

SUCESSO OU INSUCESSO?!: O IMPACTO DA COMPETÊNCIA COMUNICATIVA EM LÍNGUA INGLESA NA PERFORMANCE PROFISSIONAL DOS COLABORADORES DO SETOR DE RECEPÇÃO NA HOTELARIA NO CENTRO DE FLORIANÓPOLIS-SC

Andressa Barbosa Cordeiro¹
Profª Drª Marimar da Silva²

RESUMO: Estudos recentes relacionando os fenômenos: língua inglesa, como língua franca, e globalização vêm mostrando a importância do domínio de idiomas na gestão hoteleira. Entretanto ainda são escassos os estudos que buscam entender os efeitos deste na performance profissional da perspectiva do próprio profissional. Visando ampliar essa compreensão, este estudo tem como objetivo entender em que medida a competência comunicativa em inglês impacta a performance profissional de colaboradores do setor de recepção hoteleiro no acolhimento ao hóspede estrangeiro. Para o estudo, de natureza qualitativo-interpretativa, foram selecionados 3 hotéis de diferentes tipologias, em Florianópolis/SC, e 11 participantes do setor. Os dados foram obtidos por meio de questionário eletrônico e de entrevistas com os participantes, em 2017, e foram categorizados e validados por confronto teórico. A análise dos dados revelou que a competência comunicativa em língua inglesa pode impactar positivamente ou negativamente na performance profissional do colaborador do setor hoteleiro, dependendo do nível de competência deste no idioma e de traços de personalidade, podendo trazer consequências equivalentes para a gestão hoteleira. Devido à limitação do seu escopo, este estudo sugere a ampliação do contexto estudado no sentido de corroborar, refutar e/ou ampliar os resultados do presente estudo.

Palavras-chave: Globalização; Hotelaria; Competência comunicativa; Língua Inglesa.

ABSTRACT: Recent studies relating the phenomena: English language, as a lingua franca, and globalization have been showing the importance of language mastery in hotel management. However, there are still few studies that seek to understand its effects on professional performance from the perspective of the professional. Aiming to broaden this understanding, this study focuses on understanding the extent to which the communicative competence in English impacts the professional performance of hotel reception desk employees while welcoming the foreign guest. For this qualitative-interpretative study, 3 different hotel typologies in Florianópolis-SC and 11 participants were selected. The data were obtained through an electronic questionnaire and face-to-face interviews with the participants, in 2017, and categorized and validated by theoretical comparison. The analysis of the data revealed that the communicative competence in English can impact positively or negatively the professional performance of the hotel employee, depending on his/her level of competence in the language and personality traits, which can have similar consequences to hotel management. Due to the limitation of its scope, this study suggests the expansion of the context investigated in order to corroborate, refute and/or amplify the results of the present study.

Keywords: Globalization; Hotel Industry; Communicative competence; English language.

¹ Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria do Instituto Federal de Santa Catarina / Câmpus Florianópolis-Continente.

² Professora do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria do Instituto Federal de Santa Catarina / Câmpus Florianópolis-Continente.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (UNWTO), em 2012, a chegada de turistas internacionais ao Brasil expandiu-se em 22,18%, gerando um aumento de 11,08% na receita nacional. Dentre os turistas internacionais que nos visitam, a Argentina se mantém na primeira posição (1,67 milhão) seguida pelos Estados Unidos (586 mil), que é seguido pela Alemanha (258 mil), ultrapassando o Uruguai (253,8 mil) e conquistando a terceira colocação. Ou seja, a maioria dos turistas que buscam o Brasil para lazer e/ou outras finalidades residem na América do Sul (50%), seguidos pelos europeus (29%) e norte-americanos (13%). (BRASIL, 2013, p.1).

Florianópolis não difere muito do cenário nacional. Em relação aos turistas estrangeiros, a capital do Estado de Santa Catarina é a segunda cidade do país que mais recebe turistas internacionais, conforme o mais recente ranking divulgado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2013, p.1). Nesse cenário, espera-se que os colaboradores do setor de recepção hoteleiro tenham, além dos conhecimentos específicos do setor em que atuam, competência comunicativa em língua inglesa a fim de enfrentar os desafios profissionais diários de bem-receber o hóspede estrangeiro, haja vista que o inglês é o idioma usado internacionalmente, tanto na área da ciência e tecnologia quanto nas interações humanas mais simples, como a troca de informações pessoais em redes sociais, por exemplo.

No entanto, pesquisas vêm mostrando uma situação adversa no que se refere à competência comunicativa dos colaboradores do setor hoteleiro. Castelli (2000), na área de Turismo, afirma que, apesar dos benefícios que o treinamento no setor hoteleiro apresenta, não existem recursos humanos qualificados para suprir as necessidades do mercado (p.26). No viés linguístico, na área de Linguística Aplicada, estudos com foco no ensino de línguas estrangeiras, alguns com interface na área de Turismo (a exemplo dos estudos de RITTER, 1997; GOMES, 2003; RIBEIRO, 2004; CARDOZO, 2006; AMORIM, 2011; BLANCO; LEÃO; GUZZO, 2013; SILVA; BONIFÁCIO, 2015; entre outros), têm evidenciado a falta de competência comunicativa, não apenas em línguas estrangeiras, mas também em língua materna (português do Brasil) no desenvolvimento das atividades profissionais dos colaboradores do setor hoteleiro, em diferentes regiões do Brasil, apesar de a língua inglesa ser considerada uma ferramenta básica de trabalho no setor hoteleiro nos dias de hoje.

Assim, partindo do pressuposto de que os recursos humanos do setor hoteleiro não estão qualificados o suficiente para atender às necessidades do mercado (CASTELLI, 2000), o que inclui a competência comunicativa em língua inglesa, este estudo busca compreender o impacto da falta

de competência comunicativa em língua inglesa de colaboradores do setor de recepção, no município de Florianópolis, em hotéis de diferentes tipologias. Pretende-se que o presente estudo venha contribuir para a compreensão dos efeitos da competência comunicativa em inglês nas experiências do hóspede estrangeiro, além de iluminar a tomada de decisão dos gestores em relação à contratação e à capacitação de colaboradores para o setor.

Este artigo está organizado em cinco seções. Na primeira seção, apresentou-se o cenário em que o estudo está inserido; na segunda, apresentar-se-á o referencial teórico que dá suporte à análise dos dados; na terceira, o percurso metodológico do estudo; na quarta, a análise dos dados; e, na quinta, os resultados e algumas considerações finais do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção aborda o referencial que orientou teoricamente o presente estudo. Os conceitos apresentados e discutidos foram organizados em duas subseções. Na primeira subseção, a discussão gira em torno de três conceitos intimamente imbricados: globalização, língua franca e qualidade total, e, na segunda, estudos empíricos sobre a competência comunicativa dos colaboradores do setor hoteleiro em inglês, buscando construir o atual cenário no Brasil sobre o assunto.

2.1 LÍNGUA INGLESA NO MUNDO GLOBALIZADO E O CONCEITO DE QUALIDADE

Nunca os homens sentiram tanta falta de uma língua comum, nunca desejaram tanto saber inglês, mesmo que, em nome de alguma ideologia nacionalista e anti-imperialista, odeiem essa língua.
(ASSIS-PETERSON; COX, 2007, p. 2).

O fenômeno da globalização é uma série “multidimensional de processos sociais que criam, multiplicam, dilatam e intensificam interdependências e trocas sociais no nível mundial [...] ao mesmo tempo [que] desenvolve nas pessoas uma consciência crescente das conexões profundas entre o local e o distante” (STEGER, 2003, p.13 *apud* KUMARAVADIVELU, 2006, p.130). No entanto, tal fenômeno não acontece no vácuo, mas entre indivíduos e intermediado por uma língua de natureza plural, usada por pessoas de línguas maternas de diferentes nações, em interações discursivas, denominada de língua franca (JENKINS; COGO; DEWEY, 2011).

Por força do empoderamento tecnológico, econômico e político dos Estados Unidos após a Segunda Grande Guerra, o inglês tornou-se uma língua franca, ultrapassando os limites geográficos do próprio país de origem e passou a ser percebido não como um produto ou a propriedade de um país, mas como uma língua que promove a construção global de significados (JENKINS; COGO;

DEWEY, 2011). Estima-se que existam hoje em torno de 400 milhões de falantes nativos de inglês e que o número de falantes não nativos é três vezes maior (GRIGOLETTO, 2013; DE OLIVEIRA; PASSOS, 2015).

