

COMUNICAÇÃO SEM FRONTEIRAS: ANÁLISE DO NÍVEL DE COMUNICAÇÃO EM IDIOMAS ESTRANGEIROS POR RECEPCIONISTAS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

Laura Vivian Ottonelli¹
Francieli Boaria²

Resumo: A presente pesquisa tem como objetivo analisar o nível de comunicação em idiomas estrangeiros de recepcionistas de meios de hospedagem de Foz do Iguaçu. Para tanto, foi utilizada pesquisa bibliográfica sobre o tema da hospitalidade dentro da área hoteleira e o uso dos idiomas estrangeiros como ferramenta de trabalho, além do levantamento de dados primários por meio de questionário a fim de analisar qualitativamente o nível de conhecimento de idiomas estrangeiros pelos recepcionistas pesquisados. Assim, as informações coletadas pela pesquisa permitiram verificar o perfil dos recepcionistas que são em sua maioria jovens, porém, possuem tempo considerável de experiência na área, com nível salarial baixo. Em relação ao conhecimento de idiomas, todos os recepcionistas apresentaram possuir conhecimento em ao menos um idioma além de seu idioma materno, e, em ao menos no nível iniciante. Além disso, a maioria percebe a importância que outros idiomas agregam no desenvolvimento pessoal e profissional.

Palavras-chave: Hospitalidade; Idiomas estrangeiros; Comunicação; Atendimento.

Abstract: This research aims to analyze the level of communication in foreign languages of receptionists at accommodation facilities in Foz do Iguaçu. That way, bibliographical research was utilized on the topic of hospitality within the hotel sector and the use of foreign languages as a work tool, in addition to collecting primary data through a questionnaire in order to qualitatively analyze the level of knowledge of foreign languages by receptionists. Thus, the information collected by the survey made it possible to verify the profile of receptionists, who are mostly young, but have considerable experience in the area, with a low salary level. Regarding the knowledge of foreign languages, all receptionists reported having knowledge of at least one language other than their mother tongue in at least a beginner level. Furthermore, the majority realize the importance that other languages add to personal and professional development.

Keywords: Hospitality; Foreign languages; Communication; Service.

INTRODUÇÃO

A cidade de Foz do Iguaçu, localizada no extremo oeste do Paraná, divisa com os países Paraguai e Argentina, é um importante centro econômico do estado e se caracteriza por sua grande diversidade cultural (PMFI, 2020). Pesquisas feitas pelo Ministério do Turismo (2021), com base nos dados do ICCA e do FIPE, revelam que Foz do Iguaçu é o terceiro destino de lazer do Brasil mais visitado por turistas estrangeiros e está em sexto lugar dos destinos que mais realiza eventos, negócios e convenções do país, ficando em terceiro lugar em questão de quantidade de eventos internacionais.

O Parque Nacional do Iguaçu recebeu quase 1,5 milhão de visitantes em 2022, um crescimento expressivo de 105,9% ao se comparar com o ano anterior, sendo que mais de meio milhão desses

¹ Acadêmica do curso de Hotelaria na Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Recepcionista em meio de hospedagem em Foz do Iguaçu. E-mail: lauravivianottonelli@gmail.com

² Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Professora do Curso de Hotelaria e Turismo da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). E-mail: francieli.boaria@unioeste.br

visitantes eram turistas estrangeiros (MACIEL; ICMBio, 2023). O Parque Nacional do Iguaçu recebe em média 71,4% de turistas brasileiros e 28,5% de turistas estrangeiros oriundos principalmente da América do Sul, destacando-se Paraguai e Argentina, além da Europa, Ásia e América do Norte (SMTU; PMFI, 2023). Percebe-se então a grande diversidade de povos que visitam o destino de Foz do Iguaçu, possuindo as mais diversas culturas e falando idiomas variados, assim, os trabalhadores de turismo e hotelaria da cidade devem estar preparados para bem atender a essa diversidade de viajantes.

Desse modo, é possível destacar o setor de recepção de meios de hospedagem como uma das áreas fundamentais para o bom atendimento aos clientes, já que é nesse setor que o hóspede terá a primeira impressão do estabelecimento, independentemente de sua classificação, tipo ou tamanho. O profissional da recepção deve, portanto, ter uma postura adequada, ter flexibilidade para lidar com as mais diversas situações, além de ter uma boa comunicação com os clientes (RIBEIRO, 2011). Assim, os funcionários precisam estar focados em identificar e atender às necessidades de seus clientes, caso em que o conhecimento de idiomas estrangeiros se mostra essencial para a comunicação e para auxiliar no desenvolvimento de suas funções, além de propiciar interações interculturais, troca de conhecimento e experiências e a quebra de barreiras de comunicação, possibilitando a aproximação entre funcionários e clientes (TEIXEIRA, 2014).

Portanto, é necessário verificar qual é o nível de conhecimento de idiomas estrangeiros dos recepcionistas de meios de hospedagem de Foz do Iguaçu e analisar a qualidade do atendimento realizado por eles. Diante desse contexto, o objetivo geral desta pesquisa é analisar a comunicação em idiomas estrangeiros dos recepcionistas de meios de hospedagem de Foz do Iguaçu. Para o alcance desse objetivo, faz-se necessário identificar o perfil dos recepcionistas dos meios de hospedagem de Foz do Iguaçu; analisar o nível de conhecimento de idiomas estrangeiros pelos recepcionistas; e, verificar o interesse dos recepcionistas em ampliar os conhecimentos de idiomas estrangeiros.

A profissionalização adequada de funcionários é de extrema importância para a entrega de um serviço de qualidade em qualquer empreendimento, em especial nos meios de hospedagem que possuem a hospitalidade como aspecto essencial. Dentro de um mundo globalizado, no qual as atividades turísticas e hoteleiras estão inseridas, a comunicação eficiente se mostra essencial para realizar o atendimento a fim de receber e acolher seus clientes (SILVA; RAMOS, 2021). Assim, a capacitação em idiomas estrangeiros dos funcionários de recepção é uma forma de garantir a melhor comunicação e proporcionar um melhor atendimento para todos.

Pensando nisso, o meio acadêmico deve estar preocupado em formar profissionais que atendam às necessidades do mercado; desse modo, a aplicação de disciplinas de idiomas e o incentivo

à capacitação nessa área viabilizam tanto o desenvolvimento acadêmico e profissional quanto o pessoal, já que o conhecimento de idiomas permite a comunicação com pessoas de outras nacionalidades além de desenvolver uma maior visão de mundo e conhecimento global e cultural (WEI, 2007).

