

**COMPETÊNCIA COMUNICATIVA EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS NO  
HOTELARIA: UM ESTUDO DE CAMO EM PARANAÍBA - PI**

**Felipe Anderson Machado Amarante**

**Glauber Lima Moreira**

**1. Introdução**

Vivemos em um mundo globalizado que, segundo Matias (2025), se caracteriza pela constante interação com pessoas de diferentes nacionalidades e culturas que não falam português brasileiro. Nesse contexto, o aprendizado de um segundo idioma torna-se essencial, especialmente para aqueles que atuam no setor de turismo no Brasil. Conseqüentemente, esse conhecimento impacta diretamente profissionais de agências de viagens, guias de turismo, trabalhadores do setor de alimentação, da hotelaria, entre outros segmentos, como o comércio, a educação e a área de tecnologia.

O Brasil possui grande potencial turístico, o que, segundo Júnior e Castellar (2018), evidencia a necessidade do aprendizado de línguas estrangeiras por parte dos profissionais que atuam nessa área, especialmente daqueles que mantêm contato direto com estrangeiros, como os trabalhadores do setor hoteleiro, já que muitos visitantes não falam português. Esta pesquisa tem como finalidade compreender a competência linguística de colaboradores de hotéis em Parnaíba-PI. Além disso, busca identificar e analisar as estratégias comunicativas empregadas por esses profissionais em situações que exigem o uso de línguas estrangeiras, com o objetivo de aprimorar o atendimento e a interação com hóspedes internacionais.

Diante do crescente número de turistas estrangeiros na cidade de Parnaíba e da necessidade de domínio de uma ou mais línguas estrangeiras

para a comunicação no setor de meios de hospedagem, observa-se que muitos profissionais não apresentam a proficiência linguística necessária, cenário que compromete a qualidade do atendimento e a competitividade do turismo local.

Além disso, há barreiras que dificultam esse aprendizado, como a falta de oportunidades, de recursos financeiros e de incentivo, o que compromete a capacitação desses profissionais. Assim, este trabalho busca analisar o nível de preparo linguístico dos funcionários de hotéis e pousadas na cidade de Parnaíba para atender turistas estrangeiros, bem como identificar as estratégias utilizadas por eles para superar as dificuldades de comunicação.

O objetivo geral deste trabalho é compreender o impacto da proficiência em línguas estrangeiras entre profissionais do setor hoteleiro de Parnaíba. Os objetivos específicos são: I) investigar a autopercepção de funcionários do setor hoteleiro acerca de seu nível de conhecimento em um segundo idioma; II) identificar os meios utilizados por esses profissionais para superar dificuldades linguísticas durante a execução de suas atividades diárias; III) apontar as principais dificuldades enfrentadas no aprendizado de outro idioma; IV) avaliar a percepção dos funcionários que atuam na linha de frente quanto à importância do domínio de uma segunda língua.

Como justificativa, este trabalho busca evidenciar o nível de proficiência em um segundo idioma de funcionários do setor hoteleiro de Parnaíba e analisar como esse fator impacta suas atividades diárias. Além disso, pretende apontar caminhos para aprimorar o desempenho futuro desses profissionais, servindo como incentivo ao aprendizado de uma segunda língua. A pesquisa foi realizada em hotéis localizados em Parnaíba-PI, onde há grande fluxo de turistas estrangeiros e contato direto entre funcionários e visitantes.

Este artigo está estruturado em cinco seções: a introdução, que apresenta uma visão geral do tema; o referencial teórico, no qual são discutidos os trabalhos de autores que fundamentam a pesquisa; a metodologia, que descreve os procedimentos adotados; a análise dos dados, em que são examinados os resultados obtidos; e, por fim, a conclusão.

## **2. Marco teórico**

### **2.1. Panorama histórico da hotelaria**

O mundo contemporâneo é marcado pelos impactos da globalização, que transformaram as relações sociais em âmbito mundial, modificando, por consequência, as relações desenvolvidas no setor turístico e hoteleiro” (Brocca et al., 2022, p. 6). Nesse cenário, o turismo consolidou-se como uma atividade econômica de grande relevância, uma vez que “tem estimulado o emprego e o investimento, além de modificar o uso da terra e a estrutura econômica das áreas de destino, ao mesmo tempo em que, em nível global, contribui positivamente para a balança de pagamentos dos países” (Silva, 2004, p. 9).

Pode-se afirmar que o turismo possui o potencial de transformar os espaços e também as pessoas que mantêm contato direto ou indireto com essa atividade. Assim, torna-se necessária uma comunicação clara e eficiente para a realização das interações entre indivíduos, especialmente nos meios de hospedagem que, segundo Ribeiro (2011), constituem empresas voltadas a oferecer acomodações e serviços que visam satisfazer as necessidades dos hóspedes.

