta como fonte de informação. A entrevista pode ter caráter exploratório ou ser uma coleta de informações. A de caráter exploratório é relativamente estruturada. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 72).

Seguindo as orientações constantes no excerto citado, optou-se pela entrevista semiestruturada, a partir de um roteiro (Apêndice I e II) previamente elaborado com as perguntas que dizem respeito ao propósito do trabalho. A entrevista semiestruturada possibilitou obter uma variedade de respostas distintas à mesma pergunta, o que possibilitou um trabalho analítico comparativo dos dados obtidos.

No que tange ao contexto de realização da pesquisa, a amostra do perfil estudado foi gerada nos cinco maiores hotéis de Palmas (baseado no maior número de leitos). Estas informações foram fundamentadas nos dados fornecidos pelo portal oficial do Cadastur.<sup>4</sup>

### 3.3 CARACTERÍSTICAS DOS HOTÉIS

Estes hotéis foram escolhidos com base na classificação da quantidade de leitos oferecidos. Supõe-se que turistas estrangeiros preferam hospedagens com mais serviços e *status*; isto significa que são os estabelecimentos com maior receptividade de hóspedes estrangeiros. Tendo a Internet como a principal fonte de informações a respeito da atividade turística, a maior dificuldade sentida pelos turistas é a barreira idiomática, aliada ao fato que, antes da realização da viagem, o viajante busca informações generalistas a respeito do destino a ser visitado. Conclui-se que é fundamental a adequação das páginas de conteúdo turístico do município, seja com relação ao assunto, seja quanto à forma de comunicação linguística, motivando-lhes a escolher hotéis com identificação de disponibilidade da língua inglesa (BENI, 2003).

O Quadro 1 descreve sinteticamente as características dos estabelecimentos do contexto hoteleiro pesquisado. Por uma questão de ética em pesquisa, as razões sociais dos estabelecimentos serão omitidas e, doravante a identificação dos mesmos, se dará conforme descrição a seguir.

Quadro 1 - Características dos hotéis pesquisados

Empresa	Localização	Número de leitos	Tempo de atuação No <i>trade</i> hoteleiro
Hotel G	PALMAS	286	8 anos
Hotel C	PALMAS	282	3 anos
Hotel Z	PALMAS	216	2 anos
Hotel K	PALMAS	190	27 anos
Hotel T	PALMAS	163	2 anos

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O Quadro 2 coloca em destaque os instrumentos utilizados na geração dos dados da pesquisa e os seus respectivos objetivos.

---

<sup>4</sup> Cadastur é o cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do Turismo.



Quadro 2 - Síntese da pesquisa realizada

<b>Tipo de pesquisa</b>	Qualitativa interpretativa de caráter exploratório
<b>Instrumentos utilizados</b>	Questionários e Entrevistas semiestruturadas
<b>Contexto de realização</b>	Setor hoteleiro da capital tocantinense
<b>Participantes da pesquisa</b>	Gestores e Recepcionistas de hotéis de Palmas, Tocantins

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O quadro elencado demonstra que a pesquisa realizada seguiu uma base teórica e metodológica, e a sua consecução se deu mediante o uso de instrumentos semióticos<sup>5</sup>, ou seja, textos como discursos — questionários e entrevistas orientadas por objetivos e finalidades de compreender as práticas hoteleiras em um dado contexto regional (BRONCKART, 2006).

Assim, espera-se que a pesquisa realizada possa contribuir para a geração de mais estudos que coloquem as questões que envolvam a função determinante que a língua inglesa exerce no desenvolvimento de profissionais “receptionistas” e dos serviços turístico-hoteleiros em Palmas, e como estratégia de desenvolvimento sustentável do ramo no estado de Tocantins.

Tendo o itinerário da pesquisa, na próxima seção, os dados da pesquisa serão discutidos e analisados.

---

<sup>5</sup> Sentidos e/ ou significado construídos pelos textos orais e escritos, segundo Bronckart (2006).

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com o propósito de responder às perguntas de pesquisa que orientam o desenvolvimento deste trabalho, a presente seção apresenta e discute o resultado dos aspectos analíticos referentes aos dados coletados. No primeiro momento, coloca-se em destaque o resultado dos dados gerados mediante as entrevistas feitas com os gestores dos hotéis pesquisados. Em seguida, as revelações das respostas obtidas por meio dos questionários. Por último, o cruzamento dos dados analisados, seguido das considerações da pesquisa.

### 4.1 ANÁLISE DOS DADOS - ENTREVISTA DOS GESTORES HOTELEIROS

Atendimento ao turista estrangeiro segundo gestores do sistema hoteleiro sobre a língua inglesa.

Conforme já discutido no capítulo referente à base metodológica do trabalho, para a realização da presente pesquisa, elegeu-se, como ponto de partida, um levantamento do repertório de dados do Cadastur sobre as características da rede hoteleira da capital tocaninense.

Os MHs (Meios de Hospedagens) escolhidos representam uma classificação por tamanho do estabelecimento — pequeno porte (até 50 UHs); médio porte (de 51 até 100 UHs); e grande porte (acima de 100 UHs), segundo a tabela de classificação do Cadastur.