Assim, entendido atualmente como língua franca, o inglês, apesar de não ser apreciado por muita gente por questões ideológicas (ASSIS-PETERSON; COX, 2007), transformou-se no idioma comum ao redor do planeta. Como tal, possibilita uma comunicação eficaz entre pessoas de dialetos diferenciados. Nesse sentido, a língua inglesa deve (ou, pelo menos, deveria) ser a ferramenta global ou o idioma de acolhimento aos turistas estrangeiros que visitam nosso país, principalmente àqueles que têm o inglês como primeira ou segunda língua, cujo percentual não é insignificante.

O Brasil recebe um percentual significativo de turistas estrangeiros (50% de latino-americanos e 32% entre europeus e norte-americanos) e Florianópolis é a segunda cidade brasileira mais procurada por turistas estrangeiros (UNWTO, 2016). Portanto, os trabalhadores desse universo, o que inclui o setor hoteleiro, precisam ter competência para se comunicar em diferentes idiomas, especialmente em língua inglesa por seu caráter de língua franca, para poderem desempenhar suas funções profissionais com eficiência e qualidade, obtendo, assim, a satisfação do cliente e destacando-se em um mercado altamente competitivo.

Falar em competência para se comunicar em inglês num universo altamente competitivo, significa, portanto, que os trabalhadores do setor precisam ter competências linguísticas para “[...] agir [no mundo do trabalho] utilizando especificamente meios linguísticos” (CONSELHO DA EUROPA, 2001, p.29), isto é, “[...] conhecimento de recursos formais a partir dos quais podem elaborar e formular mensagens corretas e significativas, bem como a capacidade para os usar” (CONSELHO DA EUROPA, 2001, p.157). Dessa forma, o conceito de competência comunicativa em diferentes idiomas está intimamente relacionado ao conceito de qualidade. Em outras palavras, a capacidade para se comunicar em inglês, ou em qualquer outra língua franca, torna-se o meio pelo qual conceitos abstratos como qualidade na prestação de serviços e satisfação do cliente são mediados e apreendidos; portanto, indispensável no contexto turístico.

Entretanto o turismo, ação econômica que tem se expandido pelo mundo, está criando clientes cada vez mais exigentes. Mais do que conforto de infraestrutura, eles buscam atendimento personalizado e hospitalidade no bem-atender. Nessa perspectiva, Kotler e Armstrong (2003, p. 45) argumentam que:

Para serem bem-sucedidas no atual mercado competitivo, as empresas devem estar voltadas para o cliente – conquistando-o dos concorrentes e mantendo-o por lhe entregar valor superior. Mas, para poder satisfazer os consumidores, a empresa deve antes entender suas necessidades e desejos.

Como sinalizam os autores, o conceito de qualidade, além de abstrato, varia de acordo com o entendimento de cada cliente, mais especificamente em função de suas necessidades, experiências e expectativas, o que complexifica a transposição do conceito para a prática. No contexto empresarial, enfatizam os autores, o conceito de qualidade deve estar focado na valorização do cliente, buscando assegurar sua satisfação ou superar suas expectativas em relação ao produto ou serviço demandado.

Quando a qualidade passou a ser o foco principal nas organizações, surgiu o conceito de Qualidade Total, que busca a satisfação de todos os que participam e investem na organização, assim como a excelência resultante da melhoria contínua em processos dentro da empresa. Para Longo (1996), Qualidade Total “parte de ouvir e entender o que o cliente realmente deseja e necessita, para que o bem ou serviço possa ser concebido, realizado e prestado com excelência” (p.11).

Martins (1998) também alerta que o conceito de qualidade na prestação de serviço está na percepção do cliente, não do colaborador:

O paradigma de qualidade está mudando em direção ao valor para o cliente. Torna-se necessário gerenciar resultados subjetivos, além dos objetivos. Saber e compreender o que se passa na mente dos clientes e não o que se acha que eles pensam e desejam. (MARTINS, 1998, s/p.)

Nessa mesma linha de raciocínio, Costa; Santana; Trigo (2015, p. 161) enfatizam que:

[...] é fundamental que todos os participantes da organização conheçam e se envolvam nessa prática, ou seja, preparar os colaboradores da empresa para prestar um atendimento de qualidade e assim encantar e satisfazer o consumidor é fundamental para não o perder para a concorrência.

Como sugere a citação, o conceito de Qualidade Total demanda de todos os trabalhadores das organizações, inclusive gestores, preparação para conduzir um atendimento de qualidade: satisfazer suas necessidades e encantá-lo. Investimento no aprendizado de diferentes idiomas torna-se, nesse contexto, uma condição básica para o desenvolvimento das funções profissionais, tendo em vista o caráter mediador da língua(gem) em todos os processos de interação humana.

Como pontua Castelli (1994), “investir em qualidade resulta em menos defeitos, produtos melhores, posição financeira melhor, maior bem-estar, menos giro de pessoal, menor absenteísmo, clientes satisfeitos e uma imagem melhor” (p.15-16). Nesse sentido, o gestor desenvolve um papel importante, pois é ele quem avalia, contrata, treina e acompanha o colaborador em suas atividades iniciais. Dessa forma, o gestor precisa estar atento às necessidades do contexto, dos clientes e dos colaboradores sob sua supervisão.

Embora fundamental, o investimento do setor hoteleiro, no que tange à competência comunicativa de seus colaboradores, tanto em língua materna quanto em língua estrangeira, mais especificamente em inglês, está aquém das necessidades, o que pode fragilizar o conceito de Qualidade Total no setor. A próxima subseção aborda os estudos empíricos sobre a competência comunicativa dos colaboradores do setor hoteleiro.

2.2 ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE COMPETÊNCIA COMUNICATIVA NO SETOR HOTELEIRO

O dialogismo bakhtiniano entende o homem como um ser de linguagem, que se vai construindo e desenvolvendo por meio de relações sócio-interacionais. (SILVA; BONIFÁCIO, 2015)

Como ilustra a epígrafe desta subseção, o homem se constitui pelas relações com o outro mediado pela linguagem. Partindo desse pressuposto, Ismail (2010) argumenta que devido ao fato de que a fala auxilia a conhecer e conquistar o hóspede, garantindo segurança e respeito à sua cultura, o domínio de outros idiomas passou a ser algo essencial para quem trabalha na hotelaria. Silva e Bonifácio (2015) também defendem que são extraordinários os efeitos da extensão social que a língua inglesa produz, tanto na formação quanto na atuação do profissional de hotelaria, em virtude da influência que o idioma tem na construção de destinos mais hospitaleiros e na preparação para bem-receber o turista estrangeiro.

O estudo de Torkington e Perdigão (2003), conduzido em Portugal, já abordava as questões pontuadas por Ismail (2010) e de Silva e Bonifácio (2015). O referido estudo, realizado com antigos alunos (licenciados, bacharéis, mestres e pós-graduados, sendo 43% do ramo de Turismo e Hotelaria) da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo de Portugal (ESGHT), mostrou a importância de idiomas estrangeiros para a realização das tarefas profissionais do colaborador do setor hoteleiro. Os resultados indicaram que:

[...] praticamente todos os [participantes] recorrem ao inglês no trabalho - de fato, apenas 5,9% declarou nunca usar inglês. Cerca de metade afirmou usar a língua inglesa durante mais de metade do seu horário de trabalho - de fato, um quarto da amostra declarou que mais de 80% da comunicação no trabalho é realizada em inglês (TORKINGTON; PERDIGÃO, 2003, p.17).

No Brasil, em estudo sobre as competências individuais para bacharéis em Turismo, a partir do ponto de vista dos Gestores Hoteleiros e alunos, na cidade de Manaus, Ribeiro (2004) identificou que a variável ‘conhecimento de idiomas estrangeiros’ é consenso na opinião dos gerentes dos meios de hospedagem e dos alunos dos cursos de Turismo: ambos consideraram o conhecimento de

línguas estrangeiras, principalmente o inglês, de extrema importância e a competência mais relevante para os profissionais da área.

