

## COMPETÊNCIA COMUNICATIVA EM INGLÊS DOS TRABALHADORES DE HOSTELS DA GRANDE FLORIANÓPOLIS-SC: A PESQUISA COMO PRINCÍPIO PEDAGÓGICO

### HOSTEL WORKERS' COMMUNICATIVE COMPETENCE IN ENGLISH IN THE REGION OF FLORIANÓPOLIS-SC: RESEARCH AS A PEDAGOGIC PRINCIPLE

Thayse Regina Abreu<sup>1 2</sup>

#### RESUMO:

As interações humanas são mediadas pela linguagem. A prestação de serviço no setor hoteleiro não é diferente: os trabalhadores precisam dominar diferentes idiomas para interagir com os hóspedes adequadamente. No entanto, estudos vêm mostrando que há uma lacuna nesse tipo de conhecimento entre os trabalhadores do setor, principalmente quando o idioma é o inglês. Este estudo, de natureza qualitativo-interpretativa, busca identificar o nível de competência comunicativa em inglês dos trabalhadores de *hostels* da Grande Florianópolis. Foram selecionados 22 *hostels* e 22 trabalhadores do setor de recepção para a pesquisa. Os dados, obtidos por meio de questionário *online* e de entrevistas com os participantes, em 2017.2, foram analisados por meio de análise de conteúdo e confronto teórico. Os resultados sugerem um cenário positivo nos *hostels* em relação à competência em inglês de seus trabalhadores. Contudo o estudo alerta que essa competência por si só não garante uma interação eficaz com o hóspede; outros conhecimentos são demandados desses trabalhadores. Sugere-se o aprofundamento do estudo para corroborar ou refutar os resultados obtidos e a continuidade da publicação de editais temáticos como A Pesquisa como Princípio Pedagógico, já que proporciona a integração teoria-prática e aprendizado a partir dela.

**Palavras-chave:** Inglês; *Hostels*; Florianópolis; Pesquisa como Princípio Pedagógico.

#### ABSTRACT:

Human interactions are mediated by language. The delivery of service in the hotel sector is not different: workers need to master different languages to meet the guests' needs. However, studies have shown that there is a gap in this type of knowledge among workers in the sector, especially when the language is English. This qualitative-interpretive study seeks to identify the level of communicative competence in English of hostel workers in the region of Florianópolis. It was selected 22 hostels and 22 reception workers for this research. The data, obtained through an online questionnaire and interviews with the participants, in 2017.2, were analyzed through Content Analysis and theoretical comparison. The results suggest a positive scenario for hostels as regards workers' communicative competence in English. However, it alerts that the communicative competence itself does not guarantee an effective interaction with the guest; other types of knowledge are required from hostel workers. It is suggested to deepen this study to corroborate or refute its results, and to continue releasing thematic

<sup>1</sup> Técnica em Gastronomia, Panificação e Confeitaria pelo Instituto Federal de Santa Catarina e acadêmica da 6ª fase do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria do Instituto Federal de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Pesquisa desenvolvida com suporte do Edital 20 PROPIDAE/2017, do Instituto Federal de Santa Catarina.

research projects on Research as a Pedagogical Principle, since they open room to bridge the gap between theory and practice, and trigger learning from that.

**Keywords:** English; Hostels; Florianópolis; Research as a Pedagogic Principle.

## 1 INTRODUÇÃO

A mudança da concepção de língua estrangeira/inglês como um conjunto de regras aplicáveis na construção de frases para língua como prática social ou “ato social de interação” (TERRA, 2008, p. 171) traz implicações para a formação de cidadãos. Tal mudança de concepção busca formar sujeitos capazes de pensar e agir discursivamente e, portanto, de transformar a realidade que os cerca por meio da linguagem.

No entanto, por questões culturais, políticas e ideológicas, a educação pública regular no Brasil não tem sido capaz de garantir o direito à aprendizagem de idiomas numa perspectiva voltada para o uso social da língua, direito esse que acaba sendo usufruído apenas pela camada mais favorecida da população (COELHO, 2006). Dessa forma, a educação pública regular deixa de cumprir seu papel de formadora ao insistir no ensino sobre a língua estrangeira/inglês em detrimento do seu uso social, que traz consequências para uma camada significativa de cidadãos brasileiros, tanto no plano pessoal quanto no profissional.

Reflexos nada positivos desse ensino de língua estrangeira/inglês apartado do seu uso social vêm sendo identificados em estudos sobre o setor hoteleiro no Brasil, a despeito do fenômeno da globalização e do desenvolvimento da tecnologia da informação e comunicação, que sinalizam em outra direção, impulsionando o inglês ao nível de língua franca, isto é, um idioma que extrapola suas barreiras geográficas para tornar-se uma língua mundial para a mediação de atos sociais de interação ao redor do planeta.

Nosso país, entretanto, ainda parece distanciado da tendência mundial em relação ao domínio da língua estrangeira/inglês. Estudos recentes no setor hoteleiro, a exemplo de Amorim (2011), Silva e Bonifácio (2015), Lanznaster e Silva (2018), com foco no ensino de línguas estrangeiras e interface na área de Turismo, têm evidenciado a falta de competência comunicativa em idiomas entre os trabalhadores de hotéis de grande porte em diferentes regiões do Brasil.

Assim, este estudo, de natureza qualitativo-interpretativa, tem como objetivo identificar o nível de competência comunicativa em inglês dos trabalhadores de *hostels* da

Grande Florianópolis, tendo em vista que nada foi identificado no banco de dados da CAPES<sup>3</sup> a respeito dessa temática em hospedagens do tipo *hostel*.

Dessa forma, pretende-se ampliar o conhecimento gerado pelas pesquisas na área no Brasil e trazer *insights* para o ensino de inglês aplicado à hotelaria. Além disso, este artigo visa socializar os resultados da pesquisa financiada pelo Edital 20 PROPIDAE/2017 do Instituto Federal de Santa Catarina, com foco na temática: A Pesquisa como Princípio Pedagógico<sup>4</sup>.

Este artigo está organizado em 5 seções. A primeira apresentou o cenário onde o estudo está inserido; a segunda apresenta o referencial teórico que deu apoio ao estudo; a terceira, a metodologia da pesquisa; a quarta, a análise dos dados; e a quinta, a conclusão e as considerações finais.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta o suporte teórico da presente pesquisa, que foi organizado em duas subseções. A primeira sinaliza a relevância do turismo para a economia de nosso país e sua inter-relação com o setor de hospedagem. E a segunda traz um breve apanhado dos estudos empíricos identificados na literatura sobre o tema deste estudo: a competência comunicativa de trabalhadores do setor hoteleiro no Brasil.

### 2.1 TURISMO & HOSPEDAGEM

O turismo transformou-se em uma das atividades econômicas mais importantes do mundo contemporâneo, recebendo, cada vez mais, atenção e seriedade no seu tratamento científico e técnico. Porém, os índices estatísticos do turismo na América Latina ainda são baixos e pouco representativos se comparado ao contexto mundial (NASCIMENTO e SILVA, 2004). Em 2016, o setor turístico brasileiro representou um impacto direto equivalente a 3,2% do PIB, gerando mais de 2,5 milhões de empregos diretos no país, isso segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2018). Nesse sentido, a atividade econômica apresenta

---

<sup>3</sup> Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, uma fundação vinculada ao Ministério da Educação (MEC) do Brasil que atua na expansão e consolidação da pós-graduação stricto sensu (mestrado e doutorado) em todos os estados do país.