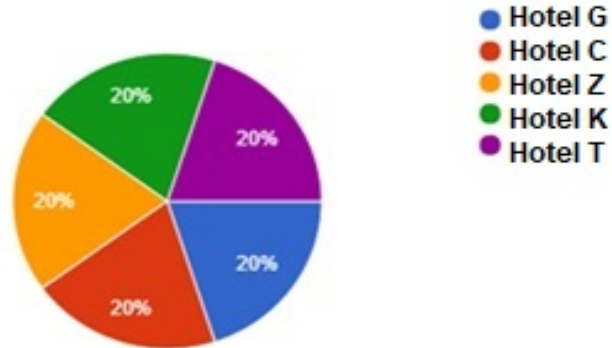
O Gráfico 1 mostra os nomes dos estabelecimentos (em códigos) por questões éticas, já o Gráfico 2 mostra a porcentagem média de turistas que os hotéis avaliados receberam nos últimos 12 meses.

Gráfico 1 - Nomes dos hotéis

**GRÁFICO 1**

Nome do Hotel?

5 respostas



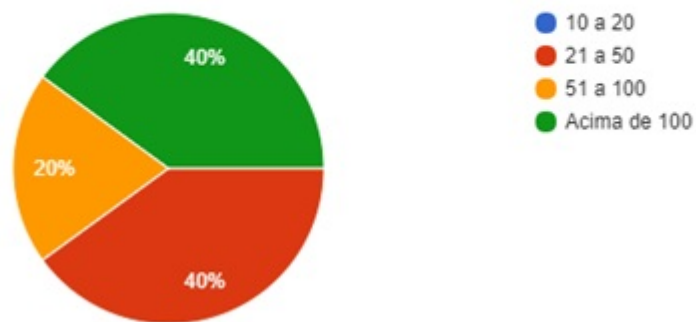
Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Gráfico 2 - Média de recepção de turistas nos últimos 12 meses

**GRÁFICO 2**

Qual é a média que seu hotel recebe de turistas nos últimos 12 meses?

5 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Em conformidade com os apontamentos dos dados analisados até o momento, obteve-se uma média estimada de aproximadamente 300 turistas (baseado nas respostas dos gestores, estatisticamente falando, adotou-se uma média, sendo que dois gestores disseram que recebem acima de 100 turistas estrangeiros, e outros dois entre 21 e 50, e apenas um gestor respondeu entre 51 e 100), que se hospedaram em Palmas/TO, ao longo do ano de 2017.

Por meio da comparação dos dados obtidos, foi possível evidenciar que se trata de uma quantidade significativa de turistas oriundos de outros países, caso haja comparação com o total de dias do ano (365), o que contabiliza quase um turista por dia.<sup>6</sup> Isso demonstra que existe uma grande demanda de turistas estrangeiros no setor hoteleiro de Palmas, sendo que, dos gestores entrevistados, apenas um respondeu que não é mensalmente frequente a hospedagem dos estrangeiros, enquanto os quatro restantes confirmaram a constância mensal de registros de hóspedes estrangeiros.

De acordo com as discussões postas na seção 2, a investigação em Turismo local não se limita em espaço fechado, pois o turismo é a manifestação da vida contemporânea e tem intensa e profunda influência pela globalização das economias sociais (comportamento dos hóspedes), econômicas (globalização dos mercados).

A constância das novas tecnologias está diminuindo cada vez mais as “distâncias territoriais”. Isto proporciona um maior deslocamento dos turistas globais, antes limitados a capitais subdesenvolvidas. Agora, com todo esse acesso e exposição no âmbito nacional dos principais atrativos tocantinenses, deve-se estar não somente estruturado turisticamente, mas também com a comunicação dos não falantes do idioma local; exige-se adequação na receptividade esperada pelo *trade* hoteleiro (SANTOS, 2014, p. 81).

Neste caso, independente do porte ou categoria do hotel, a efetividade na comunicação está relacionada com a hospitalidade como meio de fazer o outro se sentir à vontade, mesmo estando distante de casa.

Gráfico 3 - Relação de demandas apresentadas pelos turistas estrangeiros

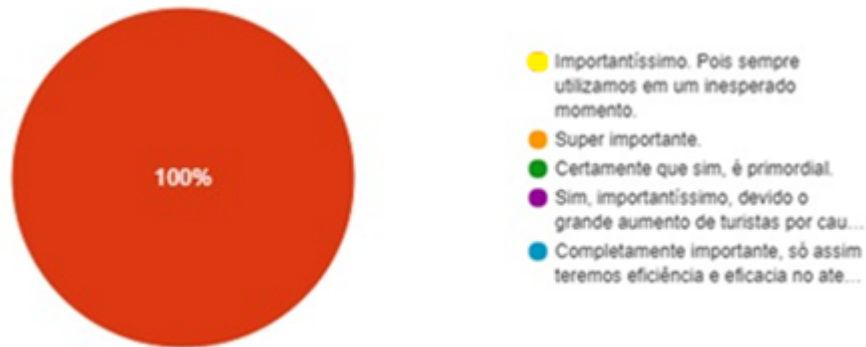
---

<sup>6</sup> Cf. Gráfico 2.

**GRÁFICO 3**

Em relação a demanda de estrangeiros, você considera que é importante ter domínio da língua inglesa para atuar no setor hoteleiro?

5 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

A partir dos dados analisados, o Gráfico 3 traz esclarecimentos bastante pertinentes referentes à pergunta feita aos gestores sobre a demanda de estrangeiros; se eles consideram relevante ter domínio da língua inglesa com vistas à efetivação das atividades de atendimento e recepção de turistas oriundos de outros países no setor hoteleiro palmense.