Ainda de acordo com Ribeiro (2011), os meios de hospedagem podem ser compreendidos como espaços destinados a atender às necessidades de visitantes provenientes de diferentes localidades, tanto do próprio país quanto do exterior.

Os meios de hospedagem possuem raízes históricas que remontam à Grécia Antiga. Segundo Motta e Edler (2019), sua origem está associada ao período dos Jogos Olímpicos, em 776 a.C., quando as competições se estendiam por vários dias, exigindo a permanência dos espectadores no local. Essa prática consolidou-se como uma alternativa de lazer para viajantes e foi posteriormente ampliada com a expansão do Império Romano. Com o passar do tempo, as rotas tornaram-se mais longas, o que aumentou a necessidade de abrigo tanto devido à duração dos deslocamentos quanto à proteção contra possíveis imprevistos.

Segundo Perazzolo, Santos e Pereira (2010), apesar dos avanços e aprimoramentos na hotelaria ao longo do tempo, a estruturação mais sistemática dos serviços de hospedagem ocorreu apenas a partir do século XX, período em que se consolidou a formação profissional na área. A qualificação passou a envolver tanto conhecimentos teóricos quanto práticos, aproximando o perfil desses profissionais de áreas como a administração e a economia. Dessa forma, a hotelaria deixou de ser uma atividade simples e passou a exigir níveis cada vez mais elevados de qualificação, acompanhando a crescente complexidade do setor.

## **2.2. Notas sobre a história da hotelaria no Brasil**

No Brasil, o ato de hospedar, segundo Ribeiro (2011), teve início no período colonial, quando viajantes se alojavam nas residências de moradores locais, sem finalidade comercial. Além disso, também eram recebidos em conventos e mosteiros, onde, em meados do século XVIII, foram construídos edifícios destinados à hospedagem de visitantes ilustres. Essa prática evidencia um modelo inicial de hospitalidade ainda desvinculado da lógica concorrencial que caracteriza o setor atualmente. Motta e Edler (2019) acrescentam que, já no século XIX, consolidaram-se marcos importantes para a hotelaria no Brasil, com as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo figurando como pioneiras na oferta desses serviços, por meio de estalagens destinadas ao alojamento de viajantes. Destaca-se ainda a forte influência da Igreja Católica, que mantinha a tradição de acolher hóspedes em mosteiros da época.

De acordo com Ribeiro (2011), em 1808, com a chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro e a abertura dos portos, houve aumento na demanda por alojamentos. Nesse contexto, casas de pensão, hospedarias e tavernas passaram a receber viajantes com maior frequência e a adotar gradativamente a denominação de hotéis. Esse movimento marcou os primeiros passos da hotelaria brasileira rumo à organização e à melhoria na qualidade dos serviços.

Para Carvalho (2020), a formação de profissionais qualificados é fundamental para garantir um atendimento satisfatório aos clientes dos meios de hospedagem. Nesse sentido, o uso de línguas estrangeiras mostra-se essencial para promover uma comunicação eficiente entre funcionários e turistas, pois “as habilidades linguísticas integram o cerne da experiência turística, na qual as práticas hoteleiras assumem o papel de minimizar as ‘ansiedades linguísticas’ do visitante internacional e evitar possíveis situações constrangedoras e estressantes” (Bocca et al., 2022, p. 5).

As empresas precisam constantemente aprimorar a sua estrutura para receber os hóspedes, mas também devem qualificar seus funcionários, pois “a empresa hoteleira, quando comparada a outros tipos de empresas, é menos propensa à automação, pois o tratamento pessoal, o calor humano faz parte essencial da prestação dos serviços hoteleiros” (Beni, 1998, p. 187), que também é reforçado pela citação a seguir.

Os profissionais encontram um mercado de trabalho muito seletivo, que exige comprovação das suas competências e conhecimentos, uma postura ética coerente com as especificidades da profissão e, principalmente, da consciência clara das capacidades e aptidões dos concorrentes, em um mundo cada vez mais regido pelos imperativos da globalização. (Fornari, 2006, p.28)

Dessa forma, é necessário que os profissionais que atuam na linha de frente do atendimento possuam os requisitos necessários para interagir com turistas estrangeiros, uma vez que mantêm contato direto com os clientes e lidam com demandas diversas no cotidiano de trabalho. Assim, torna-se fundamental que esses funcionários desenvolvam habilidades linguísticas adequadas para oferecer um atendimento de qualidade e solucionar eventuais problemas de comunicação. Como ressalta Castelli (2003, p. 503), “a falta de qualificação das pessoas que trabalham na hotelaria é uma dura realidade,

sentida não só pelos dirigentes hoteleiros, mas também, e principalmente, pelos hóspedes, através da falta de qualidade dos serviços”.