No contexto da hotelaria de Foz do Iguaçu, destino turístico internacional, a ênfase à formação em idiomas se faz ainda mais necessária. Ademais, as experiências acadêmicas e profissionais vividas pelas autoras proporcionaram a averiguação do quanto o conhecimento de idiomas é necessário para realizar os processos de atendimento na recepção. Além disso, o estudo poderá servir de base para futuras pesquisas relacionadas à temática ou aplicação de pesquisas de aprofundamento do tema.

Além desta parte introdutória, este artigo se divide em mais quatro partes: referencial teórico, abordando aspectos da qualidade de atendimento nos meios de hospedagem e o papel dos idiomas para o desenvolvimento do trabalho pelo recepcionista; metodologia; discussão dos resultados; e, considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

2.1- MEIOS DE HOSPEDAGEM, HOSPITALIDADE E QUALIDADE DE ATENDIMENTO

Uma das necessidades básicas do ser humano é ter acesso a locais nos quais possa se abrigar e descansar com segurança; nesse sentido, surgem os meios de hospedagem para suprir essa necessidade e o desejo pela hospedagem e hospitalidade pelos hóspedes (PRZYBYLSKI, 2008).

A hospitalidade é a base do setor hoteleiro, significa receber, abrigar, alimentar e cuidar do visitante; é, por exemplo, o que a hotelaria oferece, ou melhor dizendo, comercializa (CASTELLI, 2010). Lashley e Morrison (2004), por sua vez dividem a hospitalidade em três tipos: privada, na qual o anfitrião tem o objetivo de atender às necessidades fisiológicas e psicológicas de seu hóspede fazendo-o sentir-se em casa; social, baseada na mutualidade e na interação humana muitas vezes pertinente a *status* e prestígio social; e a comercial, na oferta de serviços hospitalares visando ao lucro, como é o caso da hotelaria. É importante destacar que, no setor hoteleiro, a hospitalidade privada e social deve estar inserida no aspecto comercial para sustentar sua atividade.

Os meios de hospedagem, por sua vez, são estabelecimentos destinados a prover os serviços de acomodação a seus hóspedes de forma a garantir sua segurança, higiene e bem-estar, podendo também prover alimentação entre outros serviços dependendo de sua tipologia para atender aos mais variados tipos de clientes (RIBEIRO, 2011). Além disso, independentemente de sua tipologia, os

meios de hospedagem devem garantir o serviço de qualidade para todos os seus clientes. Segundo Aquino, Jerônimo e Melo (2015), é imprescindível que o nível de qualidade dos serviços dos meios de hospedagem seja adequado para o estabelecimento afirmar seu lugar no mercado, de forma lucrativa, destacando-se entre seus concorrentes e fidelizando clientes. Para isso, é necessário que o hotel busque estratégias que se equiparem às expectativas dos clientes ou as superem, motivando-os a adquirir novamente seus serviços, finalizam os autores.

Quadros (2011) acrescenta:

Sentir-se bem é uma questão bastante relativa. A percepção, por parte do fornecedor de serviços, de que um conjunto de instalações propicie condições para que o hóspede/cliente se sinta inclinado à interação é um erro conceitual sobre o significado da hospitalidade. É necessária, antes de qualquer coisa, a motivação à hospitalidade por parte dos fornecedores de serviços. É importante ressaltar o papel das instalações na percepção da acolhida, mas a composição humana e suas atitudes e comportamentos trazem “vida” às instalações, e esta “vida” é evidenciada pelo desejo de receber pessoas e trazer ao visitante a importante personalização, ao máximo possível, do domínio social.

Desse modo, ao buscar equiparar ou superar da melhor forma as expectativas dos clientes com os serviços ofertados, os meios de hospedagem têm uma maior chance de satisfazer sua clientela.

Assim como em qualquer estabelecimento de serviços, é de extrema importância que os meios de hospedagem tenham funcionários bem treinados para a realização de suas funções; em especial é possível citar os recepcionistas, que são responsáveis pela primeira impressão do hóspede quando estes chegam aos meios de hospedagem. Os recepcionistas têm como função o atendimento dos hóspedes seja presencialmente ou por contato telefônico, preenchimento de relatórios e cadastros, realização de *check-in* e *check-out*, cobranças, entre outros processos. Além disso, por estar trabalhando diretamente com os clientes, os recepcionistas devem possuir conhecimento cultural, ter postura profissional, saber comunicar-se de forma efetiva e lidar com diversos tipos de pessoas (VIERA, 2004). A boa comunicação é um ponto de extrema importância no setor de recepção; conforme Silva e Ramos (2021, p. 5751):

A indústria hoteleira se destaca por ser um setor voltado à hospitalidade, à prestação de serviços desenvolvidos pelos trabalhadores do setor para os hóspedes por meio dos próprios trabalhadores mediados pela linguagem. Assim entendida, na indústria hoteleira, a competência comunicativa de seus trabalhadores passa a ser um elemento vital para assegurar o desenvolvimento e a competitividade dessa indústria.

Desse modo, a comunicação é um elemento essencial para a realização dos processos e serviços do setor da recepção. No caso da hotelaria, pela sua inserção em uma época globalizada e suas características de serviços, não é suficiente que o funcionário tenha apenas uma comunicação

eficiente em seu idioma materno, mas que também tenha conhecimento de idiomas estrangeiros (TEIXEIRA, 2014).

2.2 – OS IDIOMAS ESTRANGEIROS COMO FERRAMENTA DE TRABALHO

No decorrer da história, conforme explica Filho (2021), seja por motivos de comércio, pessoais ou situações diversas, sempre houve o contato com pessoas de diferentes culturas que falavam idiomas diferentes. Dessa maneira, adquirir o conhecimento de idiomas estrangeiros é uma necessidade sentida por quase todas as pessoas ao longo da vida. Sendo assim, é importante notar que a aquisição de conhecimento de idiomas estrangeiros se dá por diversas formas; na antiguidade esse conhecimento era adquirido principalmente por meio da divisão de espaços territoriais, ou seja, o contato entre idiomas diferentes ocorria de forma natural, o que estimulava a aprendizagem desses idiomas pela necessidade, complementa o autor.