De acordo com a representação constante do Gráfico 3, do ponto de vista dos gestores, no que se refere à relação “demanda x capacitação” do *trade* hoteleiro, notou-se, por meio das respostas obtidas, consenso entre os gestores, particularmente no que concerne à necessidade “importantíssima” de se ter uma equipe de apoio ao atendimento hoteleiro com habilidades específicas, diante de supostas situações que a comunicação por meio da língua inglesa possa exigir.

O resultado dos dados obtidos, com base nos depoimentos dos gestores entrevistados, suscita a reflexão de que a realidade de crescimento, da demanda em questão, pode vir a ser um fator que proporcione o desenvolvimento do turismo no contexto hoteleiro pesquisado. De certa forma, esse mesmo fator pode trazer incentivo com vistas a investimentos específicos direcionados à capacitação do *trade* hoteleiro, para que, assim, não seja apenas uma “teoria”, mas que se tornem ações reais da parte da gestão dos hotéis pesquisados.

No que diz respeito ao atendimento de turistas que não falam a língua portuguesa, os gestores foram indagados se no hotel utiliza-se a língua inglesa nos

serviços de hospedagem daqueles sujeitos. O Gráfico 4 põe em evidência o resultado do questionamento feito.

Gráfico 4 - Relação de hotéis que possuem profissionais bilíngues em seu corpo de funcionários

**GRÁFICO 4**

**Como vocês atendem esses turistas, já que eles não falam português, vocês usam a língua inglesa para atendê-los? Explique um caso.**



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Com relação à realização do atendimento por parte dos recepcionistas, foi relatado por todos os gestores (Gráfico 4) que, de acordo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), os hotéis são todos de grande porte. Sendo assim, sugere-se ter um profissional para cada troca de turno no setor de atendimento, havendo, sim, pelo menos um profissional habilitado — com formação específica em um segundo idioma, a língua inglesa em questão — com fluência, preparado para suprir as demandas de turistas estrangeiros, com base nas diretrizes descritivas padrões dos requisitos mínimos de cada categoria de classificação do hotel (CADASTUR). O discurso dos referidos gestores revelou que a língua inglesa tem sido utilizada como a língua padrão para atendimento no *front office*.

Do ponto de vista do presente trabalho, este dado é relevante, posto que evidencia, mais uma vez, o reconhecimento da língua que permite a realização dos serviços hoteleiros prestados ao turista estrangeiro é a inglesa. Este dado ratifica o que foi constatado nas respostas obtidas do Gráfico 3.

Nas respostas dos gestores entrevistados, observou-se, ainda, em seus discursos se, por parte da gestão, há ou não exigências da língua inglesa como requisito obrigatório para os profissionais do hotel.

De todos os respondentes, somente um gestor de hotel afirmou que a fluência na língua inglesa é pré-requisito para exercer a função de atendimento ao turista. Os demais gestores hoteleiros responderam que priorizam as qualidades profissionais, como um todo, na hora da contratação.

No que concerne aos termos práticos, foi revelado pelos entrevistados que, quando a cidade sedia eventos internacionais, havendo demanda de turistas estrangeiros, não há contratações extras, os próprios gestores gerenciam as demandas de acordo com a disponibilidade do quadro efetivo de profissionais qualificados.

Conforme evidenciado no Gráfico 4, os hotéis palmenses pesquisados contam, mesmo que de forma limitada, com profissionais falantes da língua inglesa. Neste contexto, os seus gestores têm consciência das demandas de turistas vindos de outros países<sup>7</sup>, da relevância da língua inglesa, na execução das atividades hotelaria, em questão<sup>8</sup>, e do atendente hoteleiro bilíngue.<sup>9</sup>

Tendo por base o exposto no parágrafo anterior, embora os gestores participantes do estudo tenham consciência, e, ao mesmo tempo, tenham testemunhado a relevância das práticas de profissionais bilíngues no campo da hotelaria de Palmas, o planejamento de gestão daqueles sujeitos não prevê a capacitação e/ou atualização dos referidos profissionais.

Segundo Munby (1980), a partir de um perfil das necessidades comunicativas de um indivíduo, pode-se especificar as funções e formas linguísticas que devem ser ensinadas em um curso de Inglês para fins específicos a este respeito.

Os cursos superiores em turismo consideram a necessidade de formar profissionais de qualidade reconhecida para atender à expansão da atividade turística no país, já que as atividades que se desenvolvem na área de turismo e hotelaria são muito variadas e requer colaboradores preparados para atuar nos diversos setores dos empreendimentos públicos e privados que interagem no *trade*.

O Gráfico 5 dá conta das asserções que acabam de ser mencionadas aqui.

---

<sup>7</sup> Cf. Gráfico 2.

<sup>8</sup> Cf. Gráfico 3.

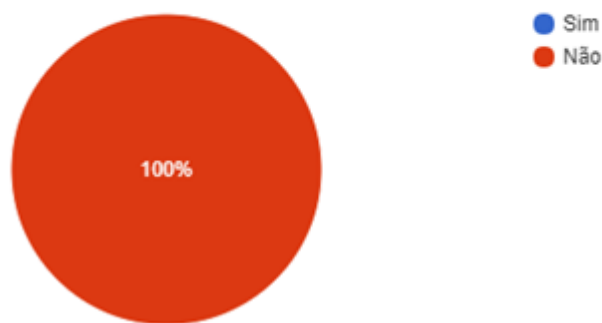
<sup>9</sup> Cf. Gráfico 4.

Gráfico 5 - Relação de hotéis que oferecem capacitação ou atualização profissional, em inglês

**GRÁFICO 5**

O hotel oferece capacitação ou atualização profissional em inglês?