<sup>4</sup> A Pesquisa como Princípio Pedagógico é objeto de ensino e aprendizagem no processo de escolarização no IFSC e tem como fim desenvolver nos estudantes habilidades cognitivas para interpretar teorias, relacionar, analisar, criticar, refletir, rejeitar ideias fechadas, aprender, buscar soluções, propor alternativas etc. Esses conhecimentos, constituídos por meio da linguagem, contribuem para que o sujeito tenha sucesso no processo de aprendizagem e as condições necessárias para progredir nos estudos e no trabalho.

amplas possibilidades de geração de empregos e um importante gerador do crescimento econômico.

Sob o olhar de a Organização Mundial Turismo (OMT) incentiva vigorosamente os governos de diferentes países, que reconheçam o potencial da geração de empregos na área de turismo, melhorando as redes de informação, eliminando a burocracia e intensificando a educação turística (OLIVEIRA, 2001, p. 47).

Desde o século XIX, o turismo brasileiro vem obtendo conquistas importantes: o número de turistas estrangeiros aumentou, a infraestrutura dos destinos melhorou e uma série de megaeventos foram realizados e colocaram o Brasil no centro das atenções do planeta. Com relação à demanda internacional, a chegada de turistas estrangeiros ao país não aumentou consideravelmente em relação aos anos anteriores de 2016, mas atingiram 6,57 milhões de chegadas. Os maiores países emissores de turistas internacionais para o Brasil, são Argentina (34,9%), seguida pelos Estados Unidos (8,7%), que representou o total de turistas em 2016. Já em 2017, o turismo mundial superou as expectativas de crescimento no Brasil, com 1.322 bilhão de viajantes internacionais, o que significa um aumento de 7% com relação a 2016, representando o melhor resultado em sete anos (BRASIL, 2018).

Os dados mostram que essa é uma tendência crescente, sendo que no município de Florianópolis, o cenário não é diferente. Florianópolis é um dos responsáveis pelo movimento intenso de atrações e de turistas de diversos locais do Brasil e do mundo. Em torno de 5 milhões de visitantes são recebidos no estado, incluindo estrangeiros, brasileiros de outros estados e os próprios catarinenses que circulam pelo território com motivação turística. A capital do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, está em terceiro lugar das cidades mais visitadas pelo turista estrangeiro nos anos de 2010 e 2011, abaixo somente do Rio de Janeiro e de Foz do Iguaçu, quando o motivo da viagem internacional é puramente lazer (BRASIL, 2012).

Esse cenário pressupõe uma infraestrutura sólida, em termos de hospedagem, transporte, alimentação, entre outros serviços, para que o turismo se mantenha forte, sustentando economicamente o município, o estado e o país. Mas o que está implícito no termo hospedagem, hotel e *hostel*?

O termo hospedagem, entendido a partir de Ribeiro (2011, p. 17), refere-se a um “conjunto de empresas destinadas a promover acomodações em condições de segurança, higiene e satisfação às pessoas que buscam por esses serviços”. Assim, hotel pode ser compreendido como um empreendimento de hospedagem destinado a atender as necessidades

de pessoas em deslocamento em razão de diversos fins, como lazer, negócios, conforme propõem Presser, Werlang e Silva (2016, p. 46-47).

Já o conceito de albergue (ou *hostel*) remonta a 1909, quando o professor alemão Richard Schirrmann percebeu a necessidade de acomodações baratas para que seus alunos, durante viagens curtas, pudessem ter uma experiência diferente daquela que tinham na escola. Em 1912, ele estabeleceu o primeiro albergue da juventude no Castelo de Altena, na Alemanha. Ao ajudarem em tarefas diárias, como limpar e cozinhar, os estudantes podiam dormir nos mesmos dormitórios e ganhar algum dinheiro extra. O conceito de albergue da juventude espalhou-se amplamente na Alemanha e na Europa. Em 1930, havia mais de 2.000 albergues apenas na Alemanha. Mais tarde, em 1932, a Federação Internacional de Albergues da Juventude (desde 2006 *Hostelling International*) foi fundada em Amsterdã, e Richard Schirrmann tornou-se seu primeiro presidente.

A categoria de hospedagem *hostel*, designado como um empreendimento de hospedagem com serviços básicos e elementares, providos de unidades habitacionais simples e muitas delas coletivas, torna a hospedagem *low cost*. Eric van Dijk, chefe de operações de hotéis da *Meininger Hotels*, em uma das muitas conferências da Say Wyse, disse: “O 's' no *hostel* significa social”. *Hostels* são projetados especificamente para incentivar a interação social entre os hóspedes de uma forma que os hotéis não proporcionam. Os funcionários do *hostel* são contratados para fazer parte da sua comunidade, não apenas de forma profissional, mas também social. Os hóspedes podem alugar uma cama, geralmente um beliche em um dormitório, e compartilhar um banheiro, *lounge* e, às vezes, uma cozinha. Muitos deles são residentes de longa duração e integram a equipe de recepção ou de limpeza em troca de experiência ou acomodação com desconto.

Para permitir a prestação de serviços de alojamento temporário em estabelecimentos que não reúnem os requisitos legalmente exigidos para os empreendimentos turísticos, o Decreto Lei n.º 128/2014 regulamenta os *hostels*. De acordo com a referida lei, o dormitório de um *hostel* precisa ser constituído por um mínimo de quatro camas ou beliches quando o número de camas for inferior a quatro.

Além da infraestrutura, pressupõe-se que os trabalhadores do setor hoteleiro, que incluem os *hostels*, devem estar preparados para receber bem o turista/hóspede, seja ele nacional ou estrangeiro. Receber bem significa ter conhecimento na área de atuação profissional e dominar diferentes idiomas, tendo em vista que a prestação de serviços é mediada pela linguagem. No entanto, quando o assunto se refere a idiomas, os estudos sobre o setor hoteleiro vêm indicando lacunas de conhecimento entre os trabalhadores, principalmente

aqueles que trabalham nos departamentos de recepção e reserva dos hotéis. A próxima seção aborda essa questão.

## 2.2 ESTUDOS EMPÍRICOS NA HOTELARIA

Estudos com foco no ensino de línguas estrangeiras, alguns com interface na área de Turismo (a exemplo dos estudos de RITTER, 1997; GOMES, 2001; RIBEIRO, 2004; BLANCO; LEÃO; GUZZO, 2010; AMORIM, 2011; NAVARRO, 2011; SILVA; MOTA, 2013; SILVA; BONIFÁCIO, 2015; LANZMASTER; SILVA, 2018, entre outros), vêm evidenciando a falta de competência comunicativa não apenas em línguas estrangeiras, mas também em língua portuguesa no desenvolvimento das atividades profissionais dos trabalhadores do setor hoteleiro, em diferentes regiões do Brasil. Mas o que é competência comunicativa em uma língua?

Por competência comunicativa, este estudo entende que o trabalhador do setor de turismo/hotelaria precisa dominar quatro dimensões da linguagem para desenvolver suas funções com eficiência e precisão: a competência gramatical ou linguística, a sociolinguística, a discursiva e a estratégica (CANALE; SWAIN, 1980). Na primeira dimensão, o trabalhador precisa dominar as estruturas e regras de pronúncia para compreender e se expressar com acuidade; na segunda, considerar seu papel no contexto da situação e a escolha de registro e estilo; na terceira, considerar a coesão e coerência para o contexto; e a quarta, considerar o uso de estratégias de comunicação verbal e não verbal para compensar quebras de comunicação, tendo em vista que não há falantes e ouvintes ideais (NEVES, 2005).