Para Meireles (2002), o mundo globalizado já deixou de ser uma questão apenas econômica e está cada vez mais inserido no dia a dia do cidadão comum, proporcionando o acesso a diversas informações e produtos de forma prática; assim há um contato direto com conteúdo internacional, possibilitando o desenvolvimento do conhecimento de idiomas estrangeiros, não apenas pela forma convencional de cursos de idiomas em que era necessária a intermediação de um professor, mas também pelo contato direto com as mídias estrangeiras. Nesse panorama, é perceptível como em um mundo globalizado o contato entre povos e idiomas distintos permeia todas as esferas da sociedade, e em especial podemos citar o setor turístico.

De acordo com a Embratur (2023), até o mês de julho de 2023 o Brasil recebeu mais de 3,65 milhões de turistas estrangeiros, superando os números do ano de 2022. Destacam-se como principais emissores de turistas internacionais os Estados Unidos, a Argentina, o Paraguai, Chile e o Uruguai. O inglês e o espanhol se mostram mais presentes no contexto turístico de Foz do Iguaçu; o espanhol pela proximidade física com a Argentina e o Paraguai, e, o inglês, considerado um idioma global desde o século XX por uma necessidade política de adotar uma língua franca para facilitar a comunicação em um nível multinacional (CRYSTAL, 2003).

Nesse sentido, a comunicação em idiomas estrangeiros é essencial para poder atender turistas internacionais, e os estabelecimentos devem estar atentos para preparar seus funcionários para a realização desta tarefa. Segundo Silva e Cordeiro (2018, p. 237):

[...] 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.

Assim, o conhecimento de idiomas estrangeiros pode ser considerado uma ferramenta de trabalho do setor de recepção que concretiza suas atividades por meio de interações com hóspedes (SILVA; RAMOS, 2021).

Para exemplificar, um estudo realizado por Blanco, Leão e Guzzo (2013) focou no setor de reservas de hotéis em Porto Alegre, com o objetivo de identificar o grau de compreensão de solicitações de reserva nos idiomas português, espanhol e inglês. A pesquisa evidenciou dificuldades nos idiomas em relação às informações, respostas e cordialidade dos funcionários com os clientes; enquanto as solicitações em português eram rapidamente atendidas, as solicitações em inglês e espanhol tiveram baixo nível de resposta, incluindo meios de hospedagem que pertenciam a redes internacionais.

Desse modo, é necessário ter uma base para medir o nível de conhecimento dos funcionários dos meios de hospedagem a fim de melhor atender a seus clientes. Nesse contexto, o Quadro Comum Europeu de Referência de Línguas (QECR) é um método utilizado em muitos estudos, como os de Yusra, Lestari e Hamid (2021); Diaz, Signes e Vaya (2014); e, Silva e Ramos (2021), para analisar o nível de conhecimento especificamente do idioma inglês dos participantes das pesquisas. Ele serve como referência para descrever a proficiência em idiomas dividindo o conhecimento em três níveis: A – Básico, B – Independente e C – Proficiente (BRITISH COUNCIL BRASIL, 2023), e é apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Quadro Comum Europeu de Referência de Línguas

A1 – Iniciante	É capaz de compreender e usar expressões familiares e cotidianas, assim como enunciados muito simples, que visam a 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.
A2 – Básico	É capaz de compreender frases isoladas e expressões frequentes relacionadas com áreas de prioridade imediata (p. ex.: informações pessoais e familiares simples, compras, meio circundante). É capaz de comunicar em tarefas simples e em rotinas que exigem apenas uma troca de informação simples e direta sobre assuntos que lhe são familiares e habituais. Pode descrever de modo simples a sua formação, o meio circundante e, ainda, referir assuntos relacionados com necessidades imediatas.
B1 - Intermediário	É capaz de compreender as questões principais, quando é usada uma linguagem clara e estandardizada e os assuntos lhe são familiares (temas abordados no trabalho, na escola e nos momentos de lazer, etc.). É capaz de lidar com a maioria das situações encontradas na região onde se fala a língua-alvo. É capaz de produzir um discurso simples e coerente sobre assuntos que lhe são familiares ou de interesse pessoal. Pode descrever experiências e eventos, sonhos, esperanças e ambições, bem como expor brevemente razões e justificações para uma opinião ou um projeto.

B2 – Usuário Independente	É capaz de compreender as ideias principais em textos complexos sobre assuntos concretos e abstratos, incluindo discussões técnicas na sua área de especialidade. É capaz de comunicar com certo grau de espontaneidade com falantes nativos, sem que haja tensão de parte a parte. É capaz de exprimir-se de modo claro e pormenorizado sobre uma grande variedade de temas e explicar um ponto de vista sobre um tema da atualidade, expondo as vantagens e os inconvenientes de várias possibilidades.
C1 - Proficiência operativa eficaz	É capaz de compreender um vasto número de textos longos e exigentes, reconhecendo os seus significados implícitos. É capaz de se exprimir de forma fluente e espontânea sem precisar procurar muito as palavras. É capaz de usar a língua de modo flexível e eficaz para fins sociais, académicos e profissionais. Pode exprimir-se sobre temas complexos, de forma clara e bem estruturada, manifestando o domínio de mecanismos de organização, de articulação e de coesão do discurso.
C2 – Domínio pleno	É capaz de compreender, sem esforço, praticamente tudo o que ouve ou lê. É capaz de resumir as informações recolhidas em diversas fontes orais e escritas, reconstruindo argumentos e fatos de um modo coerente. É capaz de se exprimir espontaneamente, de modo fluente e com exatidão, sendo capaz de distinguir finas variações de significado em situações complexas.

Fonte: *British Council* Brasil (2023)

Como base no QECR, portanto, será possível amparar a pesquisa de maneira que os resultados possam ser interpretados com maior propriedade, além de oferecer base para projetos na universidade ou mesmo para o setor de hotelaria de Foz do Iguaçu, que poderá decidir investimentos em pessoal conforme sua capacidade e interesse na melhoria dos serviços.