Apesar do consenso entre profissionais e acadêmicos, no que se refere à importância do inglês para o setor hoteleiro, sinalizar uma realidade auspiciosa, as pesquisas indicam, desde o fim da década de 1990, uma situação adversa. Por exemplo, o estudo de Ritter (1997), em hotéis de categorias 4 e 5 estrelas, na cidade de Curitiba, buscou identificar os cargos que necessitam usar a língua inglesa e os tipos de tarefas que os cargos demandam. Os dados foram coletados por meio de entrevistas a gerentes e os resultados mostraram que há deficiências no setor hoteleiro, no que se refere à mão-de-obra com competência comunicativa em língua inglesa.

Em estudo um pouco mais recente, Gomes (2003) conduziu uma pesquisa com foco na análise de necessidades de uso da língua inglesa na hotelaria, na cidade de Sorocaba e região. O resultado do estudo não foi diferente do de Ritter (1997). Ele revelou que há um baixíssimo número de funcionários que domina o idioma e consegue manter uma conversa com hóspedes estrangeiros, sugerindo uma grande lacuna na formação dos profissionais que atuam na área, no que tange à competência comunicativa em inglês.

O estudo de Amorim (2011), realizado na cidade de Florianópolis, também sobre análise de necessidades comunicativas de recepcionistas e garçons de hotéis em língua inglesa, mostrou que “embora [os participantes] considerem o conhecimento do idioma [inglês] algo importante na realização de suas tarefas profissionais, dois dos cinco recepcionistas pesquisados afirmaram que “quase nunca” o utilizam no contexto de trabalho” (p.86). Alguns afirmaram utilizar a linguagem não-verbal e a consideraram importante, apesar de mencionar que o uso de gestos, em alguns casos, é constrangedor.

Em estudo realizado na cidade de Porto Alegre por Blanco; Leão; Guzzo (2013), com foco no setor de reservas em hotéis buscando identificar o grau de entendimento de solicitações de reserva em espanhol, inglês e português e de retorno ao cliente, revelou dificuldades gerais nos idiomas, no conteúdo das informações, na cordialidade das respostas e um baixo índice nos retornos dos e-mails: enquanto os e-mails em português foram rapidamente respondidos, os em inglês obtiveram baixo índice de resposta/retorno, inclusive nos empreendimentos pertencentes a cadeias hoteleiras internacionais.

Em pesquisa bem mais recente realizada na rede hoteleira da cidade de João Pessoa, Silva e Bonifácio (2015) também identificaram que “são pouquíssimos os colaboradores aptos a se comunicar fluentemente com turistas estrangeiros” (p.447), embora o uso da língua inglesa seja bastante frequente em conversas informais com os hóspedes, em telefonemas para solicitação de

serviços e produtos, em respostas a e-mails de reserva e na tradução de cardápios nos restaurantes dos hotéis. A pesquisa também identificou que o profissional hoteleiro formado na área e fluente em inglês tem de disputar espaço no mercado de trabalho com profissionais sem qualificação e sem domínio do idioma.

O estudo de Lanznaster e Da Silva (mimeo), conduzido na cidade de Florianópolis, sobre a percepção dos colaboradores do setor de recepção de um hotel de porte internacional sobre a língua inglesa no contexto de trabalho, revelou que a competência comunicativa em inglês é uma ferramenta básica na rotina profissional; no entanto essa competência está aquém das necessidades do contexto estudado. O estudo ainda revelou que os colaboradores não têm formação superior na área de hotelaria e que há uma rotatividade significativa de profissionais no setor de recepção, repetindo os resultados de estudo anteriores.

Os estudos aqui revisados alertam para a necessidade de expandir os estudos sobre as necessidades linguísticas dos colaboradores de cada setor, tendo em vista as deficiências já encontradas em alguns deles. Ademais, alertam que o setor hoteleiro no Brasil, no que se refere à língua inglesa, necessita de investimento significativo na formação de seus colaboradores, devido ao grande fluxo de turistas que visitam nosso país, impulsionados pelo processo irreversível de globalização.

No setor hoteleiro, que tem como foco a hospitalidade e o bem-atender, é indispensável o domínio de diferentes idiomas para realizar os desejos e as necessidades do hóspede. Nesse sentido, Pilatti e Santos (2011) argumentam:

[o] processo de integração global requer a fluência em idiomas falados ao nível de língua franca [...] a língua inglesa figura como a mais importante devido ao seu vasto uso e abrangência. [F]luência nessa língua torna-se indispensável na conquista de espaço e atuação dos profissionais no mundo do trabalho (PILATTI; SANTOS, 2011, p. 2).

Assim, partindo-se do pressuposto de que ter competência comunicativa em língua inglesa impacta positivamente a maneira como o hóspede estrangeiro é acolhido, inclui-se aqui a importância de colaboradores competentes para transformar o atendimento em algo inesquecível. A próxima seção apresenta o trajeto metodológico deste estudo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção apresenta o desenho metodológico do presente estudo. Para tanto, foi organizado em duas subseções. Na primeira é apresentado o delineamento da pesquisa, e, na segunda, a população e a amostra que viabilizou seu desenvolvimento.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O presente estudo insere-se na área de gestão hoteleira, tem como contexto a rede hoteleira de Florianópolis, capital do Estado de Santa Catarina, e buscou compreender em que medida a competência comunicativa em inglês impacta a performance profissional dos colaboradores do setor de recepção hoteleiro no acolhimento ao hóspede, da perspectiva do próprio colaborador. Por dificuldade de acesso aos hotéis da capital, o estudo investigou apenas três empreendimentos de tipologias diferenciadas: executivo³, econômico⁴ e *hostel*⁵.

Guiou o presente estudo a seguinte pergunta geral de pesquisa: A competência comunicativa em língua inglesa dos colaboradores do setor de recepção (ou a falta dela) impacta a performance profissional no acolhimento ao hóspede estrangeiro? Em que medida? Para responder a pergunta geral, foram elaboradas as seguintes perguntas específicas: i) Qual é o nível de competência comunicativa do participante em inglês ?; ii) Que experiências relacionadas à língua inglesa no acolhimento ao hóspede o participante relata?; iii) Que efeito as experiências relatadas tiveram na prestação do serviço?

Assim, para entender o impacto da competência comunicativa em língua inglesa na performance profissional do colaborador do setor de recepção, buscou-se, primeiramente, identificar o nível de competência comunicativa em língua inglesa e a formação dos colaboradores do setor de recepção. Em seguida, coletou-se experiências interacionais dos colaboradores do setor investigado com o hóspede estrangeiro. Na sequência, buscou-se relacionar as experiências relatadas pelos colaboradores com a competência comunicativa destes na língua inglesa. E, por fim, procurou-se analisar o impacto dos resultados para o setor e o hotel, buscando responder a pergunta geral de pesquisa.

Devido à sua natureza, a pesquisa pode ser classificada como aplicada, de forma que “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidas à solução de problemas específicos” (GERHARDT, 2009, p.35). No que tange aos objetivos, pode ser considerada exploratório-descritiva, pois envolveu observação, registro, análise, classificação e interpretação de fatos a respeito de um fenômeno ainda não muito bem entendido, sem que o pesquisador interferisse

³ Estabelecimento com grande número de unidades habitacionais e que oferece acomodações confortáveis com um nível de luxo moderado e serviços diversos de alimentação, lojas, *conciergerie*, fitness center e espaço para convenções com entrada separada, cinemas e teatro. Este tipo de hotel as vezes também mantém um andar especial para hóspedes VIPs, não oferecendo, todavia, todos os serviços do hotel de luxo. É conhecido internacionalmente como *midscale-commercial*. (CAMPOS, 2005, p.72)

⁴ Produto de hospedagem honesto, bem acabado, mas desobrigado de uma série de produtos e serviços agregados que encarecem o pernoite do hóspede. (CAMPOS, 2005, p.79-80)

⁵ Estabelecimentos baratos que acolhem diferentes hóspedes num mesmo aposento. Oferecem serviços básicos como camas ou beliches, com roupa de cama modesta e limpa, toalhas e bons chuveiros. (CAMPOS, 2005, p.87)

sobre ele (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.51-52). No que se refere à análise do problema, pode ser classificada como qualitativa, com algum suporte estatístico devido ao número de participantes (11), pois “preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p.32).