Ainda, Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (QECL)<sup>5</sup> caracteriza o falante de nível básico como aquele capaz de produzir expressões simples e isoladas sobre pessoas e lugares. O de nível intermediário como aquele que propicia ao falante a capacidade de compreender questões principais, quando é usada uma linguagem clara e padronizada por seu interlocutor e os assuntos lhe são familiares. Ademais, o falante de nível intermediário tem capacidade de produzir um discurso simples e coerente sobre assuntos que lhe são familiares ou de interesse pessoal, podendo descrever experiências e eventos, sonhos, esperanças e ambições, bem como expor brevemente razões e justificativas para uma opinião ou um projeto. O QECL ainda caracteriza o nível avançado como aquele que propicia ao falante a capacidade de compreender, sem esforço, tudo o que ouve ou lê e é capaz de resumir

---

<sup>5</sup> Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (Common European Framework of Reference for Languages (em inglês) é um padrão internacionalmente reconhecido para descrever a proficiência em um idioma (CONSELHO DA EUROPA, 2001).

as informações orais e escritas, reconstruindo argumentos e fatos de um modo coerente. O falante de nível avançado interage de forma fluente e com exatidão e é capaz de distinguir variações de significado sutis em situações complexas. (CONSELHO DA EUROPA, 2001, p. 49).

Assim, tendo em vista o conceito de competência comunicativa e as competências listadas no QECRL, acredita-se que os trabalhadores de *hostels* comunicativamente competentes em inglês tenderão a impactar positivamente as experiências dos turistas/hóspedes que buscam o Brasil, o Estado de Santa Catarina ou, ainda, o município de Florianópolis para negócios, estudo ou lazer. E como anda o cenário brasileiro sobre essa questão?

Ismail (2010), que estudou o setor de hospedagem a partir da recepção e governança, já alertava para a necessidade de os colaboradores de empresas hoteleiras terem habilidades em línguas estrangeiras. Para o autor, ter competência em idiomas é um dos pré-requisitos para o exercício da função profissional no setor, pois é por meio da linguagem que os colaboradores interagem com os hóspedes com mais naturalidade. Mas o cenário não é positivo em relação a esse aspecto.

A pesquisa de Ritter (1997), primeiro estudo sobre a competência comunicativa na língua inglesa no setor hoteleiro no Brasil, identificou que a produção e a compreensão oral em língua inglesa (falar e entender o que foi falado) são muito importantes no setor, ainda que a maior parte dos cargos pesquisados exigem conhecimento básico em língua inglesa.

O estudo de Ribeiro (2004), que investigou as competências de bacharéis em turismo a partir da perspectiva de gestores hoteleiros e de alunos de turismo, apontou que é muito pequeno o número de bacharéis fluentes em um idioma estrangeiro e que o nível de qualificação dos profissionais da hotelaria, principalmente no setor de hospedagem, ainda é muito baixo.

Já o estudo de Navarro (2011), que pesquisou a demanda de traduções (língua inglesa para língua portuguesa) na área de hotelaria, apontou que esta é muito maior do que a oferta de materiais de referências de obras bilíngues na área. Com isso, o estudo confirmou a falta de rigor e alcance dos dicionários disponíveis e mostrou a carência de obras bilíngues oferecidas na área.

Por outro lado, Gomes (2001) pesquisou sobre o uso da língua inglesa nos hotéis de Sorocaba e região. Em seu estudo, o autor identificou que os funcionários ocupam postos diferentes, utilizam a língua inglesa em situações diferentes, em maior ou menor intensidade,

e têm o domínio mínimo necessário na língua inglesa. Ou seja, sabem cumprimentar e explicar o funcionamento do hotel, bem como falar sobre as situações do dia a dia no hotel.

Já a pesquisa de Silva e Mota (2013), cujo foco foi nas competências para o mercado de trabalho em turismo e hotelaria em Fortaleza, argumenta que, diante do avanço da tecnologia e as novas exigências mercadológicas, os profissionais de Turismo e Hotelaria necessitam buscar atualização constante, saber línguas estrangeiras e as atividades operacionais da profissão para se adequarem ao mundo do trabalho e terem maior possibilidade de trabalho.

Amorim (2011), em estudo sobre o setor de recepção e de alimentos e bebidas em hotéis de Florianópolis, identificou que há uma lacuna de conhecimento em língua estrangeira no contexto pesquisado e alerta para o sentimento de incompetência que a falta de conhecimento de inglês traz para os profissionais participantes do estudo.

O estudo de Blanco *et al.* (2013) sobre o atendimento do setor de reservas em relação a idiomas na rede hoteleira de Porto Alegre apontou que o grau de entendimento de solicitação de reserva em espanhol, inglês e português por e-mail é muito baixo. O estudo também identificou que há dificuldades gerais em relação aos idiomas, ao conteúdo das informações dadas ao cliente e à cordialidade das respostas, além do fato de muitos empreendimentos não darem retorno à solicitação de reserva ao cliente.

Em estudo recente na cidade de João Pessoa sobre as necessidades de aprendizado dos profissionais em hotéis de grande porte em língua inglesa, Silva e Bonifácio (2015) concluíram que dentre as rotinas hoteleiras o inglês precisa ser bastante usado em conversas espontâneas, em telefonemas, em e-mails e na tradução de cardápios de restaurantes. Além disso, identificaram que o profissional do setor formado na área e fluente em inglês ainda não é valorizado pelas gestões dos grandes hotéis de João Pessoa, além de terem de disputar espaço no mundo do trabalho com profissionais sem qualificação e sem domínio do idioma.

Mais recentemente, o estudo de Lanznaster e Silva (2018) sobre a percepção dos trabalhadores do setor de recepção em relação à língua inglesa, no município de Florianópolis, revelou que esses veem a competência comunicativa no idioma como uma ferramenta básica em sua rotina profissional. Porém, apesar de fundamental, a competência comunicativa em inglês dos trabalhadores do contexto investigado - dois hotéis de grande porte na Ilha de Santa Catarina - ainda está aquém das necessidades. Diferentemente do que o estudo esperava, poucos são os trabalhadores fluentes no idioma e menos ainda os que conseguem manter uma conversação focada nas necessidades dos hóspedes ou responder perguntas sobre os produtos e serviços dos hotéis estudados.

Além das questões já apontadas, os estudos de Amorim (2011), de Silva e Bonifácio (2015) e de Lanznaster e Silva (2018) alertam para a necessidade de se investigar com mais profundidade as necessidades linguísticas dos trabalhadores de cada setor do hotel devido às suas especificidades, e de se investir em larga escala no trabalhador para se alinhar às novas demandas, que não são poucas ou simples.

Como evidenciado nesta seção, há uma lacuna significativa na competência comunicativa em inglês dos trabalhadores de hotéis de grande porte em diferentes regiões do Brasil, o que pode fragilizar o atendimento de turistas/hóspedes estrangeiros e impactar o turismo de forma geral como consequência. E em meios de hospedagem do tipo *hostel* qual é o cenário? É o que o presente estudo pretende desvelar tendo em vista que não foi identificado qualquer estudo nesse sentido na base de dados da CAPES.