METODOLOGIA

A presente pesquisa possui a finalidade básica de obtenção de novos conhecimentos contribuintes ao avanço da área científica, com abordagem qualitativa, de forma a identificar e analisar os dados coletados de forma descritiva e interpretativa (FONTENELLES *et al.* 2009). Possui os objetivos exploratórios e descritivos para apresentar um maior nível de conhecimento acerca do tema, com técnica de pesquisa bibliográfica, por meio de livros, artigos científicos, documentos e pesquisas relevantes à área de hotelaria, e levantamento de dados, além de registrar, analisar, classificar e interpretar os dados coletados de forma estatística e indutiva (RODRIGUES, 2007).

O universo da pesquisa como conjunto de informações necessárias para o desenvolvimento do estudo para a coleta de dados são os meios de hospedagem da cidade de Foz do Iguaçu, que foram selecionados com base na lista disponibilizada pela Secretaria Municipal de Turismo e Projetos Estratégicos de Foz do Iguaçu. Optou-se por não delimitar uma classificação específica de meios de hospedagem para a aplicação do instrumento pelo fato de o foco da pesquisa ser analisar o nível de comunicação dos recepcionistas, independentemente do tipo de meio de hospedagem em que estejam inseridos, dado que a cidade recebe turistas internacionais dos mais diversos. A amostra da pesquisa é constituída, portanto, de todos os recepcionistas dos meios de hospedagem que responderam ao questionário.

A coleta de dados, durante 22 de fevereiro e 22 março de 2024, foi feita por meio de um questionário semiestruturado, enviado por *e-mail* e/ou *WhatsApp* para os setores de recursos humanos e responsáveis pela recepção dos meios de hospedagem contatados previamente por ligação telefônica, juntamente com uma carta explicativa a respeito da pesquisa, solicitando a colaboração no estudo por meio de aplicação de questionário aos funcionários da recepção do meio de hospedagem.

No total foram contatados 88 meios de hospedagem, dos quais 14 responderam à solicitação de auxílio à pesquisa; dentre eles foram 11 hotéis, dois *resorts* e uma pousada. O instrumento de pesquisa foi elaborado pelo *Google Forms*, com base no Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (QECR). O questionário possui 12 questões, sendo perguntas de múltipla escolha e perguntas abertas, a fim de encontrar resultados objetivos, além de possibilitar investigações precisas e a verificação de opiniões variadas sobre o assunto (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Para medir o nível de conhecimento de idiomas dos funcionários, foram considerados os níveis de conhecimento do Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (QECR), assim como no estudo de Silva e Ramos (2021). Por fim, os dados coletados foram registrados, classificados, interpretados e analisados de forma descritiva textual e com o auxílio de gráficos e quadros com o intuito de sintetizar e facilitar a visualização dos resultados obtidos (OLIVEIRA, 2011).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da pesquisa por meio do questionário, o qual recebeu 36 respostas, foi possível, primeiramente, a observação e análise do perfil dos recepcionistas, conforme apresenta-se no Quadro 2.

Quadro 2 – Perfil dos recepcionistas

Faixa etária	Nº de respondentes
18 - 25 anos	13
26 - 35 anos	10
36 - 45 anos	7
46 - 55 anos	4
55+ anos	2
Tempo de experiência na área	Nº de respondentes
Menos de 1 ano	6
De 1 a 2 anos	8

De 3 a 5 anos	6
Mais de 5 anos	16
Nível de Formação	Nº de respondentes
Ensino fundamental incompleto	0
Ensino fundamental completo	0
Ensino médio incompleto	0
Ensino médio completo	9
Graduação incompleta	15
Graduação completa	9
Pós-graduação incompleta	1
Pós-graduação completa	2
Faixa salarial	Nº de respondentes
Menos de 1 salário mínimo	3
De 1 a 2 salários mínimos	20
De 2 a 5 salários mínimos	13
Mais de 5 salários mínimos	0

Fonte: Elaboração própria.

Nota-se que grande parte da mão de obra é jovem, concentrada nas faixas etárias de 18 a 25 anos e 26 a 35 anos. Além disso, a respeito do tempo de experiência, uma parte considerável dos recepcionistas, 16 respondentes, assinalaram ter mais de 5 anos, indicando um alto número de profissionais com experiência considerável na área, no entanto é importante notar que há uma representação notável de recepcionistas com um menor tempo de experiência, o que sugere que há um fluxo considerável de profissionais ingressando nesta área.

O instrumento buscou compreender a respeito da remuneração salarial dos recepcionistas respondentes. Por meio do Quadro 2, percebe-se o baixo nível de remuneração salarial referente ao cargo de recepcionista; a maioria, 20 respondentes (55,6%), assinalam que recebem entre 1 e 2 salários mínimos, 13 (36,1%) recebem de 2 a 3 salários mínimos, e três (8,3%) menos de 1 salário mínimo.

Acerca do nível de formação dos recepcionistas, observa-se que a maioria dos respondentes possui ao menos um nível de formação superior, sendo que 16 responderam possuir formação superior incompleta, e dez possuíam formação superior completa. É importante destacar que todos os respondentes possuem, ao menos, o ensino médio completo.

Pode-se inferir, por meio de experiências próprias profissionais e acadêmicas e os resultados demonstrados no Quadro 2, que os baixos níveis salariais, a carga horária de trabalho integral, juntamente com a dedicação aos estudos muitas vezes se torna insustentável para muitos, o que leva