Em relação aos procedimentos técnicos de coleta de dados, foram utilizadas pesquisas bibliográficas e documentais; questionário, com perguntas abertas e fechadas; e entrevistas com perguntas semiestruturadas, com vistas ao esclarecimento de questões que emergiram das respostas do questionário. Em suma, buscaram-se diferentes instrumentos, visando validar as diferentes perspectivas (YIN, 2010).

Os procedimentos de coleta de dados foram realizados entre os meses de agosto e outubro de 2017 e seguiram uma série de ações, a citar: i) seleção dos hotéis por meio de contato pessoal para apresentação do estudo e solicitação de permissão para condução da pesquisa; ii) elaboração do formulário *online*, utilizando a plataforma *Google Forms*; iii) implementação do questionário com os participantes do estudo; iv) categorização parcial dos resultados; v) elaboração de questões guiadoras para a entrevista com os participantes; e vi) condução das entrevistas, que foram seguidas dos procedimentos de análise de dados.

Para a análise, os dados das diferentes fontes foram interpretados qualitativamente. A interpretação das respostas foi realizada com base na técnica de comparação entre os dados das diferentes fontes e dos diferentes participantes, agrupando-os por semelhanças e diferenças e confronto teórico. A fim de facilitar a análise comparativa, foram gerados gráficos com os dados da pesquisa por meio das ferramentas *Microsoft Excel* e *Google Forms*, que são trazidos na Seção 4 para melhor visualização e compreensão da discussão que segue.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A escolha dos hotéis para a realização da pesquisa, aqui nominados Hotel A, Hotel B e Hotel C foi motivada por situações vivenciadas pela pesquisadora em período de estágio em um dos hotéis pesquisados. Durante o estágio, na função de recepcionista, no ano de 2015, a pesquisadora observou que, apesar de o hotel estar situado numa localização privilegiada do município de Florianópolis e hospedar diversos turistas estrangeiros, nenhum colaborador do período matutino/vespertino (07h às 15h) tinha competência comunicativa em língua inglesa para realizar o atendimento de modo adequado e/ou satisfazer os desejos e as necessidades desse tipo de hóspede. Buscou-se, então, na literatura da área de Turismo e de Linguística Aplicada, alguma explicação

para o fenômeno, mas as referências são escassas. Assim, decidiu-se avaliar se a situação atual, segundo semestre de 2017, assemelha-se à vivenciada pela pesquisadora no segundo semestre de 2015, e, ao mesmo tempo, contribuir para ambas as áreas de conhecimento.

Por esse motivo, foram convidados para participar do estudo, os colaboradores⁶ do setor de recepção de três meios de hospedagem da região central de Florianópolis-SC, sendo um executivo, um econômico e um *hostel*. Tal escolha deu-se por dificuldade de acesso a outros hotéis de categoria executiva, inicialmente pensada como foco deste estudo. Ainda assim, no hotel executivo participante deste estudo, apenas 63% de seus colaboradores foram receptivos à pesquisa, no hotel econômico 75% dos colaboradores e, no *hostel*, a aceitação foi de 100%. Em outras palavras, voluntariaram-se a participar da pesquisa, assinando um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, um total de onze (11) colaboradores, identificados no estudo como P1 até P11, para manter o anonimato dos participantes. Os nomes que esporadicamente aparecem nas falas dos participantes são fictícios. A próxima seção descreve e interpreta os dados do presente estudo.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Esta seção descreve e analisa os dados obtidos por meio do questionário e das entrevistas conduzidas com os participantes, além de documentos do hotel, à luz da teoria revisada para o estudo, visando compreender o efeito da competência comunicativa em língua inglesa (ou a falta dela) no contexto hoteleiro investigado, na cidade de Florianópolis. Na sequência, será descrito e analisado o perfil dos participantes e, após, os dados dos questionários e das entrevistas.

4.1 PERFIL DOS PARTICIPANTES

Participaram da pesquisa 11 colaboradores. No Hotel A, cinco (05) participantes desempenham a função de Recepcionista, um (01) de Coordenador de Recepção e um (01) de Mensageiro. No Hotel B, dois (02) desempenham a função de Recepcionista e um (01) de Coordenador de Recepção. E no Hotel C, o proprietário desempenha a função de Recepcionista, entre outras funções, devido à natureza do estabelecimento.

O horário de trabalho dos participantes não difere muito do padrão hoteleiro. Ou seja, nos Hotéis A e B existem três (03) turnos definidos em escala de oito (08) horas diárias, em regime seis por um (6x1), sendo um dia de folga durante a semana e um domingo ao mês. Além disso, os cargos

⁶ No Hotel A há um total de 11 colaboradores no setor de recepção; no Hotel B, um total de 4; e no Hotel C, apenas 1.

de coordenação cumprem o horário comercial, das 08h às 18h. No Hotel C, o participante cumpre horário intermitente, devido à sua especificidade.

No que tange à diversidade de gênero, 100% dos participantes, independentemente do hotel pesquisado, são homens e brancos, diferentemente do estudo de Amorim (2011), conduzido na mesma cidade desta pesquisa. Em seu estudo, Amorim (2011) identificou a existência de homens e mulheres atuando na recepção e em restaurantes no setor hoteleiro, na cidade de Florianópolis.

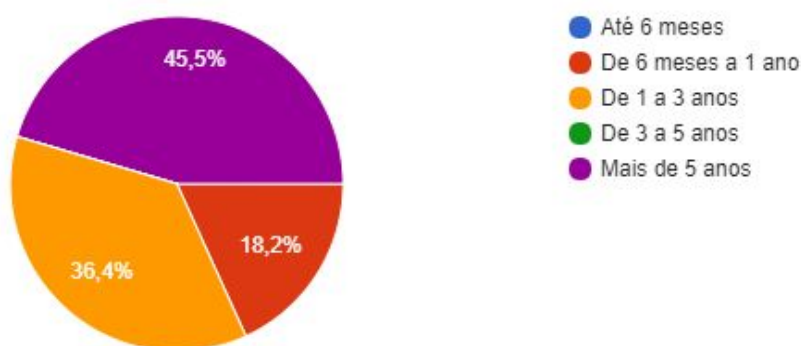
Em relação ao tema diversidade de gênero, idade e etnia na recepção hoteleira, Ismail (2010) afirma que:

[...] um *front office* operado por homens e mulheres de diferentes raças, idades e formações étnicas reflete o posicionamento da gestão quanto à diversidade, e um grupo diversificado de hóspedes pode se sentir mais bem-vindo dessa forma (ISMAIL, 2010, p. 349).

Embora a diversidade seja positiva para o contexto hoteleiro e indicada na literatura revisada para este estudo; embora os anúncios de vaga publicizados pelos hotéis estudados não distingam gênero, idade ou etnia; e embora haja inúmeras políticas inclusivas em relação a mulheres, jovens e idosos, negros, índios e pardos no Brasil atualmente, os colaboradores dos contextos investigados são homens brancos na faixa etária entre 30 e 50 anos, refletindo, possivelmente, o posicionamento da atual gestão no que se refere à temática da diversidade no setor (ISMAIL, 2010).

No que tange ao tempo de trabalho, o Gráfico 1 mostra que 45,5% dos participantes trabalham mais de cinco anos no setor hoteleiro, que 36,4% entre 1 a 3 anos e que 18,2% entre 6 meses a 1 ano.