Na sequência, apresentar-se-á o desenho metodológico para essa questão-problema de pesquisa.

### 3 DESENHO METODOLÓGICO DO ESTUDO

Como mencionado anteriormente, este estudo tem como objetivo geral identificar o nível de competência comunicativa em inglês dos trabalhadores de *hostels* da Grande Florianópolis. A partir desse objetivo, busca-se desvelar o panorama desse contexto específico em relação ao idioma, publicizar os resultados do estudo com a comunidade acadêmica e o IFSC, justificando o investimento feito por meio do Edital 20/PROPPIDAE, e contribuir com cursos de inglês aplicado à hotelaria.

Para alcançar o objetivo proposto no presente estudo, decidiu-se por uma pesquisa qualitativo-interpretativa tendo em vista que o estudo se preocupa “[...] com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações de um grupo [...]” (CÓRDOVA; SILVEIRA, 2009, p. 31). Assim, propôs-se a seguinte pergunta geral de pesquisa: Qual é a realidade dos *hostels* no que tange à competência comunicativa na língua inglesa na Grande Florianópolis-SC? E as seguintes perguntas específicas: i) Os participantes do estudo têm competência comunicativa em inglês?; ii) Em que nível: básico, intermediário ou avançado?; e iii) Que percepções os participantes têm de suas interações com o hóspede estrangeiro em inglês no contexto profissional?

No sentido de responder às perguntas deste estudo, a coleta de dados foi estruturada em quatro etapas: (1) identificação do universo e recorte da amostra; (2) elaboração dos

instrumentos de coleta de dados; (3) procedimentos de coleta de dados; e (4) procedimentos de análise dos dados.

Na primeira etapa, foi definido o meio de hospedagem e o recorte para o estudo - *hostels* na Grande Florianópolis. Para a localização dos *hostels* e recorte da amostra, foi utilizada a ferramenta *Google Maps*, que identificou 88 na região. A primeira tentativa de contato com os participantes para a apresentação da pesquisa e posterior coleta de dados deu-se por meio das redes sociais *Facebook* e *Instagram* dos próprios *hostels*, mas sem sucesso. Alguns dos estabelecimentos contatados explicitamente recusaram-se a participar da pesquisa, enquanto outros sequer deram retorno. Diante disso, decidiu-se pelo contato pessoal presencial. Entretanto, devido à baixa temporada, muitos *hostels* estavam fechados, reduzindo ainda mais o contexto da pesquisa.

Na segunda etapa, foram elaborados os instrumentos de coleta de dados com base em referenciais teóricos e em informações sobre os *hostels* na *Internet*. Usou-se a Plataforma Google, mais especificamente o *Google Forms*, para a elaboração de um questionário *on line* com perguntas fechadas e abertas. O questionário buscou informações pessoais, como data de nascimento, origem e etnia; informações profissionais, como setor do trabalho, horário de trabalho e tempo de trabalho no *hostel*; informações sobre o nível de educação formal; e, por fim, informações relacionadas ao aprendizado de inglês. A partir das respostas do questionário, foram feitas entrevistas, buscando relacionar a competência comunicativa com as experiências com o hóspede estrangeiro em inglês no contexto de trabalho.

Na terceira etapa foi realizada a visita aos *hostels* selecionados, visando explicar aos participantes o objetivo da pesquisa, solicitar a participação e obter a autorização do estudo. A partir da autorização, foi aplicado o questionário e a entrevista para coletar as experiências de interação com o hóspede em inglês, que foram apoiados nos estudos teóricos e empíricos revisados no presente estudo.

Dos que se voluntariaram a participar, vinte e dois (22) trabalhadores, todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). A partir da assinatura do TCLE, foi, então, aplicado o questionário eletrônico aos participantes, que tiveram seus nomes substituídos pela letra “P”, acrescido de números, de 1 até 22, visando preservar suas identidades.

Na quarta etapa foi realizada a análise e interpretação dos dados das diferentes fontes. Os dados do questionário geraram alguns gráficos, que foram analisados qualitativamente, agrupando-os por semelhanças e diferenças e à luz da teoria revisada neste estudo. Mais especificamente, os dados do questionário serviram para construir o perfil do contexto e dos

participantes, identificar seu nível de competência comunicativa em inglês e suas percepções sobre as experiências com o hóspede estrangeiro no contexto profissional, que serão descritas e analisadas na próxima seção.

#### 4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção descreve e analisa os dados coletados, buscando responder as perguntas de pesquisa. Para isso, foi dividida em dois tópicos. No primeiro, apresenta-se o contexto e os participantes do estudo e, no segundo, as percepções destes sobre as interações com os hóspedes estrangeiros em inglês.

##### 4.1 O CONTEXTO E OS PARTICIPANTES

Florianópolis, ilha do Estado de Santa Catarina, conhecida popularmente como Ilha da Magia, por sua beleza natural, possui forma alongada e estreita, com comprimento médio de 55 km e largura média de 18 km. Com litoral bastante recortado, possui várias enseadas, pontas, ilhas, baías e lagoas. A ilha está situada de forma paralela ao continente, separada dele por um estreito canal (VIAGEM SANTA CATARINA, 2018). Porém, o presente estudo não se limita a ela, mas se expande para a Grande Florianópolis. Compõem a Grande Florianópolis os municípios de Florianópolis, Garopaba, Palhoça, Paulo Lopes, Águas Mornas, Alfredo Wagner, Angelina, Anitápolis, Antônio Carlos, Biguaçu, Canelinha, Governador Celso Ramos, Leoberto Leal, Major Gercino, Nova Trento, Rancho Queimado, Santo Amaro da Imperatriz, São Bonifácio, São João Batista, São José, São Pedro de Alcântara e Tijucas, conforme a Associação dos Municípios da Grande Florianópolis (2018).

Dos meios de hospedagem da Grande Florianópolis, foram selecionados vinte e dois *hostels* como objeto de estudo, por localizarem-se em praias frequentadas por turistas estrangeiros, por estarem abertos durante o tempo da coleta de dados e por terem se disponibilizados a participar do estudo. Os *hostels* selecionados estão localizados em diferentes bairros da ilha de Florianópolis, a citar: Lagoa da Conceição, Joaquina, Barra da Lagoa, centro de Florianópolis, Canasvieiras, Trindade, Ingleses, e no continente: Garopaba, Paulo Lopes e na famosa Guarda do Embaú, uma reserva mundial de *surf*, localizada no município de Palhoça, 46 km ao sul do município de Florianópolis.

Em relação aos trabalhadores dos *hostels* participantes da pesquisa, a análise dos dados mostra que, dos vinte e dois participantes, 59,1% são mulheres e 40,9% são homens,

com idades variando entre 19 e 62 anos, dos quais 82% estão na faixa etária de 25 a 38 anos, indicando que os trabalhadores dos *hostels* pesquisados são jovens. Com relação à etnia, 59,1% são brancos; 27,3% pardos; 9,1% negros; e 4,5% indígenas.

Conforme indicam os dados, os trabalhadores caracterizam-se por serem predominantemente mulheres, brancas e jovens, embora haja negros e indígenas em menor número. Acredita-se que trabalhadores de diferentes etnias em *hostels* possa ser uma consequência das recentes políticas de inclusão social no Brasil, a exemplo da Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012, Art. 3º. A referida lei determina que 50% das vagas em cada instituição federal de ensino superior serão preenchidas por autodeclarados pretos, pardos e indígenas e por pessoas com deficiência.