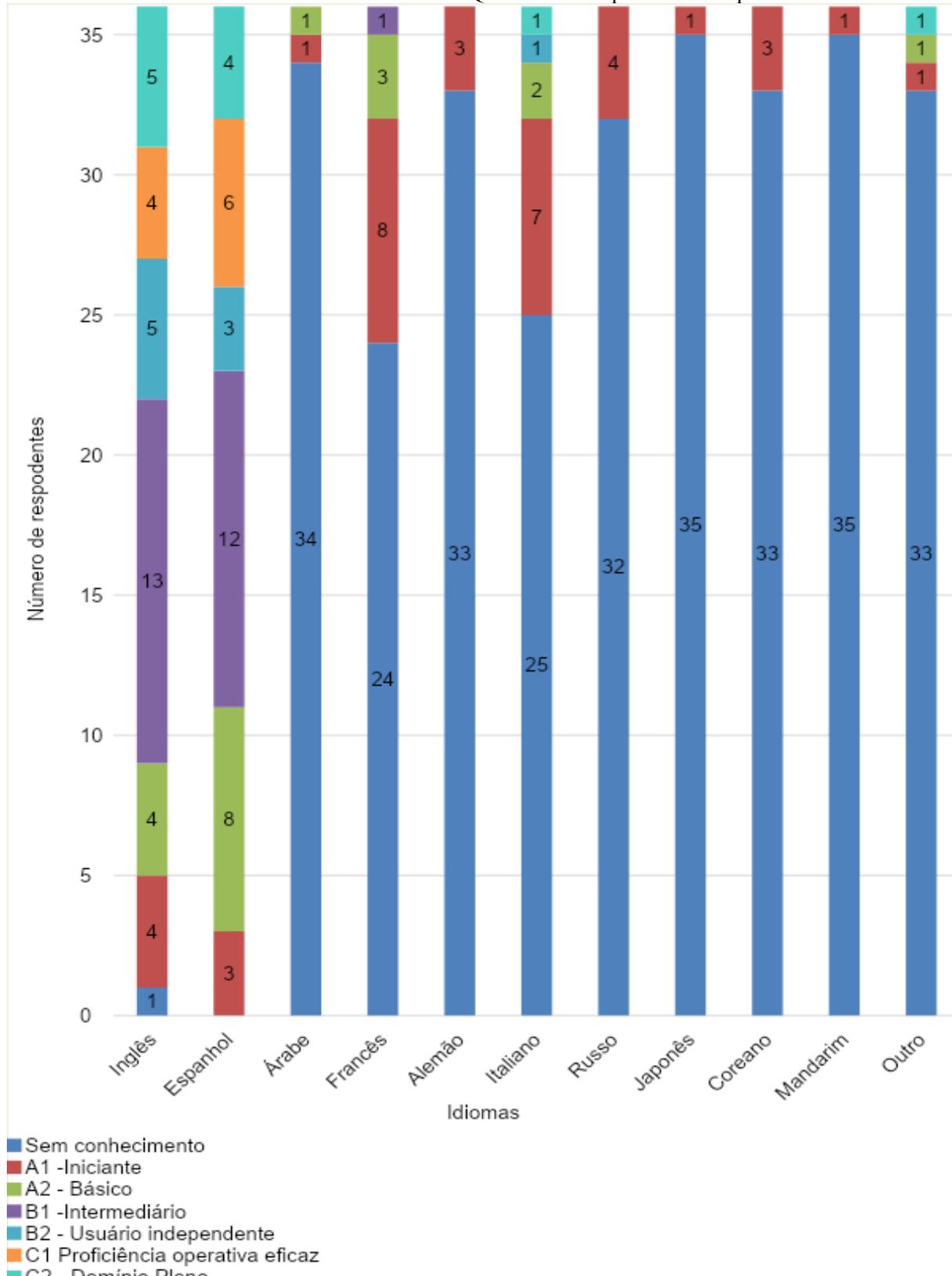
à desistência do investimento a uma educação superior, o que, conseqüentemente, causa a falta de mão de obra qualificada.

Acerca dos países de origem dos turistas que mais se hospedam nos meios de hospedagem dos recepcionistas questionados, foram citados 25 países diferentes, sendo 12 da Europa, seis da América do Sul, quatro da Ásia, dois da América do Norte e um da Oceania. Os países mais mencionados foram respectivamente a Argentina, o Paraguai e os Estados Unidos.

Quanto ao tópico dos idiomas falados pelos recepcionistas que compõem a amostra da pesquisa, 35 responderam que seu idioma materno é o português, e apenas um respondeu que seu idioma materno é o espanhol. Por meio desta questão, embora o apontamento seja só de um, dada a baixa adesão ao questionário, é possível deduzir que, além dos trabalhadores brasileiros, a cidade de Foz do Iguaçu também absorve uma mão de obra estrangeira, muito provavelmente pela proximidade que a cidade tem com os países Paraguai e Argentina, o que leva a um grande fluxo de cidadãos entre o Brasil e os referidos países.

Com relação aos idiomas falados pelos recepcionistas, elaborou-se uma questão baseando-se nos critérios do QECR. Nota-se que todos os 36 respondentes possuem conhecimento em algum idioma estrangeiro além de seu idioma materno. É possível destacar que os dois idiomas mais falados pelos recepcionistas, independentemente do nível de conhecimento, são o inglês e o espanhol, com o inglês possuindo apenas um respondente que assinalou que não possui nenhum conhecimento do idioma, e todos possuem pelo menos um nível iniciante do idioma espanhol, conforme pode-se observar no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Níveis de conhecimento com base no QECR dos recepcionistas respondentes



Fonte: Elaboração própria.

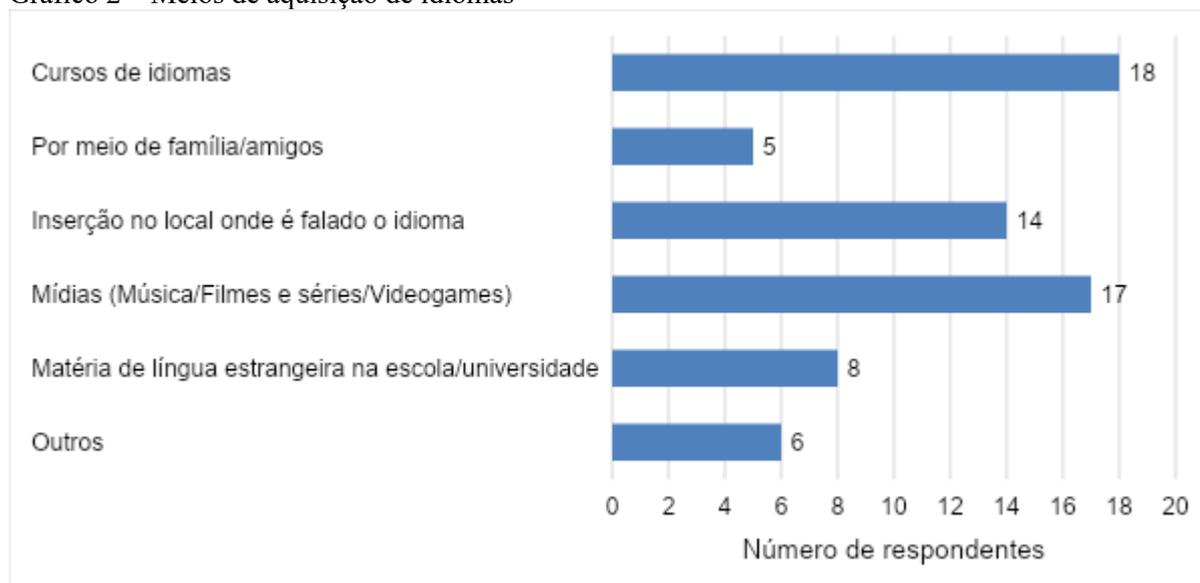
É possível deduzir que a razão pela qual estes dois idiomas serem os mais falados pelos respondentes seja a característica de o inglês ser considerado o idioma universal, permitindo uma comunicação efetiva com falantes do mundo inteiro independentemente de sua nacionalidade e idioma materno, e, o espanhol pela quantidade de falantes presentes na região da tríplice fronteira entre o Brasil, Paraguai e Argentina, além da grande quantidade de falantes do espanhol oriundos de outras regiões da América Latina, que está em concordância com os estudos de Crystal (2003).