18 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O Gráfico 5 permite identificar que, no contexto do sistema hoteleiro pesquisado, segundo os dizeres de seus gestores, não existe o empenho pelo aprimoramento de capacidades linguísticas em língua inglesa de seus profissionais. Dentre eles, identificou-se que apenas dois gestores reconhecem o diferencial pela fluência no segundo idioma, oferecendo um incentivo ou benefício trabalhista pelo fato de os profissionais possuírem esta qualificação. Porém, os demais gestores, consoante os seus depoimentos, não praticam esta exclusividade de incentivo ao diferencial do recepcionista, de ser ou não fluente da língua inglesa.

## 4.2 ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES AOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS RECEPCIONISTAS

### 4.2.1 A língua inglesa no trade hoteleiro palmense na voz do recepcionista

Na seção anterior, analisou-se e discutiu-se os discursos de gestores dos hotéis pesquisados sobre as questões que envolvem a língua inglesa na realização do trade hoteleiro na capital tocantinense.

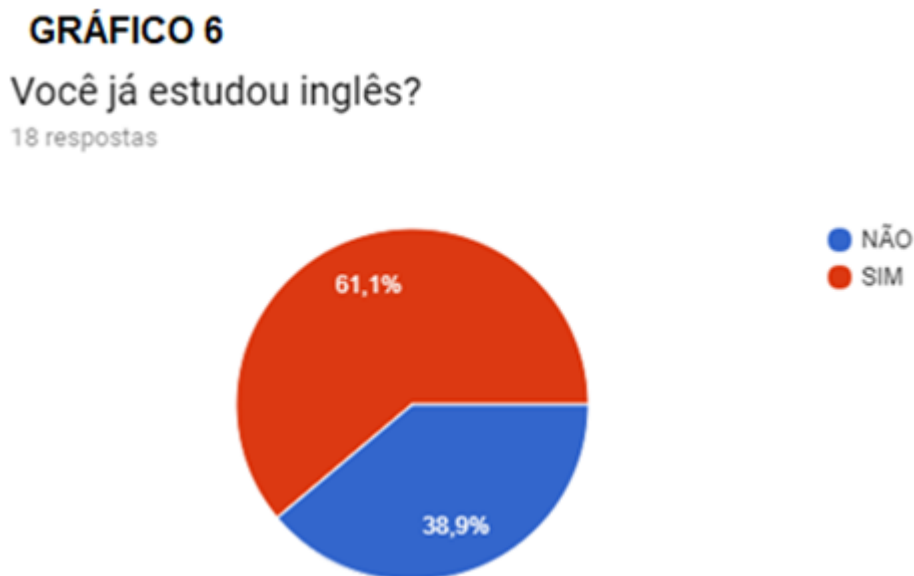
Com esta parte do trabalho, objetiva-se tecer um cruzamento do resultado dos dados analisados anteriormente com aqueles obtidos por meio das respostas dos questionários aplicados aos recepcionistas dos mesmos hotéis.



Assim sendo, colocou-se em pauta, na presente seção, os feitos analíticos referentes à interlocução que mantivemos com o pessoal que trabalha no *front office* da rede hoteleira sob estudo, para, em seguida, elaborar uma base de compreensão dos depoimentos de gestores x recepcionistas sobre a língua inglesa no *trade* hoteleiro.

#### 4.2.2 O Perfil da língua inglesa dos recepcionistas do trade hoteleiro palmense

Gráfico 6 - Relação de profissionais do setor hoteleiro de Palmas/TO que já estudaram a Língua Inglesa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Visando elaborar uma base de entendimento do perfil do profissional bilíngue, no contexto do *trade* hoteleiro de Palmas/TO, foram analisadas<sup>10</sup> 18 respostas dos recepcionistas entrevistados. Ressalta-se que — no total de profissionais atuantes do setor de atendimento direto com o turista estrangeiro, nas recepções dos demais hotéis —, temos um número considerado, com base no total médio da somatória de todos os hotéis com requisitos obrigatórios a ter (pelo menos) um profissional

<sup>10</sup> Cf. Gráfico 6.

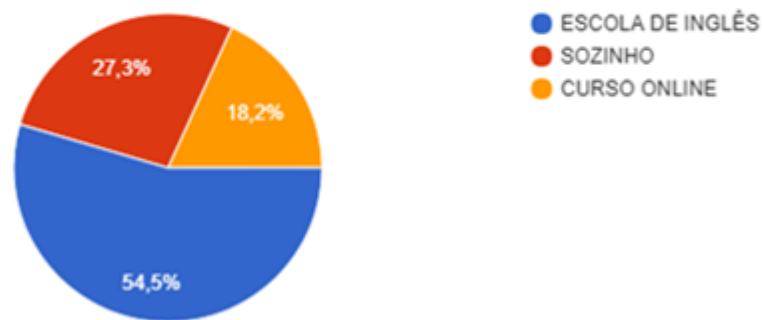
bilíngue. Destas, destacaram-se os seguintes relatos e observações referentes à língua inglesa e suas usabilidades na função de atendimento na recepção.

Gráfico 7 - Relação do local de formação em língua inglesa dos funcionários do setor hoteleiro de Palmas/TO

### GRÁFICO 7

Aonde estudou?

11 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Conforme mostra o gráfico acima, dentre os 18 recepcionistas entrevistados, 11 deles, de alguma maneira, estudaram a língua inglesa, isso transparece que a maioria do *trade* hoteleiro obteve e/ou investiu em novas qualificações profissionais, ressaltando a relevância no que tange à aptidão para exercer as potenciais atribuições de sua função no atendimento. Nota-se, por outro lado, uma carência de oferta de capacitação, já que temos uma demanda notável.

