

## **GLOBALIZAÇÃO ECONÔMICA COMO FATOR DA COMUNICAÇÃO DA LÍNGUA ESTRANGEIRA NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM ECONOMIC GLOBALIZATION AS A FACTOR FOR FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATION IN HOSTING**

### **Um estudo de três hotéis da rede Accor na Costa Verde e Mar**

**Autores:** Ana Beatriz FRANZOI, Stéphanne Camille COHLS, Andréa Cristina Gomes MONTEIRO, Fernanda BAUZYS.

**Identificação autores:** Técnico em Hospedagem, IFC-Campus Camboriú; Orientadores (as): IFC-Campus Camboriú

### **RESUMO**

Este estudo buscou analisar a globalização econômica como fator da comunicação da língua estrangeira em três meios de hospedagem da rede Accor na região Costa Verde e Mar, de Santa Catarina. Esta pesquisa foi quali-quantitativa, composta por questionários semi-estruturados aplicados aos recepcionistas que atuam nos hotéis abordados. Por meio desta interpretação de dados foi compreendida a influência da globalização nos idiomas falados dentro dos hotéis, mostrando que investimentos externos, acordos e a proximidade geográfica impactam diretamente no aspecto linguístico dentro dos meios de hospedagem, sendo necessário o aprendizado da língua estrangeira para o atendimento de turistas não-falantes de língua portuguesa.

**Palavras-chave:** Globalização; idiomas; comunicação.

### **ABSTRACT**

This study aimed to analyze economic globalization as a factor for foreign language communication in three means of hosting of the Accor network in the Costa Verde and Mar region of Santa Catarina. This research was qualitative and quantitative, consisting of semi-structured questionnaires applied to receptionists who work for the studied hotels. Through this interpretation of data it was noticed the influence of globalization in the languages spoken in the hotels, which shows that foreign investments, agreements and geographical proximity impact directly in the linguistic aspect in the hosting area, being necessary to learn the foreign language to attend non-Portuguese speaking tourists.

**Keywords:** Globalization; Languages; Communication.

### **INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA**

Pensando em investigar sobre a globalização econômica como fator da comunicação de línguas estrangeiras nos meios de hospedagem, optamos pela rede Accor para ser o palco desta investigação, especialmente, por ser uma das poucas redes internacionais no Estado. Esta rede oferta hospedagem a turistas de outros

países em Santa Catarina, que a escolhem por seu padrão de qualidade e reconhecimento mundial.

Como foco para este estudo, selecionamos três hotéis da rede Accor presentes na região Costa Verde e Mar. A região da Costa Verde e Mar é considerada um território turístico detentor de inúmeras opções de lazer e entretenimento, belezas naturais, gastronomia típica e temática, manifestações culturais variadas e compras em Santa Catarina (COSTA VERDE & MAR, 2015). Essa região está localizada no centro norte do estado e atrai boa parte dos turistas estrangeiros no Brasil, foco deste estudo.

Portanto, sabendo como a globalização motiva a vinda de turistas estrangeiros para esta região, tanto para negócios quanto para lazer, buscamos analisar como a globalização econômica influencia na escolha dos idiomas falados dentro dos hotéis estudados.

## METODOLOGIA

O método de pesquisa utilizado para este estudo foi a pesquisa quali-quantitativa (GIL, 2010), que possibilitou a compreensão aprofundada dos dados recolhidos. Ao escolher essa abordagem dos dados, selecionamos uma ferramenta para a geração de dados: questionários que foram respondidos pelos colaboradores que atuam na recepção dos hotéis abordados.

Para compreendermos como a globalização econômica influencia diretamente nos idiomas falados dentro destes hotéis, foram desenvolvidos questionários através da ferramenta *google forms* e aplicados com os colaboradores que atuam na recepção dos hotéis estudados. Optamos pelo uso de questionários para a geração de dados em virtude de ser um instrumento que pode ser respondido facilmente pelos colaboradores, sem interferir muito em sua rotina diária. Foram recolhidos 25 questionários (seis no hotel A, cinco no hotel B e quatorze no hotel C), os quais foram tabulados diretamente no *google forms* e analisados em consonância com o referencial teórico que aborda a influência da globalização econômica na comunicação em línguas estrangeiras dentro dos meios de hospedagem. Por meio desta análise, percebemos como a globalização influenciou na aprendizagem e no contato com idiomas estrangeiros pelos colaboradores dos hotéis abordados.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao analisar os dados recolhidos, quanto ao interesse do colaborador em aprender idiomas, foi notado que francês, inglês, italiano e espanhol são as línguas que mais interessam, com respectivamente 15, 13, 12 e 11 respostas de 25. Este resultado se assemelha a uma visão mundial trazida por gráficos da Universidade de Dusseldorf (2015), em que se pode observar que um bilhão e meio da população mundial falam inglês, 82 milhões falam francês, 14,5 milhões espanhol e oito milhões italiano, sendo respectivamente a colocação desses idiomas na pesquisa em segundo, primeiro, quarto e terceiro mais falados no mundo todo (NOAK, GAMIO; 2015). Vale ainda destacar que três desses quatro idiomas (inglês, espanhol e francês) são predominantes linguisticamente no mundo, como foi mencionado, por

serem as línguas mais difundidas devido às suas raízes no passado imperial de seus países de origem (NOAK, GAMIO; 2015).