Gráfico 1: Tempo de trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (A autora, 2017)

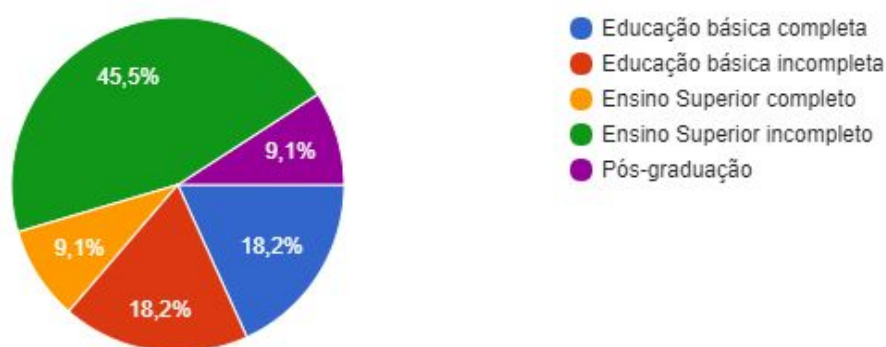
Como indica o Gráfico 1, um percentual significativo (45,5%) dos participantes tem mais de cinco anos de trabalho no hotel, o que pode sugerir baixa rotatividade de emprego no setor. No entanto, a grosso modo, se somarmos os percentuais de menor tempo de trabalho, o que corresponde a 54,5%, os dados passam a sugerir um percentual um pouco maior para os colaboradores com menos tempo de trabalho. Tal fato sugere uma rotatividade no setor de recepção

hoteleiro do contexto pesquisado, corroborando o estudo de Buhler (2014) sobre essa questão. Para o autor, o principal fator de rotatividade entre os colaboradores no setor é a questão salarial:

[A] questão salarial torna-se fator importante na rotatividade de funcionários. As pessoas desenvolvem funções em seus cargos que, uma vez definidos, devem ser remunerados adequadamente ao seu desempenho. Organizações que não valorizam seu pessoal financeiramente têm alta rotatividade de funcionários. (BUHLER, 2015, p.62).

Quanto ao nível de educação formal, o Gráfico 2 mostra que 18,2% dos participantes têm educação básica incompleta, 18,2% educação básica completa, 45% dos participantes têm ensino superior incompleto, 9,1% ensino superior completo e 9,1% pós-graduação.

Gráfico 2: Nível de educação formal



Fonte: Dados da pesquisa (A autora, 2017)

De acordo com o Gráfico 2, no que diz respeito ao nível de educação formal, percebe-se que 45,5% dos participantes estão em processo de conclusão do nível superior, 9,1% concluiu sua graduação e 9,1% conseguiu realizar um curso de pós-graduação, confirmando achados recentes de pesquisa, a exemplo do estudo de Garcia (1996), que revelou altos níveis de instrução formal entre os colaboradores do setor hoteleiro em diferentes partes do Brasil.

Por outro lado, apesar de ser um achado positivo, ao analisar-se as respostas do questionário no que se refere à área de formação superior, apenas um participante tem formação em Turismo, que tem certa aproximação com a área de Hotelaria. Os demais participantes têm formação nas áreas de Administração, Comunicação Social, Engenharia e Ciências Contábeis. Tal fato sugere que faltam profissionais com formação específica na área de Hotelaria no contexto estudado, corroborando o estudo de Lanznaster e Da Silva (mimeo).

O Gráfico 2 também nos alerta para o percentual ainda alto (36,4%) de trabalhadores do setor que têm apenas o nível de escolaridade básico completo ou em curso, sugerindo que há muito para se investir em termos de educação formal para os trabalhadores da rede hoteleira. Nesse sentido, este estudo alinha-se aos estudos de Silva e Bonifácio, que já sinalizavam para essa realidade em 2015.

Em relação à formação específica em língua inglesa, a situação parece não diferir muito da formação geral. Conforme dados do questionário, 72,7% dos participantes informaram que já estudaram inglês e 27,3% ainda não. Dos que já estudaram, 62,5% consideram que têm nível básico em inglês e 37,5% nível intermediário. Informaram também que, independentemente do nível de competência comunicativa em inglês, 63,6% dos participantes sentem-se seguros para atender ao hóspede falante da língua inglesa, e 36,4% sentem-se pouco seguros. Tal fato sugere que o nível básico e intermediário de competência comunicativa em inglês parece dar conta do atendimento ao hóspede estrangeiro, pelo menos no contexto investigado. No entanto, dados da entrevista se contrapõem aos do questionário. Ao ser perguntado sobre as experiências no atendimento ao hóspede estrangeiro na entrevista, P3 disse:

[...] eu entendi [o que o hóspede falou], mas não sabia responder. Então, pedi para ele esperar um pouco... no *'enrolation'*... e entrei no *Google tradutor*. Escrevi rapidinho as indicações e dei o papel para ele ler. Ele agradeceu e eu não lembrava como falava em inglês e respondi 'de nada'. (P3. Entrevista de Out. 2017)

Como sugere o excerto da entrevista, o participante, apesar de considerar que tem nível básico em inglês, não conseguiu se comunicar oralmente, mas foi estratégico buscando uma ferramenta de tradução para resolver a situação problema. Dessa forma, comunicou-se pela escrita e, assim, pôde satisfazer a necessidade do hóspede. O excerto também sugere que a dificuldade de produção oral é maior do que a compreensão oral: “[...] eu entendi, mas não sabia responder. [...] Ele agradeceu e eu não lembrava como falava em inglês e respondi ‘de nada’”. Além disso, sugere que, talvez, o nível básico e/ou intermediário de um participante pode não ser o mesmo para a compreensão e produção oral. Em outras palavras, compreender o que é falado em uma língua estrangeira não implica saber falar a língua, são habilidades diferentes e os participantes podem tê-las em níveis de desenvolvimento diferentes, como no caso de P3, no excerto acima. O participante conseguiu entender a informação, resolveu o problema por isso, mas não conseguiu responder ‘de nada’ ao agradecimento do hóspede, um conhecimento de nível iniciante em inglês, sugerindo que, na produção oral, seu conhecimento parece estar aquém do básico, de acordo com o Quadro Europeu Comum de referência para Línguas⁷ (2001).

Para essa base de curso, currículo e avaliação, um aprendiz de nível A1 - nível iniciante - deve ser capaz de:

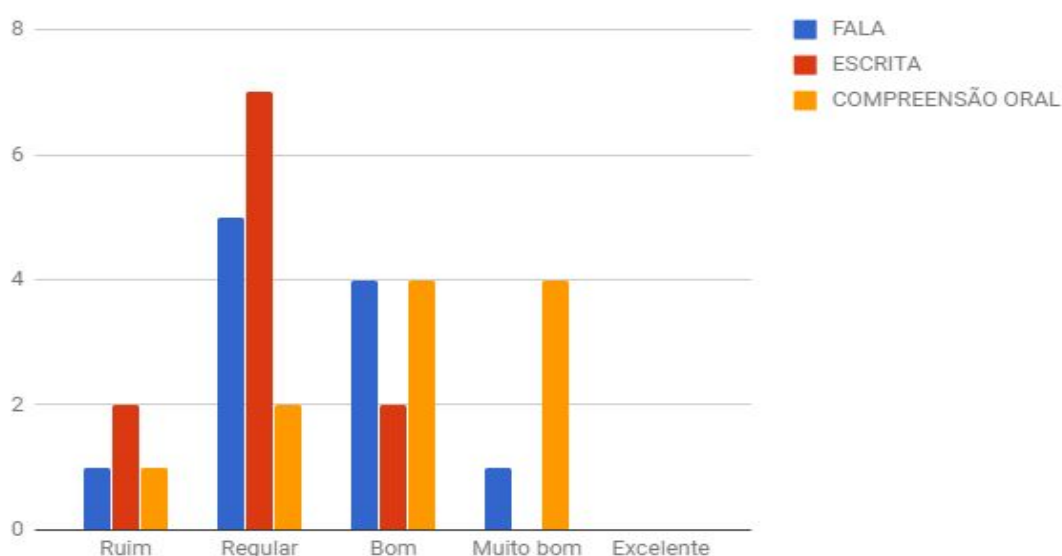
⁷ O Quadro Europeu Comum de Referência (QECR) fornece uma base comum para a elaboração de programas de línguas, linhas de orientação curriculares, exames, manuais, etc., na Europa. Descreve exhaustivamente aquilo que os aprendizes de uma língua têm de aprender para serem capazes de comunicar nessa língua e quais os conhecimentos e capacidades que têm de desenvolver para serem eficazes na sua atuação. A descrição abrange também o contexto cultural dessa mesma língua. O QECR define, ainda, os níveis de proficiência que permitem medir os progressos dos aprendizes em todas as etapas da aprendizagem e ao longo da vida (CONSELHO DA EUROPA, 2001, p. 19).