Os outros dois idiomas que se destacam pela quantidade de falantes são o francês, com 12 falantes reunidos nos níveis Iniciante, Básico e Intermediário, e o italiano, com 11 falantes reunidos nos níveis Iniciante, Básico, Usuário independente e Domínio pleno. Pode-se relacionar o número de falantes destes idiomas entre os respondentes pela razão de que o francês, similarmente ao inglês, possui um grande número de falantes, sendo o 5º idioma mais falado no mundo, com mais de 300 milhões de falantes segundo a Ethnologue (2023), e de países que o têm como idioma oficial. Já o italiano, apesar de não ter uma quantidade de falantes e países tão extensa quanto o francês, pode-se dar pela grande quantidade de descendentes de italianos que imigraram para o Brasil principalmente no fim do século XIX e início do século XX, que residem na região (IBGE, 2024).

A respeito de outros idiomas não contidos no Gráfico 1, além do respondente que tem como idioma materno o espanhol e cita o português como idioma no nível C2 - Domínio pleno, dois respondentes citaram ter conhecimento em outros idiomas, como búlgaro no nível A2 – Básico, e libras no nível A1 - Iniciante. A diversidade de idiomas falados pelos respondentes destaca a grande pluralidade cultural existente na região, com moradores de etnias, nacionalidades e descendências variadas, além dos turistas de todo o mundo que visitam o destino.

Ao questionar sobre como foram obtidos os conhecimentos dos idiomas falados pelos recepcionistas, foram observadas as seguintes respostas, exemplificadas pelo Gráfico 2.

Gráfico 2 – Meios de aquisição de idiomas



Fonte: Elaboração própria.

Metade dos recepcionistas assinalou que realizou cursos de idiomas para adquirir o conhecimento, além de oito assinalarem a aquisição de conhecimento por meio de matérias de idiomas na escola/universidade; em seguida, em número de respostas se destacam a utilização de mídias e a inserção no local onde se fala o idioma como forma de aquisição de conhecimento, seguido de seis que aprenderam por outros meios e de cinco que aprenderam por meio de família/amigos.

Quando questionados sobre se acreditavam que o conhecimento que possuíam sobre idiomas estrangeiros ser suficiente para realizar o atendimento de hóspedes estrangeiros, 28 dos recepcionistas responderam que sim, e 8 responderam que indicaram que não se sentiam totalmente preparados nesse aspecto. É possível inferir a partir das respostas exibidas pelo Gráfico 1, que como a maioria dos respondentes possui ao menos um conhecimento no nível A1 - Básico em pelo menos um dos idiomas mencionados, é viável mesmo com um conhecimento limitado de algum idioma realizar o atendimento de hóspedes estrangeiros, isso sugere uma adaptação eficaz por parte dos recepcionistas, apesar de um domínio limitado de outros idiomas.

A respeito do aprendizado de idiomas, 32 respondentes assinalaram que têm interesse em ampliar seus conhecimentos linguísticos; isso pode se dar pela busca do crescimento profissional e pessoal, a habilidade de melhor se comunicar e de conhecer e compreender novas realidades. Enquanto que 4 dos recepcionistas responderam não possuir esse interesse, podendo ser pelos motivos de falta de tempo e recursos, dificuldades de aprendizagem, além do interesse pessoal.

Em relação à questão sobre incentivos por parte das empresas para que seus funcionários ampliem o conhecimento em idiomas estrangeiros, as respostas foram mistas: 20 dos respondentes

assinalaram que os meios de hospedagem em que trabalham ofereciam incentivos, enquanto 16 responderam que não havia qualquer incentivo. É possível perceber pelas respostas recebidas que nem todos os meios de hospedagem localizados na cidade dão o devido valor à habilidade de falar mais de um idioma e ao conhecimento cultural que agrega ao serviço de seus funcionários e, em decorrência, à qualidade de atendimento, que aumenta a satisfação do cliente e consequentemente a imagem da empresa.

Aos que relataram que haviam incentivos por parte dos meios de hospedagem em que trabalham para a ampliação do conhecimento de idiomas estrangeiros, foram citados os seguintes benefícios: bonificação salarial por idioma falado, descontos em escolas de idiomas e materiais, bolsas de estudos, cursos gratuitos ofertados pela própria empresa e mais oportunidades de crescimento no setor e no empreendimento como um todo. Isto mostra o reconhecimento que estes estabelecimentos têm em relação às habilidades linguísticas e às consequências positivas que as mesmas agregam na qualidade do serviço e no desenvolvimento profissional e pessoal de seus funcionários, o que resulta em lucro financeiro.

Por fim, ao serem questionados sobre se acreditavam se o conhecimento de idiomas estrangeiros é um fator importante ao trabalhar como recepcionista em meios de hospedagem, 35 disseram que acreditavam que sim e apenas um respondeu que não. A partir dos comentários dos respondentes, que podem ser observados no Quadro 3, fica claro que eles compreendem e valorizam o conhecimento que outros idiomas agregam a suas vidas profissionais e pessoais, além da percepção de que a comunicação não serve apenas para facilitar o atendimento, mas também faz parte da construção de um ambiente acolhedor, seguro e confortável para os hóspedes, exemplificando esses fatores como pilares da hospitalidade e possibilitando experiências únicas e memoráveis, além de expressarem o quão necessário são os incentivos por parte de empreendimentos privados e órgãos governamentais para a aquisição deste conhecimento.