No que se refere aos trabalhadores de *hostels* serem predominantemente mulheres, brancas e jovens, a pesquisa publicada pela Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) sobre o setor hoteleiro, contratada pela Confederação Nacional dos Trabalhadores do Comércio e Serviço da Central Única dos Trabalhadores (CUT), já sinalizava, em 2013, que a composição da força de trabalho no setor é majoritariamente feminina (59%) se comparada aos homens (41%). Em relação à idade, o estudo (RAIS, 2013) mostrou que 37,3% da força de trabalho formal têm até 30 anos e 31,4% estão na faixa etária de 30 a 39 anos, indicando a preponderância dos trabalhadores mais jovens, com até 39 anos, no setor de hospedagem, dados estes corroborados no presente estudo.

No que tange à origem dos participantes, os dados desta pesquisa revelam que os trabalhadores do setor vêm de diferentes regiões do Brasil, a citar: Região Centro Oeste/ Minas Gerais (9%); Região Sudeste/São Paulo (4,5%) e Rio de Janeiro (4,5%); Região Sul/Paraná (9%), Santa Catarina (36,2%) e Rio Grande do Sul (22,6%). Além dessas regiões brasileiras, também há trabalhadores estrangeiros vindos da Argentina (4,5%) e Venezuela (4,5%).

Em suma, esses dados sinalizam que os trabalhadores vêm de várias regiões brasileiras, mostrando um movimento interno de jovens brasileiros e estrangeiros vindos de países vizinhos à busca de trabalho e/ou de melhores condições de vida na Capital do Estado de Santa Catarina. Movimento este que pode ter sido desencadeado por diferentes fatores tais como religiosos, psicológicos, sociais, econômicos e políticos, que não é foco do presente estudo, mas aponta uma nova temática de pesquisa.

Em relação à educação formal dos participantes, 18,1% têm formação básica em nível médio; 13,6% formação em nível técnico; 50% formação em nível superior; 18,2% formação em pós-graduação. Somando-se os 18,1% de trabalhadores com formação básica em nível

médio aos 13,6% com formação em nível técnico, tem-se 31,7% de trabalhadores com ensino médio completo no contexto investigado. Esses dados se aproximam do estudo sobre o setor hoteleiro desenvolvido pela RAIS (2013), que sinaliza um aumento do nível de escolaridade dos trabalhadores do setor - 43,2% tinham Ensino Médio completo -, e sugere que o aumento da escolaridade pode ser reflexo das políticas de universalização do Ensino Médio no Brasil.

O presente estudo parece corroborar a inferência feita no estudo da RAIS em 2013, tendo em vista que 50% dos trabalhadores dos *hostels* pesquisados têm formação em nível superior. Por outro lado, este estudo também mostra que esses trabalhadores estão atuando fora da sua área de formação profissional. Ou seja, apenas 13,5% dos participantes têm graduação em hotelaria/turismo, 13,5% têm graduação em administração, e os demais participantes têm graduação em áreas diversas como moda engenharia de produção, publicidade, jornalismo letras, geografia e pedagogia, um possível reflexo da crise econômica no país nos últimos anos.

A partir desse achado, pode-se inferir que a crise econômica no Brasil talvez tenha direcionado os participantes com ensino médio completo e/ou graduação e competência comunicativa em inglês para esse campo de trabalho e, como consequência, eles passam a perceber seu trabalho como transitório e/ou de sobrevivência, como sugere o estudo conduzido pela RAIS, em 2013.

Já em relação ao investimento no aprendizado de inglês, 68,2% dos participantes fizeram curso de idiomas e 31,8% nunca investiram em cursos dessa natureza. Ainda, dos participantes que sabem o idioma, 26,3% têm nível avançado; 47,4%, nível intermediário; e 26,3%, nível básico. Entre os 22 participantes, 54,5% já visitaram ou moraram em países de língua inglesa. Destes, cinco do sexo feminino e três do masculino moraram no exterior por mais de um ano.

De acordo com os dados, o presente estudo indica que grande parte dos participantes (68,2%) investiu em cursos de inglês, e alcançou o nível entre avançado e intermediário, corroborando os achados do estudo de Silva e Bonifácio (2015) sobre essa questão. Segundo o estudo citado, 80% dos recepcionistas participantes fizeram curso de inglês, porém apenas 20% deles têm fluência no idioma, diferentemente do presente estudo, cujos participantes dominam o idioma em nível avançado e/ou intermediário (26,3% e 47,4%, respectivamente). O estudo de Silva e Bonifácio (2015) também apontou que os participantes desconheciam a linguagem técnica de hotelaria em inglês, além da gramática do idioma.

Nesse aspecto, o presente estudo também identificou que falta conhecimento técnico do setor aos participantes. Durante a entrevista, o participante P6 relatou que “é embaraçoso

resolver problemas com estrangeiros sem conseguir me comunicar da maneira que gostaria, me falta vocabulário mais técnico”. Os participantes P9 e P10 também mencionaram que passaram por situações embaraçosas “pela falta de entendimento da linguagem técnica”, como ponderou P10, ou pela limitação no idioma e na linguagem técnica “fiquei confuso na resolução de problemas com estrangeiros, não consegui me comunicar da maneira que gostaria, falta de vocabulário mais técnico.”, como comentou P7.

Aprofundando a questão do nível de competência comunicativa da maioria dos participantes do presente estudo, avançado e/ou intermediário, o Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (QECRL) caracteriza o nível intermediário como aquele que propicia ao falante a capacidade de compreender questões principais, quando é usada uma linguagem clara e padronizada por seu interlocutor e os assuntos lhe são familiares. Ainda, o falante de nível intermediário tem capacidade de produzir um discurso simples e coerente sobre assuntos que lhe são familiares ou de interesse pessoal, podendo descrever experiências e eventos, sonhos, esperanças e ambições, bem como expor brevemente razões e justificativas para uma opinião ou um projeto. O QECRL caracteriza o nível avançado como aquele que propicia ao falante a capacidade de compreender, sem esforço, tudo o que ouve ou lê e é capaz de resumir as informações orais e escritas, reconstruindo argumentos e fatos de um modo coerente. O falante de nível avançado interage de forma fluente e com exatidão e é capaz de distinguir variações de significado sutis em situações complexas. (CONSELHO DA EUROPA, 2001, p. 49).

Assim, partindo do pressuposto de que a interação hóspede - trabalhador se efetiva devido ao nível de compreensão e produção oral da maioria dos participantes, agregado ao alto nível de escolaridade identificado, este estudo sugere que o atendimento ao hóspede estrangeiro nos *hostels* investigados tende a ser de qualidade, no que tange ao aspecto comunicação/interação, podendo gerar uma percepção positiva naqueles que procuram *hostels* como meio de acomodação na Grande Florianópolis e no próprio trabalhador.

Ampliando a temática, a próxima seção traz as percepções dos participantes sobre o uso e a importância do inglês no contexto profissional.