Com o propósito de compreender a formação e atualização profissional desses profissionais bilíngues, foram analisadas 11 respostas.<sup>11</sup>

Com base nos gráficos acima, identificou-se uma referência de quatro recepcionistas em cada hotel, sendo apenas um hotel com apenas dois recepcionistas. Do total de 18 entrevistados, foi relatado que 61% já estudaram a língua inglesa e 39% nunca estudaram o idioma. Neste caso, sendo mais de 90% com tempo de estudo no idioma entre 6 e 12 meses, no ambiente de trabalho.

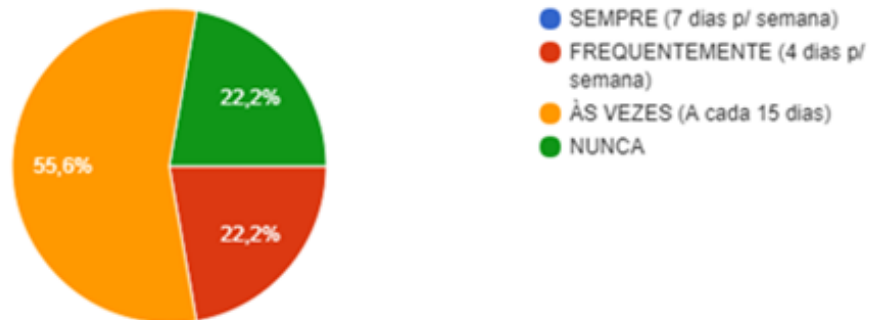
Gráfico 8 - Frequência do uso da língua inglesa no dia a dia do trabalho

<sup>11</sup> Cf. Gráfico 7.

**GRÁFICO 8**

Com que frequência você usa o inglês no seu dia-a-dia de trabalho?

18 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Conforme o gráfico acima, dos 18 recepcionistas entrevistados, nenhum usa o inglês todos os dias (7x por semana), porém, mais de 55% afirmam praticar o inglês no atendimento a cada 15 dias em apenas dois hotéis mantém a frequência de 4x por semana, recepcionando turistas de língua estrangeira, e 3 hotéis disseram que nunca usaram ou atenderam turistas internacionais de língua inglesa.

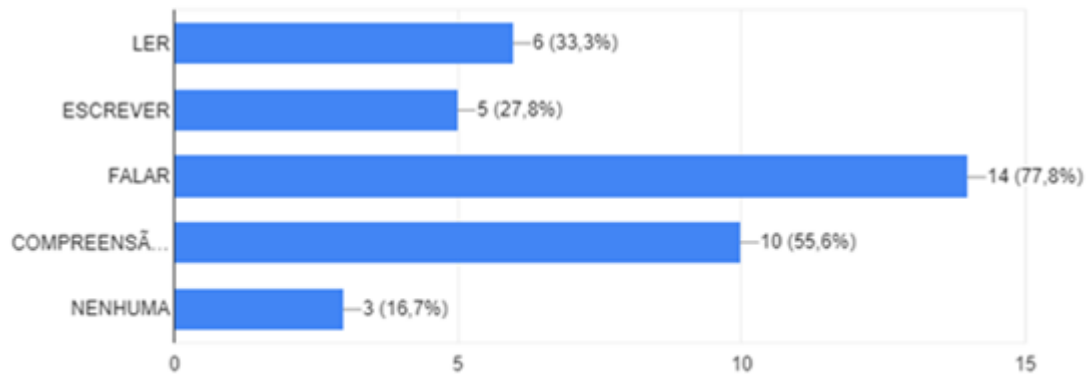
Com base nestes dados temos uma referência de que há sim uma demanda considerável da frequência da chegada de estrangeiros falantes da língua inglesa, e havendo tal demanda, é necessário que os profissionais estejam preparados.

Gráfico 9 - Relação de habilidades mais usadas no trabalho com relação à Língua Inglesa

### GRÁFICO 9

Qual / Quais dessas habilidades você mais usa em seu trabalho em relação à língua inglesa?

18 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Foi observado que mais de 72% fazem utilização da língua inglesa no cotidiano do trabalho, e pouco mais de 27% não praticam a língua inglesa no ambiente profissional. No que diz respeito ao critério da frequência na aplicação da língua inglesa, habitualmente no trabalho, registrou-se que mais de 77% empregam o uso da língua inglesa em atendimentos numa média de duas a quatro vezes, mensalmente, por hotel.

No que se refere às habilidades da língua inglesa, concernentes à realização das atividades de atendimento e recepção do turista proveniente de outros países, o resultado da análise de 18 respostas<sup>12</sup>, apontaram para a seguinte configuração numérica.

Quanto ao uso das quatro habilidades do idioma — leitura, escrita, conversação e compreensão —, as mais relatadas foram as de uso frequente no dia a dia. Dentre aquelas, foram, respectivamente mencionadas, considerando o grau de usabilidade: falar, compreender, ler e escrever. Porém, foi observado que ainda existe, conforme revelado pela análise, a necessidade de aperfeiçoamento e/ou capacitação específica com perspectivas de possibilitar eficiência no uso prático do idioma.