### **2.3. O papel das línguas estrangeiras na formação pessoal e no desenvolvimento profissional**

A linguagem é fundamental na vida de qualquer pessoa. Segundo Vitti (2024), ela integra um processo de construção social e histórica, configurando-se como um sistema desenvolvido por meio de diversos códigos voltados à transmissão de pensamentos e à interação entre indivíduos. Nesse sentido, a língua pode ser compreendida como um código convencionalmente aceito por uma comunidade, pertencente a todos os seus falantes e desprovida de um “dono” específico. Já Asha (1982) afirma que a língua se manifesta em todas as atividades sociais e culturais, constituindo a base da transmissão de valores, tradições e experiências que estruturam a vida em sociedade. Dessa forma, é impossível imaginar a vida humana sem a linguagem, dada sua relevância para o desenvolvimento individual e coletivo.

Independentemente da época histórica, a língua sempre se mostra essencial ao desenvolvimento das pessoas. Betania (2010) ressalta que a língua precede o indivíduo: ao nascer, o sujeito já encontra um sistema linguístico em funcionamento ao seu redor, o qual continuará existindo mesmo após sua morte, por pertencer à coletividade. Essa constatação reforça a centralidade da língua na organização social e evidencia seu papel como requisito cada vez mais presente na dinâmica da sociedade contemporânea.

Segundo Lima (2025), a sociedade atual demanda a constante especialização em línguas estrangeiras, sobretudo diante do avanço da globalização. O domínio de diferentes idiomas contribui para o enriquecimento pessoal e profissional, ampliando possibilidades de interação e inserção social.

De acordo com Confortin (2014), a língua estrangeira exerce influência nas esferas econômica, política e social. Assim, a ausência de conhecimento em outro idioma pode limitar o acesso a oportunidades que exigem essa competência. Pimentel (2024) reforça essa perspectiva ao afirmar que, na

contemporaneidade, o conhecimento de línguas é essencial para o desenvolvimento sociocultural, especialmente em um mundo interconectado pela internet, no qual diferentes culturas e povos mantêm contato constante.

Essa ideia também é defendida por Santos (2012), ao destacar a existência de um ciclo global de comunicação que aproxima países e indivíduos, atenuando barreiras físicas e geográficas no âmbito das interações sociais.

No campo profissional, Silva (2021) observa que o conhecimento de uma língua estrangeira constitui um diferencial competitivo no mercado de trabalho, ampliado à medida que o indivíduo domina mais de um idioma, o que possibilita comunicação com pessoas de diferentes países. De modo semelhante, Pimentel (2024) afirma que o aprendizado de línguas estrangeiras tornou-se imprescindível em razão do aumento das exigências de qualificação profissional em um cenário globalizado. Assim, evidencia-se a necessidade constante de aprender novos idiomas, tanto para o desenvolvimento pessoal quanto para a permanência e ascensão no mercado de trabalho, cada vez mais competitivo (cf. Moreira, Pontes, 2020).

#### **2.4 Capacitação profissional e comunicação eficaz na hotelaria: estratégias para a melhoria da experiência do hóspede**

A hotelaria é um setor que se desenvolveu com o propósito de acolher pessoas durante suas viagens, sejam elas motivadas por negócios ou lazer. Esses espaços tornam-se, segundo Ortiz (2014), ambientes de encontro entre indivíduos de diferentes origens, o que favorece o contato intercultural e, conseqüentemente, o confronto entre distintos costumes, valores e línguas. Nesse contexto, o turismo revela-se intrinsecamente ligado à comunicação e à linguagem.

A linguagem constitui o principal meio de interação entre as pessoas, tornando indispensável o desenvolvimento de competências comunicativas eficazes entre as partes envolvidas. De acordo com Knapik (2012), a comunicação é um processo de interação baseado na troca de informações, ideias e sentimentos, realizado por meio de palavras e símbolos que

transmitem uma mensagem ao interlocutor. No entanto, a transmissão da mensagem não garante, por si só, sua compreensão de forma clara e adequada. Diante disso, o aprendizado de línguas estrangeiras torna-se cada vez mais exigido para os profissionais que atuam no setor turístico. Conforme destaca Araújo (2021):

Com a abertura do mercado e a intensificação do trânsito turístico internacional, tornou-se imprescindível o aprendizado de, no mínimo, um segundo idioma. O domínio de uma língua estrangeira por profissionais que fazem o elo entre as empresas de um país e outro se torna essencial neste cenário, especialmente para os que atuam na área de turismo e possuem contato direto com turistas estrangeiros. (Araújo, 2021, p. 33–34)

Nesse sentido, Castelli (2007) ressalta que as empresas do setor devem investir prioritariamente na qualificação do elemento humano, uma vez que a preparação dos profissionais influencia diretamente a experiência vivenciada pelos visitantes.