#### 4.2 PERCEPÇÕES DOS PARTICIPANTES SOBRE O INGLÊS

No que tange à importância do inglês no contexto de trabalho, 81,8% dos trabalhadores informaram que o idioma é muito importante. Entretanto, apenas 54% deles afirmam que o idioma é necessário para desempenhar sua função profissional diariamente,

sugerindo que grande parte dos participantes têm consciência da importância do inglês, mas apenas metade deles percebe o idioma como necessário para desempenhar o seu trabalho, percepção esta que depende diretamente do tipo de hóspede que o *hostel* atende, se estrangeiros que usam inglês para se comunicar ou se brasileiros, além das experiências que tiveram ao longo da vida.

Referente ao uso do inglês nas interações com os hóspedes estrangeiros nos diferentes setores dos *hostels* investigados, 59,1% dos participantes informaram que precisam falar inglês com fluência; 77,3% compreender bem o idioma; 31,8% ler; e 22,7% escrever corretamente. Resumidamente, os participantes que usam inglês em seu contexto de trabalho, seja para compreender ou produzir a língua oralmente ou pela escrita, percebem que, para o setor de recepção, a compreensão e produção oral (entender e falar) são mais importantes e demandam fluência e bom nível de compreensão por parte do trabalhador, tendo em vista que o atendimento ao hóspede no setor é presencialmente ou por telefone.

No que se refere à competência estratégica, 72,7% dos participantes julgam essa competência muito importante e 27,3% deles importante. Para eles a linguagem não verbal (gestos, expressões faciais) contribuem na interação com o hóspede quando a linguagem ou a falta dela não dá conta da produção ou compreensão de significados. Ainda nesse sentido, alguns participantes mencionaram usar aplicativos de tradução como estratégia para a interagir com os hóspedes. Destes, 27,3% dos participantes responderam que usam sempre que ocorre alguma limitação na compreensão e produção de informação; 36,4% usam os aplicativos de tradução às vezes; e 36,4% afirmaram não usar aplicativos de tradução porque não precisam. Esses dados sugerem que os trabalhadores do contexto investigado têm, além dos conhecimentos já identificados neste estudo, conhecimento de ferramentas digitais para enfrentar situações e resolver problemas profissionais de interação com o hóspede. No entanto, nem sempre a interação com o hóspede é bem-sucedida.

Em relação aos relatos de experiência das interações com o hóspede em inglês, 77,3% dos entrevistados informaram que já passaram por situações em que foram bem-sucedidos ao falar em inglês com o hóspede, ou seja, conseguiram atender as necessidades do hóspede em inglês. Dessas experiências, 62,5% aconteceram no setor de recepção; 18,8%, no serviço de governança; e 37,5% no serviço de alimentos e bebidas. Já em relação às experiências não tão bem-sucedidas, 59,1% dos participantes informaram ter passado por alguma situação que lhes causou algum embaraço, ou seja, a barreira linguística foi um empecilho para atender as necessidades do hóspede. Dessas, 84,6% ocorreram no setor de recepção, 23,1% no de governança; e 7,7% no serviço de alimentos e bebidas.

A partir dos relatos das interações dos trabalhadores com os hóspedes em inglês, em diferentes setores do *hostel*, identificou-se, então, duas categorias de percepção motivadas pelo nível de competência comunicativa dos participantes em inglês: positiva e negativa. Na percepção positiva, o idioma contribui para uma interação eficiente e eficaz com o hóspede; já na negativa, o idioma constitui uma barreira linguística para que a interação com o hóspede ocorra. Tais percepções serão abordadas na sequência.

#### 4.2.1 Percepções positivas

No que tange às percepções positivas, estas estão relacionadas a experiências positivas que foram mediadas pela competência comunicativa em inglês dos participantes, identificadas neste estudo entre o nível avançado e intermediário. Entre as percepções, os participantes enfatizam uma gama variada de competências mediadas pela linguagem para interagir com os hóspedes no contexto de trabalho, por exemplo: gerenciar conflitos interpessoais entre hóspedes (P1); comunicar-se no idioma com precisão apesar do nível (P2); fazer-se entender no idioma (P3); gerenciar situações delicadas sobre o serviço de governança (P4); abordar assuntos culturais com o hóspede (P5). A título de exemplificação, seguem alguns excertos:

Trabalhador de recepção: [...] Eu consegui desfazer um mal entendido entre hóspedes brasileiros, argentinos e australianos em inglês. [Entrevista P1, Out. 2017]

Trabalhador de recepção: [...] Eu consegui informar o horário do café da manhã em inglês [Entrevista P2, Out. 2017]

Trabalhador de recepção: [...] Consegui ser compreendida com o nível de inglês que tenho [Entrevista P3, Out. 2017]

Trabalhador de governança: [...] Consegui dizer em inglês que o quarto já tinha sido limpo no dia [Entrevista P4, Out. 2017]

Trabalhador de alimentos e bebidas: [...] Os hóspedes adoram saber sobre a culinária local e até mesmo o modo de preparo. Por isso preciso do inglês [Entrevista P5, Out. 2017]

Os excertos sinalizam que as percepções positivas dos participantes serviram para mediar outras competências relacionadas ao contexto hoteleiro em diferentes setores a exemplo do gerenciamento de conflitos e de situações delicadas, além da habilidade interpessoal para se fazer entender sobre assuntos de diferentes naturezas, seja referente ao contexto hoteleiro, seja a um contexto mais amplo como o turismo e a cultura da região, contribuindo para que a interação com o hóspede se efetivasse e trouxesse aos trabalhadores percepções positivas no desenvolvimento de suas atividades profissionais.

Dessa forma, acredita-se que o trabalhador satisfeito com o seu desempenho profissional pode gerar uma percepção de satisfação no hóspede, criando um contexto positivo para fidelização. No entanto, o estudo sinaliza que a competência comunicativa em inglês por si só não garante uma interação eficaz com o hóspede; há necessidade de outros conhecimentos como os específicos da área técnica da profissão e outros mais amplos, além de habilidades interpessoais.

#### 4.2.2 Percepções negativas

No que tange às percepções negativas, estas estão relacionadas a experiências negativas causadas pela falta de competência comunicativa em inglês por parte dos trabalhadores dos *hostels* investigados ou pela falta de conhecimento de termos técnicos da área. Entre elas aparecem o embaraço (P6, P9 e P10), a frustração (P7), o constrangimento (P8) e o mal estar (P11). A título de exemplificação, seguem alguns excertos:

Trabalhador de recepção: [...] Os hóspedes fizeram perguntas e não consegui compreender o que estavam pedindo. Pior, entendi uma coisa totalmente diferente. Muito embaraçoso. [Entrevista P6, Out. 2017]

Trabalhador de recepção: [...] Não conseguir resolver problemas com estrangeiros, não conseguir me comunicar da maneira que gostaria, falta de vocabulário mais técnico. São situações frustrantes. [Entrevista P7, Out. 2017]

Trabalhador de recepção: [...] Tive de informar a direção do shopping fazendo mímicas. Fiquei constrangido. [Entrevista P8, Out. 2017]

Trabalhador de governança: [...] O hóspede pediu uma informação e dei outra. Bem embaraçoso. [Entrevista P9, Out. 2017]

Trabalhador de recepção: [...] Por falta de entendimento na linguagem técnica, já passei por situações embaraçosas. [Entrevista P10, Out. 2017]

Trabalhador de recepção: [...] Não consegui resolver os problemas dos hóspedes estrangeiros, não consegui me comunicar da maneira que gostaria. Falta de vocabulário mais técnico. Sensação bem ruim. [Entrevista P11, Out. 2017]

Os excertos sinalizam que as percepções negativas dos participantes, que emergiram de uma barreira linguística, seja pela limitação na competência comunicativa em inglês (a exemplo de P6, P8, P9 e P1, que não conseguiram entender corretamente a solicitação do hóspede, portanto não realizaram o atendimento adequadamente), seja pela falta de conhecimento técnico dos trabalhadores (a exemplo de P7, P10 e P11, que os impediu de

atender ao hóspede adequadamente), impactam negativamente no desenvolvimento do trabalho profissional.