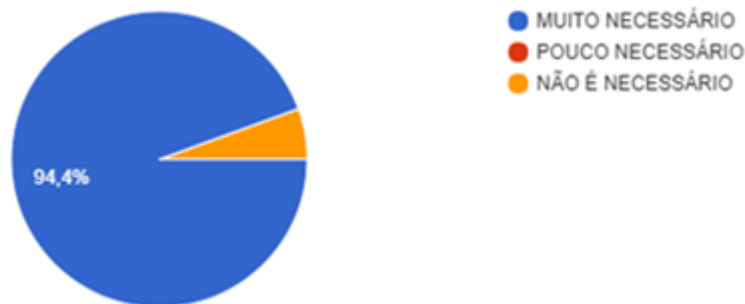
<sup>12</sup> Cf. Gráfico 9.

Gráfico 10 - Relação de graus de necessidade apontados pelos profissionais do turismo

### GRÁFICO 10

Que grau de necessidade você atribui ao conhecimento da língua inglesa pelos profissionais de turismo?

18 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Outro dado significativo foi sobre a relevância do conhecimento da língua inglesa pelos profissionais de turismo. Constatou-se a totalidade dos relatos positivos, demonstrando que, dominar o segundo idioma pode ser um diferencial no desempenho profissional, na valorização do papel do recepcionista do setor hoteleiro, e, principalmente, na garantia de satisfação ao turista estrangeiro, proporcionando-lhe um atendimento mais efetivo, com a qualidade esperada.

No que tange à autoavaliação dos recepcionistas, entre ótimo e ruim, ficou evidenciado que há uma grande porcentagem de atribuições negativas nas habilidades concernentes ao ato de falar e compreender o idioma.

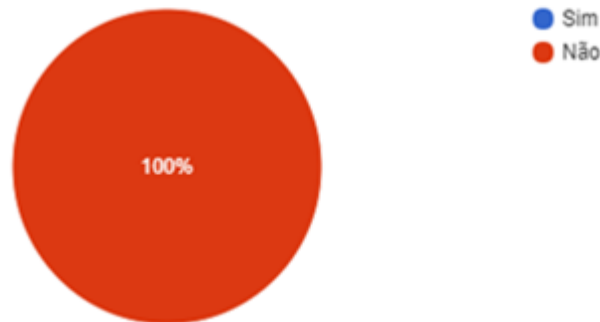
Buscou-se, ainda, construir uma base de compreensão — entre o que os gestores disseram sobre a oferta de capacitação ou atualização do profissional recepcionista bilíngue, com as 18 respostas dos atendentes que foram analisadas. O Gráfico a seguir, põem em destaque os resultados obtidos.

Gráfico 11 - Relação de hotéis que oferecem capacitação ou atualização profissional, em inglês

**GRÁFICO 11**

O hotel oferece capacitação ou atualização profissional em inglês?

18 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O resultado deste dado mostra um contraste relevante no escopo geral da pesquisa realizada, visto que 100% dos recepcionistas relataram que o hotel não oferece capacitação/atualização profissional referente a língua inglesa.

Esses depoimentos vêm de encontro com os argumentos feitos pelos gestores<sup>13</sup>, que, de acordo com suas afirmações, a língua inglesa tem um papel primordial na construção do perfil do profissional hoteleiro.

Isto posto, as assertivas mencionadas pelos mesmos gestores dos hotéis pesquisados corroboram os dados que fazem menção sobre os objetivos e a necessidade de preparar melhor os profissionais da hotelaria.<sup>14</sup>

Contudo, os dados revelam ainda, uma notável coincidência no depoimento das partes (gestores e recepcionistas), posto que todos sugeriram uma atenção especial para a capacitação e o incentivo ao desenvolvimento do perfil profissional hoteleiro de Palmas.

---

<sup>13</sup> Cf. Gráfico 5.

<sup>14</sup> Cf. Gráfico 3.

## 5 RESULTADO DAS ANÁLISES E DISCUSSÃO

Nesta parte do TCC, retomamos aqui as perguntas de pesquisa com o objetivo de respondê-las mediante o resultado das análises feitas até o momento. Para tanto, elencamos, no Quadro 3, os questionamentos do estudo com as respostas obtidas, e partir dele tecemos algumas conclusões sobre o estudo.

Quadro 3 - Questionamentos e respostas da pesquisa

<b>Questões de pesquisa</b>	<b>O que dizem os gestores</b>	<b>O que dizem os recepcionistas</b>
1. Como se configura a competência da língua inglesa de profissionais do <i>trade turístico</i> (em contexto hoteleiro) na capital Tocantinense?	Desempenha comunicação satisfatória	Não desempenham comunicação satisfatória, portanto, esses sujeitos apelam para a ajuda dos gestores
2. Esses profissionais “gestores e recepcionistas” possuem domínio do idioma em situações de trabalho?	Sim, no momento da prática de comunicação	Não totalmente, eles “se viram com a situação”
3. O profissionais de turismo estão realmente aptos para recepcionar o turista estrangeiro?	Fluente	Iniciante

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Tendo em vista os resultados das análises feitas sobre os dados levantados e a síntese do Quadro 3, observa-se que, a resposta à pergunta 1, na fala dos gestores, dá conta de que a comunicação na língua inglesa, no *trade hoteleiro* estudado, é satisfatória. Porém, no dizer dos recepcionistas<sup>15</sup> “eles se viram”, ou seja, não desempenha comunicação satisfatória; esses sujeitos recorrem à ajuda dos gestores.

<sup>15</sup> Cf. Gráfico 2.