Atender o hóspede com eficiência e eficácia demanda, entre outros fatores, uma interação adequada no idioma do cliente. Atualmente, a proficiência em mais de uma língua deixou de ser um diferencial voltado ao encantamento do cliente e passou a constituir uma exigência básica da indústria hoteleira. Conforme argumentam Lanznaster e Silva (2016, p. 227), a competência comunicativa em língua inglesa é um instrumento fundamental para a compreensão e o atendimento das necessidades do hóspede, contribuindo para uma experiência de hospedagem satisfatória. Por outro lado, a impossibilidade de comunicação eficaz pode gerar frustrações e impactos negativos para a imagem da organização, visto que a interação entre colaborador e hóspede integra a rotina e os procedimentos essenciais do bem receber.

Além disso, Castelli (2003) afirma que o fortalecimento do turismo está diretamente relacionado à qualidade da hotelaria, tanto em sua dimensão técnica quanto na qualificação da mão de obra. Isso implica a necessidade de

profissionais bem formados e preparados para desempenhar suas funções de maneira competente. Araújo (2020) acrescenta que nem todos os funcionários compreendem plenamente o propósito de sua atuação, que é proporcionar uma experiência positiva ao hóspede. Muitas vezes, esses profissionais não recebem capacitação adequada nem incentivo para aprimorar seu desempenho, seja no âmbito profissional ou pessoal.

Ainda segundo a autora, é fundamental que gestores e colaboradores sejam estimulados a enfrentar novos desafios, promovendo o desenvolvimento contínuo. A superação de dificuldades, associada ao trabalho colaborativo entre os membros da equipe, contribui para um ambiente organizacional mais harmônico e para a melhoria da qualidade do atendimento ao cliente. Com base em Araújo (2020), pode-se afirmar, portanto, que há uma necessidade constante de aprimoramento dos profissionais da hotelaria, tanto em aspectos técnicos e operacionais quanto em competências comunicativas, visto que uma comunicação clara e objetiva é elemento central para a resolução de problemas e para a excelência no atendimento.

### **3. Metodologia**

Este estudo é de natureza qualitativa, pois “engloba o entendimento, a compreensão e a observação das relações entre as pessoas na sociedade, buscando refletir e investigar novas possibilidades para o problema investigado” (Paiva; Oliveira; Hillesheim, 2021, p. 21). Essa abordagem mostra-se adequada para compreender a experiência dos funcionários de hotelaria e sua interação com visitantes de outras localidades.

A pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, uma vez que tem como objetivo compreender o nível de conhecimento dos funcionários em outro idioma, bem como identificar dificuldades e explorar suas percepções e desafios. Segundo Gil (2002, p. 42), as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou ainda o estabelecimento de relações entre variáveis. Já a pesquisa exploratória, de acordo com o autor, possui maior foco no

conhecimento e na delimitação do problema, apresentando planejamento flexível.

A estratégia metodológica adotada foi a pesquisa de campo, pois “o trabalho de campo se apresenta como uma possibilidade de conseguirmos não só uma aproximação com aquilo que desejamos conhecer e estudar, mas também de criar um conhecimento, partindo da realidade presente no campo” (Neto, 1994, p. 51). Essa etapa combina diferentes modos de coleta de dados: “Essa fase combina instrumentos de observação, entrevistas ou outras modalidades de comunicação e interlocução com os pesquisados, levantamento de material documental e outros” (Minayo; Deslandes; Gomes, 2012, p. 26).

O estudo foi realizado com base em fontes primárias e secundárias. As fontes primárias correspondem aos dados originais, analisados diretamente pelo pesquisador (Sá-Silva; Almeida; Guindani, 2009). Nesse sentido, a pesquisa de campo constituiu a principal fonte primária, pois “pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada, exigindo do pesquisador um contato mais direto” (Gonçalves, 2001, p. 67). Já as fontes secundárias envolveram a pesquisa documental, que recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico (Sá-Silva; Almeida; Guindani, 2009).

Os participantes selecionados foram funcionários que atuam em meios de hospedagem de Parnaíba, tanto estabelecimentos cadastrados no Cadastro de Prestadores de Serviço e Turísticos (Cadastur) quanto aqueles sem registro formal. A escolha justifica-se pelo contato frequente desses profissionais com turistas estrangeiros não falantes de português, situação que demanda o uso de línguas estrangeiras ou estratégias para a superação de dificuldades comunicativas durante o atendimento.