[...] compreender e usar expressões familiares e quotidianas, assim como enunciados muito simples, que visam satisfazer necessidades concretas. Pode apresentar-se e apresentar outros e é capaz de fazer perguntas e dar respostas sobre aspectos pessoais como, por exemplo, o local onde vive, as pessoas que conhece e as coisas que tem. Pode comunicar de modo simples, se o interlocutor falar lenta e distintamente e se mostrar cooperante. (CONSELHO DA EUROPA, 2001, p.49)

Já os participantes que não investiram no estudo de inglês (27,3%) justificaram a falta de oportunidade, custo e tempo como fatores limitantes. Porém, todos os participantes gostariam de investir no aprendizado da língua inglesa, afirmando que “gostaria[m] de fazer intercâmbio” ou “adoraria[m] fazer um curso”, justificando a forma de adquirir fluência para melhorar a comunicação, e cientes de que ter competência comunicativa em língua inglesa é essencial para desenvolver suas funções profissionais.

No que se refere às diferentes competências comunicativas em língua inglesa, os participantes informaram que sua função profissional demanda, primordialmente, entender o que o hóspede fala (71,4%) e falar corretamente (57,1%), seguidas da competência de ler (57,1%) e de escrever (0%). Tal fato se justifica devido ao setor investigado - o setor de recepção - necessitar muito mais de competências relacionadas à comunicação oral - habilidade de compreensão e de produção oral (ouvir e falar) - do que as relacionadas à comunicação escrita - habilidade de compreensão e produção escrita (ler ou escrever) -, para entender o hóspede e satisfazer suas necessidades com qualidade. O Gráfico 3 retrata a percepção dos participantes em relação às suas competências linguísticas.

Gráfico 3: Percepção dos participantes em relação às suas competências linguísticas



Fonte: Dados da pesquisa (A autora, 2017)

Conforme o Gráfico 3, em relação à fala, apenas um (01) participante percebe-se como muito bom, quatro (04) participantes percebem-se como bons, cinco (05) consideram sua produção oral regular e um (01) participante considera-se ruim. Ou seja, a maioria dos participantes percebe-se entre regular e bom no que tange à produção oral em inglês, que não é a situação desejável para o setor de recepção de um hotel. Para Pilatti e Santos (2011), os trabalhadores do setor devem ser linguisticamente competentes em idiomas para desenvolver suas funções com qualidade.

Com relação à escrita, competência tida como menos importante pelos participantes, dois (02) relataram que sua produção escrita é boa, sete (07) que é regular e dois (02) que sua produção escrita é ruim. Ou seja, igualmente à produção oral, a maioria dos participantes percebe-se, também, entre regular e bom no que tange à produção escrita em inglês.

Sobre a compreensão oral, apontada como uma das competências mais importantes, oito (08) participantes consideram sua competência entre muito boa e boa, dois (02) consideram-se regular e apenas um (01) considera que sua compreensão oral é ruim. Ou seja, a maioria dos participantes percebe-se entre bom e muito bom no que tange à compreensão oral em inglês, o que, com o uso de alguma estratégia (ferramenta de tradução, por exemplo) pode dar conta de atender ao hóspede, embora não da forma desejável. Para manter um diálogo com o hóspede e/ou atendê-lo em situações linguisticamente mais complexas há necessidade de um nível de conhecimento em inglês entre médio e avançado, que não é a realidade dos contextos estudados.

Enfim, os dados em relação à competência comunicativa em inglês sugerem que há uma distância significativa entre o contexto investigado e o que a literatura sugere em termos de qualidade (CASTELLI (1994); COSTA; SANTANA; TRIGO (2015)). A próxima subseção descreve e analisa as experiências de acolhimento ao hóspede estrangeiro pelos participantes.

4.2 EXPERIÊNCIAS DE ACOLHIMENTO AO HÓSPEDE ESTRANGEIRO EM INGLÊS

Ao serem questionados sobre alguma situação exitosa e/ou embaraçosa no acolhimento ao hóspede estrangeiro no contexto de trabalho, 72,7% dos participantes respondeu afirmativamente e apenas 27,6% não havia passado por qualquer uma dessas duas situações.

Dentre as situações exitosas, o participante P1, do Hotel A, que exerce a função de coordenador de recepção, diz nunca ter passado por grandes problemas de atendimento ao hóspede estrangeiro, o que pode ser justificado pelo fato de P1 ter bom conhecimento de inglês, que o tem ajudado em diferentes situações no contexto de trabalho. O excerto abaixo traz a percepção de P1 sobre suas experiências:

As minhas experiências no atendimento a hóspedes estrangeiros são bem variadas, mas **nunca tive grandes problemas**, pois **tenho um bom conhecimento da língua**. Eu salvo bastante os **receptionistas** aqui de **situações com estrangeiros** que sei que eles **vão se dar mal ou se enrolar** para falar. Também já **tive que dar bronca** nos auditores noturnos, pois no período de trabalho deles eu não estou aqui e no outro dia de manhã já vieram **hóspedes reclamar do atendimento**, ou que o recepcionista não deu uma palavra com ele no *check in* ou que era mal-educado. (P1. Entrevista de out. 2017)

Como mostra o excerto, o conhecimento em língua inglesa dá a P1 uma sensação de empoderamento para lidar com situações-problema na recepção e resolvê-las, mas, ao mesmo tempo, lhe dá poder para repreender seus subordinados por comportamento não qualificado.

O participante P2, proprietário e recepcionista do Hotel C, igualmente ao P1, parece não ter dificuldade em atender hóspedes estrangeiros. Informações dadas por P2 no questionário identificaram que seu nível de compreensão oral na língua é avançado, de fala é intermediário e apenas de escrita é básico. O excerto abaixo retrata a percepção de P2 sobre a forma como atende ao hóspede estrangeiro:

30% dos hóspedes que nós recebemos são **estrangeiros**, mas são de vários países, então **não tenho dificuldade em atendê-los**, porque já **acostumei com os sotaques** difíceis, **mas ainda não tenho fluência suficiente**. Como disse na pesquisa, **gostaria de estudar mais o inglês para me comunicar melhor**, porque **ainda não tenho total segurança**, mas **domino bem e me viro para atender bem os hóspedes na língua deles**, [...] sempre **vejo eles saírem confortáveis e felizes daqui**, **acredito que não deixo a desejar**. (P2. Entrevista de out. 2017)

Os dados dos participantes P1 e P2 sugerem que o nível intermediário de competência em inglês pode dar conta de realizar um atendimento que gera nos hóspedes uma sensação de satisfação, “vejo eles saírem confortáveis e felizes daqui”, apesar de P2 não se considerar satisfeito com o seu nível de fluência na língua. No entanto, Martins (1998) já alertava que o conceito de qualidade na prestação de serviço está na percepção do cliente, não do colaborador.

O paradigma de qualidade está mudando em direção ao valor para o cliente. Torna-se necessário gerenciar resultados subjetivos, além dos objetivos. Saber e compreender o que se passa na mente dos clientes e não o que se acha que eles pensam e desejam. (MARTINS, 1998, s/p.)

O participante P3, recepcionista do Hotel A, relatou uma situação de informação de endereço para um hóspede estrangeiro, mas com um diferencial:

Teve um dia que eu estava sozinho na recepção, acho que o José tinha ido no banheiro e **chegou na recepção um hóspede perguntando onde era o salão de café da manhã**. Eu **entendi mas não sabia responder** com as **direções certas**, aí pedi pra ele esperar um pouco no “enrolation”, falei **“wait a minute”** sei lá e **entrei no google tradutor**. **Escrevi “o senhor anda até o final do corredor, vire à esquerda e após à direita. É aquele salão de vidro ali.”** Escrevi **rapidinho no papel e dei para ele ler**. Ele agradeceu e eu **não lembrava como falava em inglês e falei “de nada”**. (P3. Entrevista de out. 2017)

O excerto acima indica que ter uma compreensão oral em nível básico ajuda a entender a necessidade do cliente e encontrar alguma maneira para solucioná-la. No caso de P3, a utilização de uma ferramenta de tradução permitiu satisfazer a necessidade do hóspede, mesmo que a suposta insegurança pessoal não tenha permitido que ele arriscasse a comunicação oral.

O participante P4, também recepcionista do Hotel A, relatou uma situação de entrega de um pedido de *room service*, uma atividade que não faz parte de sua rotina, mas a executou para suprir a falta de outro colaborador.