A barreira linguística gera insatisfação no trabalhador, como sinaliza este estudo, mas também pode gerar insatisfação no hóspede, já que este pode perceber um desempenho inferior às suas expectativas. Entretanto, as percepções negativas geradas pela barreira linguística não são inéditas na literatura. Os estudos de Amorim (2011) e de Lanznaster e Silva (2018), que investigaram trabalhadores de hotéis de grande porte em Florianópolis, já alertavam para o sentimento de incompetência que a falta de conhecimento na língua inglesa traz para esses profissionais. Assim, este estudo sugere um aprofundamento dessa questão tendo em vista que o desempenho profissional dos trabalhadores do setor têm impacto direto na percepção de satisfação do cliente.

Em outras palavras, sabendo-se que o principal objetivo dos hotéis (e igualmente dos *hostels*) é satisfazer as necessidades das pessoas (CASTELLI, 2000; KOTLER e KELLER, 2006) e que satisfação é a sensação de prazer do cliente ao comparar o desempenho percebido de um produto com as suas expectativas (KOTLER e KELLER, 2006), os achados do presente estudo sugerem que a barreira linguística pode ser um entrave para satisfazer as necessidades do cliente e, conseqüentemente, de o *hostel* atingir sua função social.

Por fim, conforme indicam os dados do presente estudo, a falta de investimento no aprendizado de idiomas, agregado a outras questões que ultrapassam o escopo deste artigo, não são exclusividades de hotéis de grande porte no Brasil, elas também afetam os meios de hospedagem do tipo *hostel* e podem impactar negativamente o empreendimento.

A próxima seção retoma esse e outros assuntos, buscando responder a pergunta geral do presente estudo.

## **5 RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como mencionado anteriormente, este estudo buscou identificar a realidade dos *hostels* no que tange à competência comunicativa na língua inglesa na Grande Florianópolis-SC. Nesse sentido, o estudo sinaliza um cenário positivo no que se refere à competência comunicativa dos participantes dos *hostels* investigados quando comparados aos conduzidos em hotéis de grande porte no Brasil. Nos *hostels* selecionados, a grande maioria dos trabalhadores têm competência comunicativa em inglês entre o nível intermediário e avançado, que pressupõe um atendimento de qualidade e conseqüente satisfação do cliente em relação ao serviço contratado.

Entretanto, este estudo alerta que a competência comunicativa em inglês por si só não garante uma interação eficaz com o hóspede, há necessidade de outros conhecimentos, como os específicos da área técnica da profissão, e mais amplos, como os culturais, estratégicos, além de habilidades interpessoais, que foram identificados por meio das percepções dos trabalhadores em relação ao atendimento ao hóspede em inglês.

Ainda, o presente estudo sugere que a ausência de um dos tipos de conhecimento tende a fragilizar o conceito de satisfação do cliente sobre o serviço prestado e a gerar percepções negativas, tanto no cliente quanto no trabalhador, que, por sua vez, poderá impactar negativamente a gestão do empreendimento como consequência.

Embora este estudo tenha se limitado a investigar a competência comunicativa em língua inglesa dos trabalhadores de *hostels* da Grande Florianópolis, considera-se importante novos estudos em *hostels* no Brasil, para que os resultados desta pesquisa possam ser corroborados, ampliados e/ou refutados. Além disso, sugere-se a reedição de editais com a temática “Pesquisa como Princípio Educativo”, tema do Edital 20 PROPPIDAE/2017/IFSC, tendo em vista que a pesquisa comprovou ser uma ferramenta educacional de amplo escopo: elo entre o conhecimento teórico e o saber da prática; aplicação, interpretação e avaliação do conhecimento acadêmico no mundo do trabalho; desenvolvimento do olhar crítico dos estudantes sobre sua área de formação técnica e/ou tecnológica, entre outros que fogem ao escopo deste estudo.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, T. P. P. **Uma análise de necessidades comunicativas de profissionais do eixo tecnológico hospitalidade e lazer**: subsídios para um programa de ensino de inglês baseado em tarefas. 2011. (p.13) Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

COELHO, Hilda Simone Henrique. **“É Possível Aprender Inglês na Escola?”**: crenças de professores sobre o ensino de inglês em escolas públicas. Campinas, SP: Pontes Editores, p. 125-142, 2006.

BLANCO, L. A. de O.; LEÃO, T. S.; GUZZO, R. F. **Atendimento do setor de reservas em relação aos idiomas na rede hoteleira de Porto Alegre**. Convibra 2013 - online conference, 2013. In: X CONGRESSO ONLINE DE ADMINISTRAÇÃO 7 - 9 nov. 2013.

BRASIL. Fundação instituto de pesquisas econômicas; **Ministério do turismo**: Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2010/2011. São Paulo, 2012.

CANALE, M.; SWAIN, M. **Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing**. Applied Linguistics, Toronto, v.1, n.1, p.1-47, 1980.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. São Paulo: EDUCS, 2000.

CHIESI, A. e MARTINELLI, A. **O trabalho como escolha e oportunidade**. Revista Brasileira de Educação, São Paulo, Anped, 1997.

CONSELHO DA EUROPA. **Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas**: Ensino Aprendizagem e Avaliação. Portugal: ASA. 2001.

CORDOBA, F.P. e SILVEIRA, D.T. A pesquisa Científica. In: GERHARDT, T. E. e SILVEIRA, D. T. (orgs.). **Métodos de Pesquisa**. UAB/UFRGS. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

GOMES, L. F. **O uso da língua inglesa nos hotéis de Sorocaba e região: Um estudo das necessidades da situação-alvo**. The ESPECIALIST. São Paulo. vol. 24, nº1, p.17-34, 2001.

ISMAIL, Ahmed. **Hospedagem: front office e governança**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750 p.

LANZMASTER, L.; SILVA, M. da. **“A gente dá um jeito!”**: percepções do setor de recepção sobre a língua inglesa em hotéis de grande porte em Florianópolis. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 223-237, abr. 2018.

MELLO, G; GOLDENSTEIN, M. **Perspectivas da hotelaria no Brasil**. Brasília, BNDES. 2010.

NASCIMENTO, L. **Mais de 6 milhões de estrangeiros visitaram o Brasil em 2015**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6131-mais-de-6-milh%C3%B5es-de-estrangeiros-visitaram-o-brasil-em-2015.html>>. Acesso em: 27 abril 2016.

NASCIMENTO, M de J; SILVA, P. S. **Informação: insumo básico para o desenvolvimento do setor de turismo em Santa Catarina**. Revista Perspectiva em Ciência da Informação. Belo Horizonte, MG, 2004.

NAVARRO, S. L. M. **Glossário bilíngue de colocações da hotelaria**: um modelo à luz da Linguística de Corpus, 2011. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Estudos Lingüísticos e Literários em Inglês. São Paulo, 2011.