Utilizou-se amostragem não probabilística do tipo intencional, definida “a partir da experiência do pesquisador no campo de pesquisa, numa empiria pautada em raciocínios instruídos por conhecimentos teóricos da relação entre o objeto de estudo e o corpus a ser estudado” (Fontanella, 2011, p. 389). A coleta de dados ocorreu entre os meses de agosto e setembro. O instrumento utilizado foi o questionário, que possibilita a obtenção de informações e

percepções por meio de “um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.” (Gil, 2008, p. 121). Foram empregados questionários com questões abertas e fechadas, permitindo maior liberdade de resposta aos participantes (Jacobsen, 2016).

A análise de conteúdo foi adotada como método principal para a interpretação das respostas abertas obtidas por meio do questionário, possibilitando a investigação aprofundada das percepções, dificuldades e motivações dos participantes em relação ao domínio de um segundo idioma no contexto profissional. Conforme destacam Valle e Ferreira (2025), a análise de conteúdo constitui um conjunto de técnicas voltadas à compreensão dos sentidos explícitos expressos pelos participantes de uma pesquisa, pelos documentos analisados e por outras formas de manifestação.

#### **4. Análise dos dados coletados**

Neste estudo, foram considerados meios de hospedagem da cidade de Parnaíba, tanto os cadastrados no Cadastur quanto aqueles sem registro formal. Ao final da coleta, obteve-se um total de nove respostas válidas.

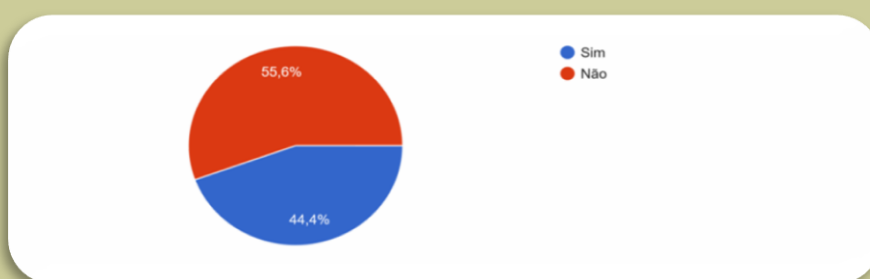
Inicialmente, aplicaram-se questões destinadas à caracterização do perfil dos participantes. Entre os nove respondentes, cinco são do sexo masculino e quatro do sexo feminino, todos residentes em Parnaíba, com idades entre 22 e 47 anos. Em relação ao nível de escolaridade, um participante possui ensino fundamental completo; dois, ensino médio completo; dois, ensino superior incompleto; três concluíram o ensino superior; e um possui pós-graduação.

No que se refere ao tempo de atuação no setor de hospedagem, quatro participantes trabalham há menos de um ano na área; um possui entre um e três anos de experiência; dois atuam entre quatro e seis anos; e outros dois trabalham há mais de seis anos no setor. Quanto às funções desempenhadas atualmente, oito participantes atuam na recepção e um exerce o cargo de gerente.

A partir desses dados, observa-se que a maioria dos respondentes atua diretamente na recepção dos meios de hospedagem, além de apresentar diversidade tanto em termos de faixa etária quanto de formação educacional.

Após a coleta das informações gerais, apresentou-se a **primeira questão** central do estudo, relacionada ao domínio de um segundo idioma. Dos nove participantes, cinco afirmaram não falar outro idioma, enquanto quatro declararam possuir conhecimento em uma segunda língua, conforme apresentado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Conhecimento de outros idiomas.



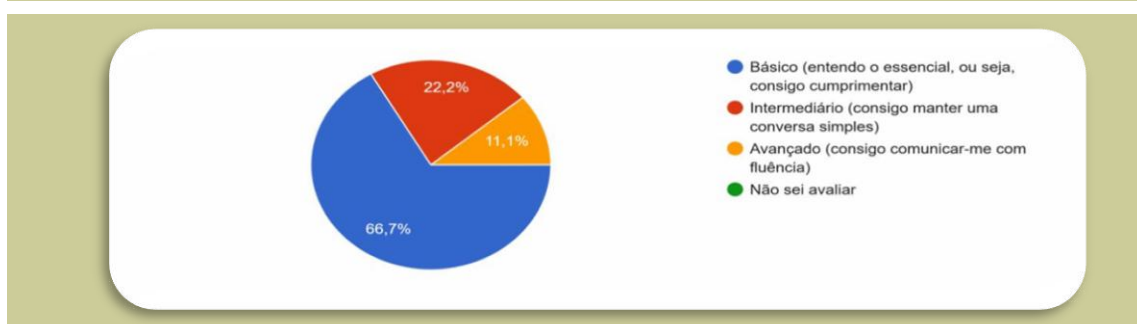
Fonte: Autoria própria, 2025.