Ao analisar as respostas quanto ao interesse no aprendizado da língua alemã em comparação com outros idiomas de origem europeia, notamos uma grande diminuição de respostas (seis), o que impressiona pelo fato de a região estudada (sul do Brasil) ter sido predominantemente colonização por alemães. De acordo com Meireles (2002), esta restrição se dá pelo fato de que a maioria dos brasileiros vê muita dificuldade no aprendizado da língua germânica.

Visando os idiomas de origem asiática, percebemos que seis colaboradores têm interesse em aprender mandarim. Isso se dá, provavelmente, devido ao crescente interesse da China para investimentos no estado de Santa Catarina (MACHADO, 2019), o que faz com que o aprendizado deste idioma se torne essencial para a comercialização com empresas deste país e também para o recebimento dos representantes chineses a negócios que se hospedam em nossos meios de hospedagem aqui no Brasil. Outro fator que influenciou este número foi o aumento do fluxo de chineses com o turismo de lazer devido à habilitação concedida pelo Ministério do Turismo, em 2018, a uma agência X, localizada na cidade de Porto Belo, na região da Costa Verde e Mar (SPAUTZ, 2018). Este credenciamento fez com que a vinda desses turistas começasse a crescer cada vez mais a partir desse incentivo realizado no ano passado.

Quanto à questão das línguas cursadas em escolas de idiomas, o inglês foi majoritariamente a língua mais estudada entre os recepcionistas dos hotéis abordados na pesquisa, com 18 de 20 respostas, o que nos mostra que por mais que a globalização tenha facilitado a aprendizagem de diversos idiomas, ela também fez com que a língua inglesa fosse adotada como uma forma de comunicação mundial para relações de diferentes nacionalidades (LANZMASTER, 2018, p. 225). Historicamente, isso se deve ao passado imperialista da Inglaterra, que manteve um posto de hegemonia até a Segunda Guerra Mundial. Por conta do tamanho de seu império, atualmente existe uma grande quantidade de países que adotaram o Inglês como língua oficial. Mais recentemente, o grande avanço econômico-científico dos Estados Unidos, fez com que a cultura americana se tornasse cada mais influente no resto do mundo.

Já o espanhol (oito respostas) acompanha em segundo lugar, neste levantamento, com uma enorme diferença se comparado à língua inglesa. No entanto, ocupa um posto muito importante devido à proximidade desta região brasileira com países falantes de espanhol, como Paraguai, Argentina e Uruguai. Isso é comprovado pelo fato de recebermos, segundo uma pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio) no verão de 2017 para 2018, quase 30% de turistas estrangeiros, sendo entre eles 23,5% Argentinos, apenas no litoral norte de Santa Catarina (NSC TV, 2018).

Em relação à língua francesa (três respostas), além de ser o idioma com mais interesse ao aprendizado, ela também pode ser destacada em terceiro lugar entre os idiomas cursados por este grupo de recepcionistas estudados. Há poucas respostas nesta pergunta se comparada à referida ao interesse, mas levando-se em conta que a França é um dos países que mais investe em serviços no Brasil, como por exemplo, a rede (estudada) Accor, este número pode vir a aumentar nos próximos anos (FARIAS, 2015).

Quanto ao contato com línguas estrangeiras na recepção, o espanhol e o inglês receberam 22 de 25 respostas, o que nos mostra que o contato com turistas estrangeiros é extremamente frequente, podendo se equivaler ao português, que é o contato mais cotidiano. Mas observando o italiano (três), o francês (três) e o alemão (um), foi aberto um questionamento quanto à quantidade de turistas europeus que vêm ao Brasil anualmente. Segundo o Ministério do Turismo (2019), em uma pesquisa sobre a demanda turística no país, em um total de 6.621.376 turistas estrangeiros que entraram no Brasil, 22,1% eram originários apenas da Europa (BRASIL, 2019). Mas se há a vinda deste público, por que o inglês atingiu um resultado tão discrepante ao dos outros idiomas originários da Europa? Analisamos este fato de acordo com a fluência deste grupo de colaboradores estudado, aos idiomas citados inicialmente em comparação ao inglês: o italiano possui cinco respostas para iniciante e duas para intermediário, o francês apenas quatro respostas para iniciante, e o alemão não foi marcado para nenhum tipo de fluência de 25 respostas. Entretanto, o inglês recebeu quatro respostas para iniciante, dez para intermediário e nove para avançado. Todos estes dados nos mostram que estes idiomas são substituídos pela língua inglesa, na comunicação entre colaborador e hóspede, devido à facilidade da comunicação em inglês se comparado aos outros, e por isso é optado pelo uso deste para o atendimento de europeus nos hotéis abordados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise de dados chegamos à conclusão de que a globalização econômica é a principal influência para a quantidade de idiomas falados dentro dos hotéis estudados. Visto que através de investimentos externos, como os mencionados pela França e China, a proximidade como países da América do Sul falantes de espanhol, ou ainda pelo aumento da vinda de turistas de países desenvolvidos, fazem com que haja uma demanda cada vez maior pelo atendimento em língua estrangeira .