Quadro 3 – Exemplos de respostas à questão “Acredita que o conhecimento de idiomas estrangeiros é importante para recepcionistas de meios de hospedagem? Por quê?”

Respondente N° 1	Acredito que sim, devido a cidade ser um ponto turístico mundialmente conhecido. Acredito também, que deveríamos ter mais incentivos dos governos municipal, estadual e federal no ensino da língua inglesa e também o espanhol, esta última, falada por todos os países da América Latina. Ao desenvolver as habilidades de se comunicar com estrangeiros de forma eficaz, podemos ter contato com outras culturas e outras formas de pensamento que contribuiriam para o desenvolvimento sociocultural do indivíduo.
Respondente N° 9	Sim, Claro, a comunicação é tudo quando o assunto é hospedagem! A conexão entre os representantes diretos do hotel é os hóspedes deixam marcas que afetam não somente o bem estar do visitante e sua estadia com conforto no Hotel, mas toda a cidade em geral, como um povo responsável pela integração!
Respondente N° 14	Acredito totalmente, um cliente que é recebido em outro país com seu idioma materno tem uma visão totalmente diferente do nosso País, pois irá se sentir mais acolhido. Logico que quanto mais idiomas um colaborador souber é melhor para empresa e para o funcionário.

Respondente Nº 26	Não, ao redor do mundo, inúmeros países não se adaptam para receber o turista. Vivem a regra que caso queira ir ao país, deve se aprender a língua do mesmo. Apenas o Brasil se adapta tanto aos que aqui vem. Isso cria e vem criando uma imagem de que o Brasil serve aos demais países. Já ouvi relatos de parente que foi a Europa e foi menosprezado por não saber o idioma do país que estava. Enquanto aqui nós que tentamos nos adaptar a eles.
Respondente Nº 27	Absolutamente. A base do ato de recepcionar é, em sua essência, se comunicar. Mas não podemos esquecer que também devemos entender, compreender e fazer com que o hóspede se sinta confortável em confiar naqueles que o estão servindo, e como poderia confiar se não pudesse sequer se comunicar? Fazer-se entender é imprescindível, seja na sua língua materna, seja em outra.
Respondente Nº 30	Sim, pois o objetivo da hotelaria é acolher e bem atender os hóspedes de maneira com que os faça se sentir em casa, o fato de falar o idioma do hóspede faz com que ele se sinta mais acolhido e confortável com a comunicação dentro do meio de hospedagem.

Fonte: Elaboração própria.

Dentre as respostas, destaca-se a do respondente Nº 26, que indica uma perspectiva diferente das demais em relação à dinâmica da recepção de turistas estrangeiros entre o Brasil e outros países. Expressa uma ideia de que o Brasil é um país que se adapta exageradamente às preferências desses turistas, criando uma imagem de servidão aos demais países, enquanto outros destinos não se preocupam tanto com este aspecto, podendo muitas vezes fazer com que o turista não se sinta bem-vindo. Por outro lado, tal interpretação mostra a reputação da cultura da receptividade turística brasileira, que cria um ambiente confortável, hospitaleiro, de inclusão e de bem-estar para com os que são de fora e têm interesse em conhecer nosso país e as diversas culturas e atrativos que possuímos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é uma parte essencial para realização do atendimento ao cliente, em especial na área de recepção dos meios de hospedagem, já que é necessário lidar com um grande número de pessoas dos mais diferentes lugares e culturas, com idiomas completamente distintos.

Dessa forma, esta pesquisa exploratória e descritiva, empregada por meio de questionário aplicado aos recepcionistas de meios de hospedagem da cidade de Foz do Iguaçu, foi possível responder aos objetivos deste estudo. Assim, obteve-se o perfil dos recepcionistas da amostra desta pesquisa, permitindo analisar os níveis de conhecimento de idiomas estrangeiros: os respondentes apresentaram ter no mínimo um nível iniciante em ao menos um outro idioma além de seu idioma materno, destacando o inglês e o espanhol como idiomas mais falados.

Para mais, a pesquisa permitiu verificar a respeito do desejo dos recepcionistas na aquisição de conhecimento em novos idiomas, os quais se mostraram em sua maioria interessados, e ao incentivo por parte dos meios de hospedagem em que trabalham para a aprendizagem de novos

idiomas, que apresentaram respostas divergentes em relação ao assunto, porém foram identificados benefícios sobretudo financeiros.

Além disso, as respostas a respeito da opinião dos recepcionistas em relação ao conhecimento de idiomas estrangeiros revelaram que, com a exceção de um, todos percebem a importância que a aquisição desses conhecimentos agrega ao serviço de recepção e acolhimento dos hóspedes, além de colaborar com o desenvolvimento pessoal e profissional.

Por fim, este estudo, embora represente uma pequena amostra dada a baixa adesão dos meios hoteleiros à pesquisa, revela-se de importância tanto para a comunidade acadêmica quanto ao mercado hoteleiro de Foz do Iguaçu por permitir verificar o perfil de trabalhadores da área da recepção e salientar a importância que a mão de obra qualificada traz tanto para os meios de hospedagem quanto para seus funcionários. Além disso, como sugestão, essa pesquisa poderá ser replicada em outra localidade, objetivando analisar o perfil dos recepcionistas em outros contextos.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, Joás Tomaz de; JERÔNIMO, Taciana de Barros; MELO, Fagner José Coutinho de. Avaliação da qualidade em serviço de um hotel pelo Método SERVPERF. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 1, p. 124-141, 2015. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/35215/avaliacao-da-qualidade-em-servico-de-um-hotel-pelo-metodo-servperf-i/pt-br>. Acesso em 9 out. 2023.
- BLANCO, Luiz Alonso de Oliveira; LEÃO, Terezinha Soares; GUZZO, Renata Fernandes. Atendimento do setor de reservas em relação aos idiomas na rede hoteleira de Porto Alegre. **Convibra**, 2013. Disponível em: <https://docplayer.com.br/11035799-Atendimento-do-setor-de-reservas-em-relacao-aos-idiommas-na-rede-hoteleira-de-porto-alegre.html>. Acesso em: 20 out. 2023.
- BRITISH COUNCIL. **Quadro Comum Europeu de Referência para Línguas**, c2023. Disponível em: <https://www.britishcouncil.org.br/quadro-comum-europeu-de-referencia-para-linguas-cefr>. Acesso em 12 out. 2023.
- CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade: a inovação na gestão das organizadoras prestadoras de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- CRYSTAL, David. **English as a global language**. 2 ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. Disponível em: https://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/English_As_A_Global_Language_-_David_Crystal.pdf. Acesso em 20 out. 2023.
- DIAZ, Maria Alcantud; VAYA, Ricart; SIGNES, Carmen Gregori. “Share your experience”. Digital storytelling in English for tourism. **Ibérica**, v. 27, p. 185-204, mar. 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/263314458_Share_your_experience_Digital_storytelling_in_English_for_tourism. Acesso em 19 out. 2023.
- EMBRATUR. **Em sete meses, entrada de estrangeiros no Brasil ultrapassa o total de 2022**, 2023. Desenvolvimento. Disponível em: <https://embratur.com.br/2023/08/29/em-sete-meses->