Este dado mostra um quadro de contradição que revela a ausência de investimento, da parte da gestão hoteleira, no que diz respeito à capacitação dos recepcionistas no idioma inglês, em situações de trabalho. A afirmativa aqui colocada se confirma e se complementa com as respostas da pergunta 2. No dizer dos gestores, há domínio de uso do inglês em situações de trabalho, o que não está de acordo com o dizer dos recepcionistas.

Os meios utilizados para auxiliar na comunicação em inglês são para 60% dos gerentes da internet, e 40% recorrem a meios visuais. As situações mais frequentes em que estes profissionais precisam usar o inglês são no atendimento em geral (40%) como check in e check out, para 40% em ligações e em e-mails, e outra parcela de 20% informando sobre restaurantes e indicações turísticas.

Vale ressaltar que tanto recepcionistas e mensageiros, quanto gerentes apontam os momentos de check in e check out como situações recorrentes em que a língua inglesa é mais requerida. Alguns gerentes destacaram ainda que “saber informar valores sobre tarifas em inglês no check out é muito complicado”.

Isso porque no momento do check out as contas dos hóspedes são encerradas e muitas vezes as despesas do cliente precisam ser especificadas uma a uma pelo profissional, como por exemplo: taxa por lençol extra, copo quebrado, impressões de documentos, empréstimos de ferro de passar, adaptadores de tomada e secadores, cobrança de ligações telefônicas e etc.

Sabe-se que a fiscalização para verificar o que realmente acontece nos atendimentos, não existe, isto banaliza e “normaliza” o fato que a sinceridade das respostas não é coerente entre gerente e atendente, ou seja, como temos um resultado de demanda de estrangeiros relativamente baixa, o bom senso comercial dos hotéis deixam a desejar na efetividade da capacitação dos profissionais como obrigatoriedade na qualidade do atendimento.

Medidas sócio políticas deveriam ser aplicadas para tornar acessível o aprendizado de novos idiomas e treinamentos para atendimento oficialmente bilíngue.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este TCC, pode-se concluir que os ambientes do hotel em que se utiliza a língua inglesa com mais recorrência são na recepção, restaurantes, espaço de eventos e áreas de lazer. Esses ambientes contam com maior circulação de hóspedes, aumentando a necessidade de profissionais com fluência em inglês para atender às possíveis solicitações e desenvolver diálogos.

Evidenciou-se que o profissional da hotelaria, com exceção dos gerentes, que é formado na área e fluente em inglês, ainda não é devidamente valorizado pelos grandes hotéis de Palmas, principalmente no que tange a remuneração. Isso pode ser afirmado porque no cenário geral descrito pelos colaboradores, o profissional graduado disputa espaço no mercado com profissionais sem graduação e que não dominam o inglês.

Para que a hotelaria avance tanto em estrutura quanto em qualidade no atendimento, conhecimentos específicos na área hoteleira e domínio de idiomas são fundamentais, e a motivação positiva dos funcionamentos é primordial para a hospitalidade.

Também foi possível constatar que alguns colaboradores se sentem desestimulados a participar de cursos de inglês por não acharem o conteúdo de ensino relevante para sua atuação profissional. Acredita-se que os resultados dessa pesquisa fornecem dados importantes para adaptação e melhoria das aulas de inglês para o curso de Hotelaria, bem como das metodologias e estratégias utilizadas no ensino.

Melhorias em materiais didáticos a partir das necessidades identificadas podem ser aplicadas, enriquecendo a listagem reduzida que é encontrada atualmente. Compreende-se a limitação da pesquisa em relação ao alcance de todos os portes de meio de hospedagem e, conseqüentemente, o alcance de mais profissionais da hotelaria palmense.

Contudo, entende-se que diante do objetivo proposto, o fluxo de hóspedes estrangeiros em hotéis de grande porte é maior, de modo que os resultados finais desta investigação não foram comprometidos.

Tendo respondido às perguntas que orientaram o presente TCC, observamos a contribuição quanto à importância do uso da língua inglesa no atendimento do empreendimento do ponto de vista do gestor e do recepcionista (quanto sua análise desde a perspectiva do discurso do gestor *versus* a prática ou realidade existente). Através de uma avaliação geral (de cenário da cidade como um todo) e global (de cenário mundial – tendência) no que diz respeito à importância do uso da língua inglesa para a recepção turística estrangeira no *trade* turístico hoteleiro de Palmas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALDUINO, J. C. **Caracterização do Setor de Hospedagem dos Grandes Hotéis de João Pessoa-PB**. Monografia. Universidade Federal da Paraíba, Mamanguape, [S.n.], 2011.
- BENI, M. C. **Globalização do Turismo**. 3. ed. São Paulo: Ed. Aleph, 2011.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2003.
- BRANCO, Gabriela Musse; RIBEIRO, José Luís Duarte; TINOCO, Maria Auxiliadora Cannarozzo. Determinantes da satisfação e atributos da qualidade em serviços de hotelaria. **Production**, São Paulo, v. 20, n. 4, dez. 2010. Disponível em: Acesso em: 15 ago. 2018.
- BRONCKART, J. P. **Atividades de Linguagem, Discurso e Desenvolvimento Humano**. Org. e trad. de Anna Rachel Machado et al. Campinas /SP: Mercado de Letras, 2006. (Coleção Ideias sobre linguagem).
- CRUZ, R.C.A. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.
- DIAS, R. A. **Internacionalização Do Ensino Superior Em Turismo**. Teste (Doutorado) — Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.
- FONTOURA, L. M.; ANDRADE, S. A. TURISMO E GEOGRAFIA: O Planejamento Territorial do Turismo. *In: Festival de Turismo das Cataratas do Iguaçu*, 2008, Foz do Iguaçu. ANAIS - Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu, 2008. p. 1-16.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: Acesso em: 29 out. 2015.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO — EMBRATUR. Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/piembraturnew/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Turismo\\_contribui\\_com\\_9\\_do\\_PIB\\_mundial.html](http://www.embratur.gov.br/piembraturnew/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html)>. Acessado em: 05 set. 2017.
- KNAFOU, R. Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. *In: RODRIGUES, A. B. (org.) Turismo e Geografia – reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- MINISTÉRIO DO TURISMO (Brasil). **Dados e Fatos – Ministério do Turismo**, Brasília, DF, 2016. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/component/content/article.html?id=2663>>. Acesso em: 14 set. 2017.
- MORETTO NETO, L.; SCHMITT, V. Comportamento do consumidor no turismo: o turista estrangeiro em Florianópolis - Santa Catarina, Brasil. **Revista Turismo em Análise**, v. 19, n. 3, p. 388-404, 1 dez. 2008.
- MORGADO et al.. 2010. Disponível em: <<http://www.hospitalidadebrasil.com.br/>>.