[...] quando fui ver uma das comandas, vi que **o nome do hóspede era bem estranho e não saberia pronunciar**. Bom, pensei, vou **colocar um sorriso no rosto e ser cordial** com ele. Quando bati na porta escutei ele falando em inglês, aí ele abriu a porta e disse “*hey*”, **eu apenas respondi “here is” como eu sempre ouvia o pessoal do restaurante falar**, dei a comanda para ele assinar, ele falou *good night* e eu **apenas respondi igual**. (P4. Entrevista de out. 2017)

Igualmente a P3, P4 também foi estratégico ao se deparar com uma situação embaraçosa, apesar de também não ter a competência comunicativa em inglês ideal para interagir com o hóspede. A principal estratégia utilizada foi a cordialidade, além do uso de expressões que ele já havia escutado no contexto e repetição.

O participante P5, recepcionista do Hotel B, com conhecimento de algumas expressões básicas da hotelaria em inglês, relata a seguinte situação:

Eu **já tive que ajudar** o Pedro em atendimento com uma pessoa, mas eu **também não sei muito**, a gente **juntou conhecimentos e cada um falava um pouco**. O **mais difícil sempre é entender**, porque **algumas expressões básicas da hotelaria a gente já sabe falar**. (P5. Entrevista de out. 2017)

Como mostra o excerto acima, assim como P3 e P4, P5 também foi estratégico. A estratégia utilizada por P5 difere da anterior, no sentido de que dois colegas com o mesmo tipo de dificuldade, apoiam-se em seu conhecimento limitado para solucionar situações. Tal atitude sugere a importância do espírito de colaboração na execução das tarefas profissionais no contexto hoteleiro.

De acordo com o participante P6, recepcionista do Hotel B, a maioria dos estrangeiros que chega ao hotel faz parte de grupos, que têm um líder bilíngue para se comunicar com os recepcionistas em um “português enrolado”. O excerto a seguir retrata uma dessas situações:

[...] O difícil mesmo é quando alguém desses grupos **chega na madrugada na recepção** para perguntar sobre alguma coisa, geralmente é sobre **comidas e bebidas**. Eu **sei falar algumas coisas**, mas **não entendia** o que a pessoa estava falando, porque era um **sotaque forte**. Aí uma vez falei mais ou menos para pessoa em inglês assim “**peça ao seu líder que venha até a recepção solicitar isso para você**” e **dei a desculpa** de que tudo que fosse **solicitado pelo grupo teria que passar pelo líder** deles primeiro. (P6. Entrevista de out. 2017)

Igualmente ao P3, P4 e P5, P6 não tinha competência em inglês, mas foi estratégico, solicitando que o líder do grupo, que falava um “português enrolado” fosse o mediador dos pedidos do grupo.

Dentre as situações não exitosas (ou embaraçosas), o participante P7, mensageiro do Hotel A, relatou que, num determinado momento, ao recepcionar um hóspede, não entendeu o que ele dizia e calou-se, percebendo que o hóspede ficara zangado. O excerto a seguir relata esta situação:

Uma vez eu fui pegar as malas do cliente que tava chegando de táxi executivo e quando **ele falou comigo eu não entendi** direito, **pedi pra ele repetir e também não entendi**, aí percebi que **ele falava inglês** mas **fiquei quieto** porque **não tinha entendido** e **ele me olhou bravo**, aí peguei as malas dele e **avisei** para a recepção **que o hóspede falava inglês** e que **eu não tinha entendido** o que ele tinha me perguntado. Um dos **recepcionistas que entendia** um pouco de inglês **fez o check-in** dele e **ajudou ele e a família com as malas, mesmo sendo minha função**. (P7. Entrevista de out. 2017)

De acordo com o excerto, é possível perceber que o colaborador ficou envergonhado por não poder desempenhar suas funções profissionais de forma adequada - conduzir o hóspede ao quarto e ajudá-lo com as malas -, devido à falta da competência comunicativa em língua inglesa. A falta de competência em inglês - entender e falar - gerou silêncio (o participante calou-se) e fuga da situação (o colega assumiu a sua função), interferindo em seu desempenho profissional, ou seja, não favoreceu a interação e não acolheu o hóspede como deveria, por conseguinte. Além de impactar negativamente na execução da função profissional, impactou também no pós-venda do serviço e gerou um desconforto no hóspede. Como relatou P7, “ele [o hóspede] me olhou bravo”, dando impressão de serviço mal feito e acolhimento deficitário, que pode gerar uma imagem negativa do hotel a partir da propaganda boca-a-boca.

Como bem lembra Martins (1998), o grau de exigência do cliente está ficando cada vez maior.

[O] cliente não está mais em busca de opções, ele sabe exatamente o que quer ou, pelo menos, sabe o que não quer. Mal atendimento, displicência, desinteresse, são atitudes que desencantam o cliente e ele desaparece. Muito provavelmente, levando outros juntos. (MARTINS, 1998, s/p)

O participante P8, recepcionista do Hotel A, relatou outra experiência de atendimento ao cliente estrangeiro.

Eu **tenho um pouco de conhecimento** [de inglês] mas não me preocupava porque o João, [que tem conhecimento] estava sempre ali com a gente para atender um estrangeiro. Aí naquele dia **pedi para o Pedro para atender os hóspedes porque sabia que ele era melhor que eu no inglês**. **Depois fiquei com vergonha**, mas deu um alívio quando **vi que ele conseguiu atender eles tão bem**. (P8. Entrevista de out. 2017)

Na situação relatada por P8, a falta de competência em inglês gerou uma sensação de inferioridade, “melhor que eu no inglês”, de vergonha por não ter competência, “fiquei com

vergonha”, além da atitude de fuga, direcionando o atendimento ao cliente para um colega que considerava mais competente na língua. Tal comportamento de encaminhamento de uma atribuição profissional para outro colega, supostamente mais competente, foi relatada no estudo de Amorim (2011). No referido estudo, nem todos os recepcionistas relataram utilizar o inglês frequentemente na execução de suas tarefas. Parece haver um acordo não explícito (ou uma política de orientação interna nos hotéis) entre os colaboradores do setor: os que têm pouco ou nenhum conhecimento de inglês, encaminham o atendimento ao hóspede estrangeiro para os que têm maior fluência na língua inglesa.

Em relação a isso, pode-se inferir que as reações variam de acordo com traços de personalidade e cultura de cada pessoa. Nesse sentido, Grande (2007) afirma que:

As culturas [...] criam normas para regular as relações de trabalho, os processos produtivos e os protocolos para prestação de serviços. A necessidade de normatizar é emocional e cultural [...], assim mesmo, não criam normas para melhorar o relacionamento entre as pessoas, para evitar conflitos ou favorecer o desenvolvimento das organizações. (GRANDE, 2007, p.63)

É importante ressaltar que o presente estudo não tem como objetivo buscar a compreensão do impacto cultural e de personalidade no atendimento ao hóspede, mas serve como reflexão, gerando implicações para futuros estudos.

5 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta seção tem por objetivo responder a pergunta geral de pesquisa: A competência comunicativa em língua inglesa dos colaboradores do setor de recepção (ou a falta dela) impacta a performance profissional no acolhimento ao hóspede estrangeiro? Em que medida?

De forma geral, os resultados da análise de dados revelaram que a competência comunicativa em inglês dos participantes (colaboradores do setor de recepção hoteleiro) impactam, sim, a performance do profissional; porém duas variáveis precisam ser consideradas para uma compreensão mais profunda do fenômeno: o nível de competência no idioma (se básico, intermediário ou avançado) e os traços de personalidade do participante (reatividade/introversão ou pró-atividade/extroversão).

Considerando a variável nível de competência no idioma (intermediário ou avançado) e êxito na performance profissional, a análise dos dados revelou que quanto maior o nível de competência comunicativa do colaborador, maior a possibilidade de sucesso no desempenho profissional, o que poderá impactar positivamente na gestão hoteleira. Entretanto o inverso também

pode ser verdadeiro. Ou seja, quanto menor o nível de competência comunicativa do colaborador, menor a possibilidade de sucesso no desempenho profissional, o que poderá impactar negativamente na gestão hoteleira.