Com base nos resultados, observa-se que, apesar do número reduzido de participantes, a maioria declarou não possuir domínio de um segundo idioma. Esse dado pode ser relacionado ao que aponta Carvalho (2020), ao afirmar que o conhecimento de línguas estrangeiras ainda não é um pré-requisito obrigatório no setor de hospedagem.

Na **segunda questão**, ao serem perguntados sobre quais idiomas falam, verificou-se que um participante declarou conhecimento em inglês e espanhol, quatro afirmaram falar apenas inglês e quatro não possuem domínio de nenhum idioma além do português. Esses dados evidenciam que a aquisição de línguas estrangeiras ainda é limitada entre os profissionais participantes, além de confirmar a predominância do inglês como idioma adicional mais procurado. Os resultados também reforçam o que Silva Júnior e Castellar (2018) apontam: o inglês e o espanhol continuam sendo as línguas estrangeiras mais aprendidas na área de hotelaria.

A **terceira questão** abordou o nível de proficiência no segundo idioma. Observa-se que seis participantes afirmaram possuir nível básico (compreensão de aspectos essenciais, como cumprimentos e frases simples), dois declararam nível intermediário (capacidade de manter conversações simples) e um relatou nível avançado (comunicação mais fluente). Esses resultados podem ser visualizados no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Compreensão em um segundo idioma.



Fonte: Autoria própria, 2025.

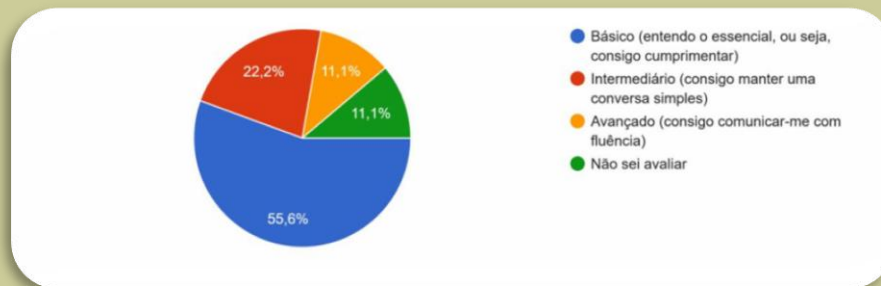
O Gráfico 2 demonstra que o nível básico de proficiência ainda predomina entre os participantes no contexto de trabalho.

Em seguida, solicitou-se que os participantes avaliassem seus níveis de fala, escrita e leitura em um segundo idioma. Na **quarta questão**, referente à habilidade oral (Gráfico 3), um participante avaliou seu nível como avançado, dois como intermediário, cinco como básico e um afirmou não saber avaliar.

A **quinta questão** abordou a habilidade de escrita em um segundo idioma (Gráfico 4). Nessa etapa, um participante se avaliou como avançado, três como intermediário, três como básico e dois declararam não saber avaliar.

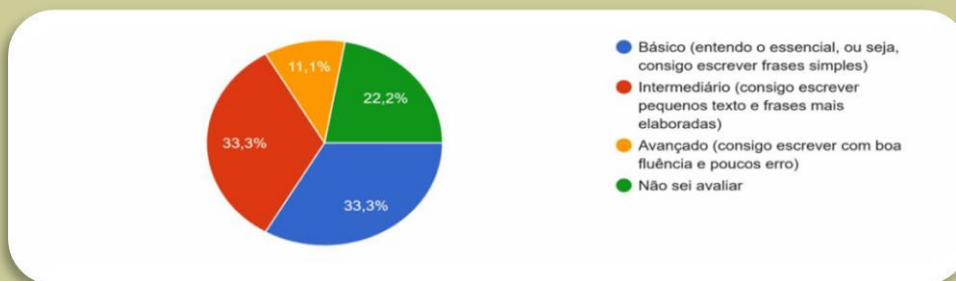
Por fim, a **sexta questão** tratou da habilidade de leitura. Um participante relatou nível avançado, quatro avaliaram possuir nível intermediário, três indicaram nível básico e um afirmou não saber avaliar (Gráfico 5).

Gráfico 3 – Autoavaliação dos participantes quanto à proficiência oral em língua estrangeira.