NEVES, M de S. **Os mitos de abordagens tradicionais e estruturais ainda interferem na prática em sala de aula.** In: Paiva, Vera Lúcia Menezes de Oliveira (Org.). Campinas, SP: Pontes Editores, 3ª edição, p. 69-80, 2005.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento:** planejamento e organização. 3 ed. rev. :ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

RAIS. **Estudo do setor hoteleiro.** Departamento intersindical de estatística e estudos socioeconômicos - São Paulo: Confederação Nacional dos trabalhadores no comércio e serviço da, CUT, CONTRACTS, 2013.

RIBEIRO, K. C. C. **A determinação das competências individuais para bacharéis em turismo, segundo a percepção dos gestores da hotelaria e alunos do curso de turismo da faculdade alfa na cidade de Manaus.** 2004. 167f. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2004.

RITTER, R. K. R. **As necessidades dos profissionais de hotelaria em relação à língua inglesa.** 1997, p. 110. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, 1997.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar.** São Paulo: Hautecotec, 1997. 153p.

SANTUR. **Sobre Santa Catarina.** Disponível em: <<http://turismo.sc.gov.br/o-estado/>>. Acesso em: 13 agosto 2018.

SILVA, A. R.; MOTA, K.C.N. **Competências para o mercado de trabalho em turismo e hotelaria:** Perfil dos profissionais requeridos em Fortaleza. *Conex. Ci. e Tecnol.* Fortaleza/CE, v. 7, n. 1, p. 9-30, mar. 2013.

SILVA, J. C.; BONIFÁCIO, C. A. M. **Inglês para hotelaria: análise das necessidades de aprendizado dos profissionais em hotéis de grande porte de João Pessoa/PB.** *Revista Hospitalidade.* São Paulo, vol. 13, n. 1, p. 438- 462, jun. 2015.

TERRA, M. R. **Um Recorte do Letramento em Inglês no Brasil:** o ponto de vista do aprendiz adulto. In: Rocha, Claudia Hilsdorf e Basso, Edeleia Aparecida (org.), **Ensinar e aprender língua estrangeira na diferentes idades:** reflexões para professores e formadores. p. 169-192. São Carlos: Editora Claraluz, 2008.

VIAGEM SANTA CATARINA. Disponível em: <<https://viagensantacatarina.com/localizacao/grande-florianopolis/florianopolis-ilha-da-magia/>>. Acesso em: 05 de novembro de 2018

## APÊNDICE A

Quadro 1: Identificação dos *hostels* na Grande Florianópolis

Hostel Retiro do Sagui	Envio pelo whatsapp da empresa 04/12.
------------------------	---------------------------------------

Formatado: Realce

<i>Hostel Pico da Cruz</i>	Não tiveram interesse em participar, visita realizada no dia 14/09.
<i>Floripa Beach House Hostel</i>	Não tiveram interesse em participar, visita realizada no dia 14/09.
<i>Hostel Garapuvu</i>	Questionário enviado por e-mail
<i>Bambu Hostel</i>	Questionário enviado por e-mail
<i>Hostel Portunho</i>	Fechado durante o ano, abertura somente para o verão.
<i>Aloha Hostel</i>	O hostel não disponibiliza e-mail e o telefone citado pelo google não tem retorno
<i>Sunset Trip Eco</i>	
<i>Hostel &amp; Apartments</i>	
<i>Islander Hostel</i>	Visita no hotel dia 04/12, foi solicitado o envio do e-mail.
<i>Barra Beach Club</i>	Enviado pelo e-mail no dia 18/09 e no dia 04/12.
<i>Barra Surf</i>	Enviado pelo próprio site e por e-mail no dia 04/12
<i>Rosemary Dream</i>	Enviado por e-mail no dia 04/12
<i>The Bridge Hostel</i>	Enviado e-mail no dia 13/11 e envio da mensagem pelo próprio site do hostel.
<i>Campeche Hostel</i>	Enviado por e-mail
<i>Sagui Hostel</i>	Enviado pelo próprio site no dia 18/08
<i>Pousada &amp; Ancora Hostel</i>	Enviado email e whatsapp no dia 20/09 e novamente dia 23/09.
<i>Eco Hostel</i>	
<i>Jardim Lagoa</i>	Enviado email e whatsapp no dia 20/08 e novamente dia 23/11
<i>Santinho Hostel</i>	Visita no dia 18/11 porém seria necessário entrar em contato com a gerente, ao qual foi enviado e-mail e whats e nunca houve retorno

<i>Hostel Green House</i>	Enviado pelo whatsapp no dia 15/09 e 23/11 porém não houve retorno.
<i>Sunset Backpackers</i>	Enviado email e whatsapp no dia 15/08, novamente por e-mail no dia 13/11 e no dia 23/11
<i>Casa Amarela Hostel, Cultura e Lazer</i>	Envio por e-mail e conversa com whatsapp com proprietário, ao qual o mesmo respondeu o questionário.
<i>Hostel Casa Terra</i>	Envio por e-mail no dia 20/09 e questionário respondido
<i>Hostel Ilha da Magia</i>	se propôs a participar da pesquisa, solicitaram o envio do questionário para o e-mail da gerente. Não houve retorno. Me prontifiquei a ir até eles para conduzirmos pesquisa
<i>PUP Hostel</i>	Visita realizado no dia 13/09, pesquisa respondida na hora.
<i>Joaquina 443</i>	Envio de email e whatsapp no dia 15/09, visita técnica realizada no dia 18/09
<i>Santinho Hostel</i>	Envio de e-mail no dia 18/09
<i>Way 2 Go</i>	Envio de email no dia 15/09, visita técnica realizada no dia 16/09, foi necessário mais uma visita no dia 18/09
<i>Panorama Hostel</i>	Envio de e-mail no dia 20/09
<i>Koze Hostel</i>	Envio de e-mail no dia 13/09
<i>Beira-mar Hostel</i>	Envio de e-mail no dia 13/09
<i>Macacos House</i>	Envio de e-mail no dia 13/09
<i>Miller Hostel</i>	Contato através do whatsapp no dia 09/12 e questionário respondido
<i>DC Hostel</i>	Contato através da página do facebook no dia 21/11 e novamente no dia 09 de/12.
<i>Segunda Casa Guest House</i>	Contato através do whatsapp no dia 09/11
<i>Solar Beach House</i>	Contato através do e-mail no dia 29 /08 e visita realizada no dia 28/12 no qual o questionário foi respondido.

<i>Floripa Hostel</i>	e-mail no dia 29 /08, visita técnica realizada no dia 19/12 foi solicitado envio do e-mail pois o preenchimento só poderia ser realizado pela dona do estabelecimento. Sem retorno
<i>Barra da Lagoa Hostel</i>	Contato através do e-mail no dia 29/08, foi entrado em contato pelo telefone com o estabelecimento no dia 23/09 ao qual foi solicitado o novo envio do e-mail após isso o questionário foi respondido
<i>Che Lagarto</i>	e-mail no dia 04/11 e 14 /09 e visita técnica 16/09, porém o questionário só pode ser respondido pela gerente. Ao qual foi enviado novamente para o e-mail do hostel, pois a recepção não poderia passar o e-mail da mesma mas se responsabilizou em encaminhar.
<i>Hostel José Mendes</i>	Envio por whatsapp pois o mesmo só disponibiliza essa informação no site.
<i>Gecko Hostel</i>	Visita no dia 16/09 porém o questionário não foi respondido, novo e -mail enviado dia 23 de novembro.