REVISTA DE TURISMO CONTEMPORÂNEO – **RTC**, Natal, v. 3, n. 1, p. 36-53, jan./jun. 2015.

SANTOS, N.P. Turismo, gestão e território. Edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, supl.1, s.66-s.86, nov. 2014.

SILVA, J. C.; BONIFÁCIO, C. A. de M. Inglês para Hotelaria: Análise das necessidades de aprendizado dos profissionais em Hotéis de grande porte de João Pessoa/PB. **Revista Hospitalidade**, Universidade Anhembi. São Paulo, v. XII, n. 1, p. 438- 462, jun. 2015.

site/attachments/024\_01.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2018.

TOLEDO, G.L; VALDES, J.A; POLLERO, A. C. Gestão Interdisciplinar do Turismo no Planejamento do Turismo no Planejamento Estratégico Regional: estudo de casos latino-americanos. **Turismo em Análise**, v. 14, n. 1, mai. 2003.

## APÊNDICE I — Questionário - Profissionais do atendimento hoteleiro

Empresa:

1. Você já estudou a língua inglesa?

não

sim

Aonde? \_\_\_\_\_

Quanto tempo? \_\_\_\_\_

2. Durante dos JMPI (Jogos mundiais dos povos indígenas) você percebeu o aumento de turistas falantes da língua inglesa?

\_\_\_\_\_

3. Usa a língua inglesa no seu trabalho?  sim  não

4. Com que frequência você usa a língua inglesa no seu dia-a-dia de trabalho?

Sempre  frequentemente  às vezes  nunca

5. Como você aprendeu a terminologia na língua inglesa específica da sua área?

\_\_\_\_\_

6. Qual a sua opinião sobre a inclusão da língua inglesa na realização do trabalho no setor hoteleiro?

\_\_\_\_\_

7. Que grau de necessidade você atribui ao conhecimento da língua inglesa pelos profissionais de turismo?

muito necessário  pouco necessário  não é necessário

8. Qual / Quais dessas habilidades você mais usa em seu trabalho em relação à língua inglesa?

ler  escrever  falar  compreensão auditiva

9. Como você avalia seu desempenho na língua inglesa em relação às habilidades acima: ótimo, bom, regular, ruim?

Ler - \_\_\_\_\_

Escrever - \_\_\_\_\_

Falar - \_\_\_\_\_

Ouvir - \_\_\_\_\_

10. Caso tenha avaliado como *regular* ou *ruim*, a que você atribui?

\_\_\_\_\_

11. O hotel oferece capacitação ou atualização profissional na língua inglesa?

sim  não

Se sim, atendeu suas necessidades na prática?

\_\_\_\_\_

12. Alguma sugestão para acrescentar no objetivo de preparar melhor os profissionais da hotelaria para o mercado de trabalho?

---

13. Assinale as tarefas que você efetivamente realiza utilizando a língua inglesa nas ocasiões que necessita:

- Faz check in / check out
- Faz reservas de quartos / apartamentos
- Faz confirmação de reservas
- Faz atendimento ao hóspede na recepção
- Faz e recebe telefonemas internacionais
- Lê e/ou escreve e-mails, informativos, documentos, contratos, relatórios
- Resolve problemas / dúvidas dos clientes

## APÊNDICE II — Entrevista do gestor do hotel

1. É muito frequente a hospedagem de turistas estrangeiros neste hotel?
2. Qual é a média que seu hotel recebe de turistas nos últimos 12 meses?  
( ) 10 a 20 ( ) 21 a 50 ( ) 51 a 100 ( ) Acima de 100
3. Como vocês atendem esses turistas, já que eles não falam a língua portuguesa, vocês usam a língua inglesa para atendê-los? Explique um caso.
4. O que você tem feito para aprimorar seu domínio da língua inglesa no ambiente de trabalho?
5. Em relação a demanda de estrangeiros, você considera que é importante ter domínio da língua inglesa para atuar no setor hoteleiro?
6. Para trabalhar neste hotel é pré-requisito a fluência na língua inglesa?
7. No caso dos eventos internacionais que a cidade recebe, existe alguma contratação extra quando não há um profissional habilitado para atender os estrangeiros?
8. O profissional que têm a fluência na língua inglesa recebe incentivo trabalhista ou algum benefício extra exclusivo?
9. Devido a globalização e internacionalização do Brasil, você concorda que deveria ter um profissional bilíngue em todos os estabelecimentos hoteleiros?