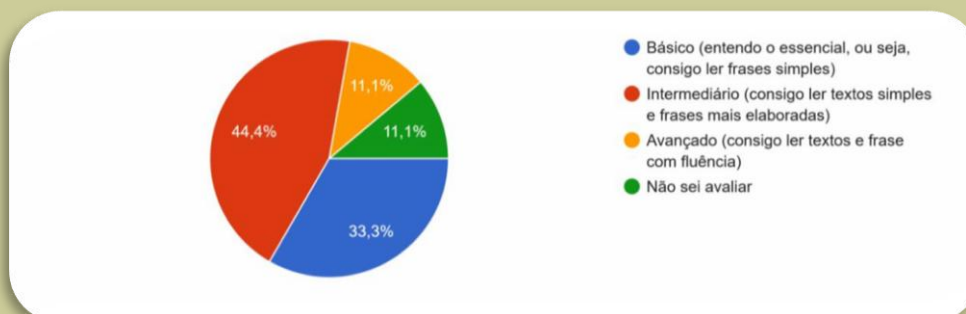
Fonte: Autoria própria, 2025.

Gráfico 4 – Autoavaliação dos participantes quanto à proficiência na habilidade escrita em língua estrangeira.



Fonte: Autoria própria, 2025.

Gráfico 5 – Autoavaliação dos participantes quanto à proficiência na habilidade de leitura em língua estrangeira.



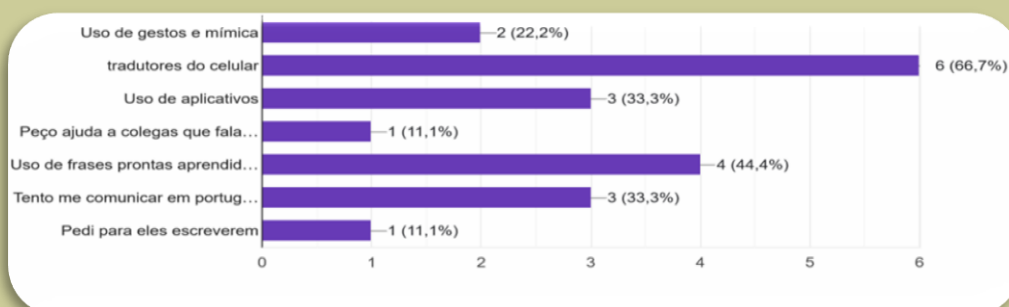
Fonte: Autoria própria, 2025.

Os três gráficos anteriores, referentes às habilidades de fala, escrita e leitura, evidenciam uma carência na capacitação linguística dos profissionais em um segundo idioma. Em outras palavras, observa-se um número reduzido de funcionários aptos a realizar um atendimento eficiente em línguas estrangeiras. Tal limitação, conforme aponta Castelli (2003), impacta diretamente a qualidade da interação com hóspedes que não falam português, podendo comprometer a experiência do visitante e, conseqüentemente, a imagem do estabelecimento.

Na **sétima questão**, os participantes foram perguntados sobre a frequência com que utilizam outro idioma no atendimento aos hóspedes. Os resultados indicaram que cinco deles utilizam raramente uma língua estrangeira, enquanto quatro afirmaram utilizá-la algumas vezes por semana. Esses dados sugerem a presença, ainda que moderada, de hóspedes estrangeiros nos meios de hospedagem de Parnaíba.

Na sequência, a **oitava questão** investigou como os participantes lidam com as dificuldades de comunicação em outros idiomas. Conforme apresentado no Gráfico 6, as estratégias adotadas foram variadas, sendo o uso de tradutores digitais em dispositivos móveis a alternativa mais recorrente entre os profissionais.

Gráfico 6 - Estratégias utilizadas para lidar com dificuldades de comunicação com hóspedes em língua estrangeira.



Fonte: Autoria própria, 2025.

Posteriormente, na **nona questão**, os participantes foram questionados sobre como o domínio de um segundo idioma contribui para a melhoria do atendimento aos hóspedes. Todos responderam afirmativamente.

Em seguida, na **décima questão**, solicitou-se que justificassem suas respostas.

1 - A comunicação é essencial, logo qualquer interação de forma mais eficiente faz diferença no atendimento.

2 - Melhoria o trabalho.

3 - É um complemento no atendimento para com os hóspedes estrangeiros.

4 - Para atendimento sim.

5 - Porque facilita a comunicação conseqüentemente melhora a experiência do hospede.

6 - É acolhedor para hóspedes estrangeiros sentirem que podem ser compreendidos.

7 - Saber um segundo idioma ajuda muito no atendimento aos hóspedes, porque facilita a comunicação com pessoas de outros países, evita mal-entendidos e faz o hóspede se sentir mais bem recebido.

8 - Como há muitos turistas que não falam bem português, é legal que se saiba um segundo idioma.