entrada-de-estrangeiros-no-brasil-ultrapassa-o-total-de-2022/#:~:text=Mais%20de%203%2C65%20milh%C3%B5es,janeiro%20e%20julho%20de%202023&text=29%2F08%2F2023%20%E2%80%93%20A,de%20acessos%20registrado%20em%202022. Acesso em 9 out. 2023.

ETHNOLOGHE. **The Ethnologue 200**, 2023. Disponível em: <https://www.ethnologue.com/insights/ethnologue200/>. Acesso em 15 abr. 2024.

FILHO, Ebal Sant'Anna Bolacio. Do método aos pós-método no ensino de línguas estrangeiras. **Revista de estudos de Português Língua Internacional**, v. 1, p. 65-79, jul/dez de 2021. Disponível em <https://www.e-publicacoes.uerj.br/repli/article/view/64216/45085>. Acesso em 24 de nov. 2023.

FONTENELLES, Mauro José; *et al.* Metodologia de pesquisa científica: diretrizes para elaboração de um protocolo de pesquisa. **Rev. Para. Med.**, v. 23, n. 3, jul. -set. 2009. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-588477>. Acesso em 16 out. 2023.

IBGE. **Brasil 500 anos**, 2024. Disponível em: <https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/italianos.html>. Acesso em: 15 abr. 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.

MACIEL, Victor. Parque nacional do Iguaçu recebe quase 1,5 milhão de pessoas e dobra número de visitas em 2022. **Ministério do Turismo**, Notícias. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/parque-nacional-do-iguacu-recebe-quase-1-5-milhao-de-pessoas-e-dobra-numero-de-visitas-em-2022>. Acesso em 6 out. 2023.

MEIRELES, Selma Martins. Língua estrangeira e autonomia: um exemplo a partir do ensino de alemão no contexto brasileiro. **Editora UTFPR**, Educar, Curitiba, n. 20, p. 149-164, 2002. Disponível em <https://doi.org/10.1590/0104-4060.270>. Acesso em 19 nov. 2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário estatístico de turismo 2021**. Brasília, v. 48, 1 ed. 2021. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020_divulgacao-compactado.pdf. Acesso em 6 out. 2023

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para realização de pesquisas em administração**. Manual (pós-graduação) – Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2011. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em 16 out. 2023.

PMFI. Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, c2020. **Sobre a Cidade**. Disponível em: <https://www5.pmfi.pr.gov.br/cidade/#next>. Acesso em 6 out. 2023.

PRZYBYLSKI, Inês Machado. **Hospitalidade sob o olhar do hóspede nos espaços do hotel**. 2008, 166 f. Dissertação (Pós-graduação Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/447/Dissertacao%20Ines%20Machado%20Przybylski.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 5 out. 2023.

QUADROS, Alexandre Henrique de. (2011). A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço. **Revista Hospitalidade**, 8(1), 43–57. Disponível em: <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/346>. Acesso em 19 nov. 2023.

RIBEIRO, Karla Cristina Campos. **Meios de Hospedagem**. 62 f. Apostila (Curso técnico em hospedagem) - Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, Manaus, 2011. Disponível em: https://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf. Acesso em 8 out. 2023.

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica**. 20 f. Fundação de Apoio à Escola Técnica, Paracambi, 2007. Disponível em: https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf. Acesso em 16 out. 2023.

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E PROJETOS ESTRATÉGICOS. Foz do Iguaçu – Destino do mundo, c2023. **Estatísticas e estudos turísticos**. Disponível em: <https://www.destino.foz.br/orgao-oficial/estatisticas-e-estudos-turisticos/>. Acesso em 6 out. 2023.

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E PROJETOS ESTRATÉGICOS. Foz do Iguaçu – Destino do mundo, c2024. **Hospedagem**. Disponível em: <https://www.destino.foz.br/hospedagem/>. Acesso em 2 fev. 2024.

SILVA, Marimar da; CORDEIRO, Andressa Barbosa. “Falei: wait a minute e entrei no Google Tradutor”: O impacto da competência comunicativa em língua inglesa na performance profissional de trabalhadores do setor hoteleiro no centro de Florianópolis-SC. **Revista Hospitalidade**, v. 15, n. 2, p. 215–242. dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n2.013>. Acesso em 10 out. 2023.

SILVA, Marimar da; RAMOS, Luciana de Jesus. A competência oral em inglês do trabalhador como estratégia de endomarketing: um estudo de caso em Florianópolis/SC. **Fórum linguístico**, Florianópolis, v. 18, n.1, p.5750 - 5765, jan. /mar. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-8412.2021.e71116>. Acesso em 5 out. 2023.

TEIXEIRA, Paula Cristina Santos. **Atendimento e Línguas Estrangeiras Hotel Pestana Palms**. 2014. 139 f. (Relatório de Estágio) - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10348/6811>. Acesso em 8 out. 2023.

VIERA, Elenara Viera de. **Recepcionista de hotel**. 3 ed. Canoas: Editora Ulbra, 2004.

WEI, Li. **The bilingualism reader**. 2 ed. Londres: Routledge, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9781003060406>. Acesso em 9 out. 2023.

YUSRA, Kamaludin; LESTARI, Yuni Budi; HAMID, Obaidul. Teacher agency and the implementation of CEFR-like policies for English for tourism and hospitality: insights from local vocational high schools in Indonesia. **Current issues in Language Planning**, Mataram v. 23, p. 233-253, ago. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14664208.2021.1965739>. Acesso em 19 out. 2023.