Foi visto, ainda, que por mais que haja uma facilidade em aprender outros idiomas, o inglês ainda é a língua mais cursada e com mais contato nos meios de hospedagem, pois é considerada uma língua internacional para a comunicação entre pessoas de diferentes nacionalidades.

Por fim, os colaboradores dos hotéis abordados se mostraram aptos a realizarem esta comunicação com os hóspedes estrangeiros, de acordo com os números recolhidos quanto a idiomas cursados e fluência, e manifestaram-se interessados em melhorar seu atendimento a este público com a visível vontade em aprender novas línguas. Estes aspectos são de suma importância, pois quando há um bom entendimento entre o recepcionista e o turista, a qualidade de atendimento será maior, fazendo com que o retorno e o aumento da vinda deste grupo cresça cada vez mais, impulsionando o turismo na região.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. Estrutura de Pesquisa e Resultados do Turismo Receptivo. **Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil - 2018**. 2019. Disponível em:

<[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional/item/download/964\\_616b0e66c036db76857f828354967e04.html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional/item/download/964_616b0e66c036db76857f828354967e04.html)>.

Acesso em: 23 set. 2019.

COSTA VERDE E MAR. **Sobre**. [201-?]. Disponível em:

<<http://www.costaverdemar.com.br/index.php/sobre/>>. Acesso em: 27 out. 2018.

FARIAS, C. G. A. DA S. **Estratégias de atração de investimentos estrangeiros diretos para o Brasil 2003 - 2013**. 2015. 105 p. Tese (Mestrado em Relações Internacionais) - Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, Universidade Estadual da Paraíba, João Pessoa. 2015. Disponível em: <<http://pos-graduacao.uepb.edu.br/ppgri/download/Carla%20Goreth.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184 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.

Disponível em:

<[https://www.researchgate.net/publication/326220635\\_A\\_gente\\_da\\_um\\_jeito\\_percepcoes\\_do\\_setor\\_de\\_recepcao\\_sobre\\_a\\_lingua\\_inglesa\\_em\\_hotéis\\_de\\_grande\\_porte\\_em\\_Florianopolis](https://www.researchgate.net/publication/326220635_A_gente_da_um_jeito_percepcoes_do_setor_de_recepcao_sobre_a_lingua_inglesa_em_hotéis_de_grande_porte_em_Florianopolis)>. Acesso em: 04 ago. 2019.

MACHADO, Pedro . **Agenda de executiva abre caminho para investimentos chineses em Santa Catarina**. 2019. Disponível em:

<<https://www.nsctotal.com.br/colunistas/pedro-machado/agenda-de-executiva-abre-caminho-para-investimentos-chineses-em-santa>>. Acesso em: 18 set. 2019.

MEIRELES, S. M. Língua estrangeira e autonomia: um exemplo a partir do ensino de alemão no contexto brasileiro. **Educar**, Curitiba, n. 20, p. 149-164, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/er/n20/n20a13.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2019.

NSC TV. **Nº de turistas estrangeiros em SC aumenta mais do que o dobro em relação à temporada anterior, diz pesquisa**. 2018. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/n-de-turistas-estrangeiros-em-sc-aumenta-mais-do-que-o-dobro-em-relacao-a-temporada-anterior-diz-pesquisa.ghtml>>.

Acesso em: 02 ago. 2018.

R. NOAK; L. GAMIO. **The world's languages, in 7 maps and charts**. 2015.

Disponível em:

<<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/04/23/the-worlds-langu>





VIFCULTURA

EVENTOS CONCOMITANTES:

| FEIRA EPROMUNDO

| IFC.AÇÃO

| MOSTRA DE INOVAÇÃO

ages-in-7-maps-and-charts/?noredirect=on>. Acesso em: 17 set. 2019.

SPAUTZ, Dagmara. **Santa Catarina se credencia pela primeira vez para receber turistas chineses**. 2018. Disponível em:

<<https://www.nsctotal.com.br/colunistas/dagmara-spautz/santa-catarina-se-credencia-pela-primeira-vez-para-receber-turistas>>. Acesso em: 17 set. 2019.