No entanto, considerando-se a variável nível de competência no idioma (iniciante/básico) e traço de personalidade relacionado à pró-atividade/extroversão, a análise dos dados revelou que esse tipo de participante usa estratégias específicas, como ferramentas de tradução *online*, cordialidade com o hóspede e atitudes de colaboração entre colegas, que viabilizam o desenvolvimento de suas funções profissionais, apesar de aquém do esperado, mas que podem gerar sucesso no atendimento ao hóspede, impactando positivamente na gestão hoteleira, por conseguinte.

Considerando-se os resultados acima e os relacionados especificamente ao perfil dos participantes: homens brancos; faixa etária entre 30 e 50 anos; instrução em nível superior, porém não na área de Hotelaria; alto índice de escolaridade em educação básica completa ou em curso; e alto índice de rotatividade no setor, o presente estudo sugere que existem lacunas significativas em diversos aspectos que demandam transformação no olhar do gestor, já que podem fragilizar o conceito de qualidade no setor hoteleiro.

Considerando-se ainda as mudanças globais, no que concerne a políticas de inclusão de gênero, etnias, idade, portadores de deficiências, direito à educação formal e de qualidade e do exercício da cidadania; e considerando-se que o conceito de competência comunicativa em diferentes idiomas está intimamente relacionado ao conceito de qualidade, pois é por meio da língua(gem) que conceitos abstratos, como qualidade na prestação de serviços e satisfação do cliente, por exemplo, são mediados e aprendidos, o gestor desenvolve um papel importante, tendo em vista que é ele quem avalia, contrata, treina e acompanha o colaborador em suas atividades; portanto, precisa estar atento às necessidades e transformações do contexto.

Tendo em vista os resultados do presente estudo, sugere-se a ampliação do contexto estudado, incluindo o hóspede no processo de investigação, aplicando testes de proficiência entre os participantes para identificar suas necessidades linguístico-discursivas, fazendo intervenção no contexto por meio de curso de inglês voltado para a hotelaria, no sentido de corroborar, refutar e/ou ampliar os resultados do presente estudo. Sugere-se também, um estudo sobre o impacto dos traços de personalidade dos colaboradores na performance profissional. Por fim, sugere-se que se investigue o posicionamento da gestão em relação ao tema diversidade de gênero, idade e etnia, tendo em vista as atuais políticas de inclusão no Brasil e no exterior.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Telma Pacheco. **Uma análise de necessidades comunicativas de profissionais do eixo tecnológico hospitalidade e lazer** [dissertação]: Subsídios para um programa de ensino de inglês baseado em tarefas. Florianópolis, SC, 2011. 219 p.

ASSIS-PETERSON, Ana Antônia de; COX, Maria Inês Pagliarini. Inglês em tempos de globalização: para além de bem e mal. **Calidoscópio**, v. 5, n. 1, p. 5-14, 2007.

BRASIL. **Estrangeiro que visita o Brasil deseja voltar**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/245-estrangeiro-que-visita-o-brasil-deseja-voltar.html>>. Acesso em: 19 Mar. 2017.

BÜHLER, Leslie Vieira. **Turnover na hotelaria: estudo de caso da rotatividade de funcionários de uma rede hoteleira de Curitiba (PR)**. 2014. Tese de Doutorado.

CAMPOS, José Ruy Veloso. Introdução ao universo da hospitalidade. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. Coleção Hotelaria. Caxias do Sul: Educs, 2000.

CASTELLI, Geraldo. **Excelência em Hotelaria: Uma Abordagem Prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

CONSELHO DA EUROPA. **Quadro Europeu Comum de Referência para as línguas: aprendizagem, ensino, avaliação**. Lisboa: Edições Asa, 2001.

COSTA, Ariana de Sousa Carvalho; SANTANA, Lídia Chagas de; TRIGO, Antônio Carrera. Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. **Revista de Iniciação Científica–RIC Cairu**, v. 2, n. 2, p. 155-172, 2015.

DE OLIVEIRA BLANCO, Luiz Alonso; LEÃO, Terezinha Soares; GUZZO, Renata Fernandes. Atendimento do Setor de Reservas em relação aos idiomas na rede hoteleira de Porto Alegre, 2013.

DE OLIVEIRA, Ana Carolina Rosa Posuelo; PASSOS, Bruna Souza. Rompendo estigmas: os países falantes de inglês. **REVISTA BEM LEGAL**, Porto Alegre. V. 5, nº 2, p. 67-76, 2015.

G1 - Portal de Notícias da Globo. **Três cidades de SC estão entre as 10 mais visitadas a lazer por estrangeiros**.

Disponível em:

<<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2016/07/tres-cidades-de-sc-estao-entre-10-mais-visitadas-lazer-por-estrangeiros.html>> Acesso em: 20 Mar. 2017.

GARCIA, Manuel Enriquez. Absorção de mão-de-obra, escolaridade e salários na hotelaria brasileira. **Revista Turismo em Análise**, v. 7, n. 1, p. 26-35, 1996.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfó. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GOMES, Luiz Fernando. Uso da Língua Inglesa nos Hotéis de Sorocaba e Região: um estudo das necessidades na situação-alvo. **The ESPECIALIST**. ISSN 2318-7115, v. 24, n. 1, p.17-34, 2003.

GRANDE, Ildelfonso. Marketing cross-cultural; [Tradução Paco Torras]. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

- GRIGOLETTO, Marisa. O inglês na atualidade: uma língua global, 2013. Disponível em <<http://www.labeurb.unicamp.br/elb2/pages/artigos/lerArtigo.lab?id=98>>. Acesso em 30 Out. 2017.
- ISMAIL, Ahmed. Hospedagem: front office e governança. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- JENKINS J.; A. COGO; M. DEWEY. Review of developments in research into English as a lingua franca. *Language Teaching* 44/3: 281-315, 2011.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- KUMARAVADIVELU, Blasubramanian. A linguística aplicada na era da globalização. **Por uma linguística aplicada indisciplinar**. São Paulo: Parábola, 2006, p. 129-148.
- LANZMASTER, Luciane; DA SILVA, Marimar. “A gente dá um jeito”: Percepções do setor de recepção sobre a língua inglesa em hotéis resort em Florianópolis. Mimeo.
- LONGO, Rose Mary Juliano. **Gestão da qualidade**: evolução histórica, conceitos básicos e aplicação na educação. 1996.
- MARTINS, Sonia Sevilha. **Qualidade no atendimento**. Universidade Paulista - UNIP, 1998. Disponível em <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENECEP1998_ART434.pdf> Acesso em 06 Nov. 2017.
- PILATTI, Andriele; SANTOS, Maria Elisabete Mariano dos. O domínio da língua inglesa como fator determinante para o sucesso profissional no mundo globalizado. **Secretariado Executivo em Revista**®, v. 4, n. 4, 2011.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.
- RIBEIRO, Karla Cristina Campos. A determinação das competências individuais para os bacharéis em turismo, segundo a percepção dos gestores da hotelaria e alunos do curso de turismo da faculdade alfa na cidade de Manaus. 2004.
- RITTER, Rejane Koppe Rolim. **As necessidades dos profissionais de hotelaria em relação à língua inglesa**. [dissertação]: setor de ciências humanas. Curitiba, PR, 1997. 110 p.
- SILVA, Jessica Cristina da; BONIFÁCIO, Carla Aleksandra de Melo. Inglês para hotelaria: análise das necessidades de aprendizado dos profissionais em hotéis de grande porte de João Pessoa/PB. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. XII, n. 1, p. 438- 462, jun. 2015.
- TORKINGTON, Kate; PERDIGÃO, F. O domínio de línguas estrangeiras no turismo e hotelaria. **dosalgarves**, n. 11, p. 16-20, 2003.
- VARGAS, Ivanete de Deus Simões; VIEIRA FILHO, Nelson Antônio Quadros; VIEIRA, Adriane. A Formação do Trabalhador de Nível Operacional em Hotelaria e sua Adequação às Necessidades de uma Organização: um Estudo de caso em Belo Horizonte. **REUNA**, v. 11, n. 1, 2010.
- YIN, Robert. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. 4ª. Ed. Tradução Ana Thorell. São Paulo: Bookman, 2010.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Tourism Highlights. 2016 Edition**. Disponível em:<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf>. Acesso em: 19 Mar. 2017.