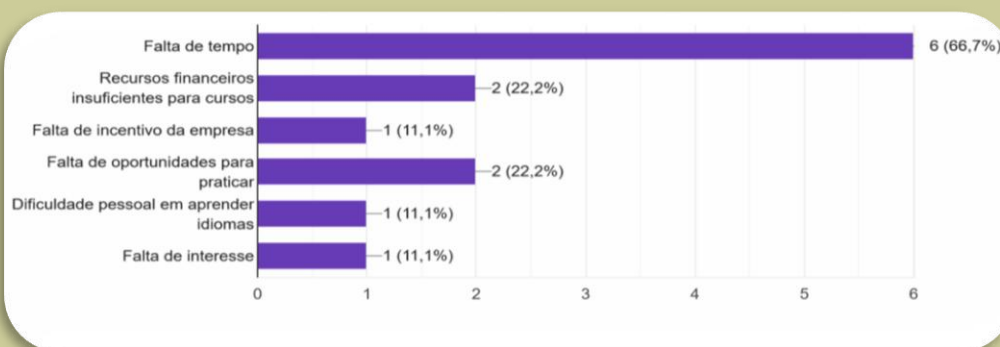
9 - O hóspede pode se sentir mais acolhido e ter suas necessidades respondidas com mais agilidade.

Fonte: Autoria própria, 2025.

Além disso, na **décima primeira questão**, os participantes foram questionados sobre as principais dificuldades enfrentadas para aprender ou aprimorar um segundo idioma. Os resultados indicam que o principal obstáculo apontado foi a falta de tempo, seguida pela limitação de recursos financeiros e

pela escassez de oportunidades de prática, conforme apresentado no Gráfico 7. Esses dados reforçam o que afirma Carvalho (2020), ao destacar que a gestão do tempo permanece como um dos fatores mais determinantes no processo de aprendizagem de línguas.

Gráfico 7 - Principais dificuldades enfrentadas para aprender ou aprimorar um segundo idioma.



Fonte: Autoria própria, 2025.

Também foi questionado, na **décima segunda questão**, se a empresa em que trabalham oferece suporte adequado ou promove ativamente o aprendizado de idiomas estrangeiros. Dos 9 participantes, 8 responderam negativamente e apenas 1 afirmou que sim, evidenciando que nem todas as empresas que da amostra investem na capacitação linguística de seus funcionários.

Em seguida, a **décima terceira questão**, perguntou aos participantes se eles têm interesse em aprender ou aprimorar um segundo idioma visando a melhoria do desempenho profissional. Oito participantes declararam interesse, enquanto apenas 1 respondeu negativamente, indicando que há motivação significativa entre os participantes da pesquisa para se capacitarem linguisticamente.

Por fim, na **décima quarta questão**, perguntou-se aos participantes quais medidas poderiam ser adotadas para aprimorar a comunicação com

turistas estrangeiros em seu ambiente de trabalho. As respostas foram variadas, conforme apresentadas a seguir:

- 1 - Cursos e treinamentos, plataformas online e incentivo ativo
- 2 - Usa mais aplicativo de tradução
- 3 - Cursos relacionados a inglês nos meios de hospedagem em si.
- 4 - No meu local de trabalho é raro hóspedes estrangeiros
- 5 - Aperfeiçoamento na segunda língua
- 6 - Cursos
- 7 - Profissionais de turismo e atendimento ao cliente podem buscar especialização em idiomas para melhorar a experiência do visitante
- 8 - Cursos de idiomas custeados pela empresa visando o aperfeiçoamento do funcionário
- 9 - cursos de capacitação voltados para hospedagem

Os participantes do estudo reconhecem que o domínio de um segundo idioma contribui de forma significativa para a melhoria do atendimento aos hóspedes. Além disso, sugerem medidas práticas para aprimorar a comunicação, incluindo a oferta de cursos e treinamentos, a utilização de tecnologias de tradução e a implementação de incentivos ao aprendizado de idiomas no ambiente de trabalho. Essas percepções evidenciam que os próprios funcionários reconhecem a importância de aprender outro idioma, aspecto também destacado por Costa e Silva (2018).

Apesar do número reduzido de respostas, foi possível identificar aspectos relevantes. A maioria dos participantes atua na recepção e apresenta diversidade em termos de faixa etária e nível de escolaridade. O domínio de um segundo idioma ainda é limitado entre esses profissionais, evidenciando uma lacuna significativa na qualificação linguística. Tal situação configura um desafio para o setor, uma vez que, segundo Brocca et al. (2022), a competência linguística de funcionários em hotéis e meios de hospedagem impacta diretamente a qualidade do atendimento a turistas estrangeiros. Esse

cenário indica que a comunicação em línguas estrangeiras, especialmente além do nível básico, ainda permanece restrita.

Além disso, a presença frequente, ainda que moderada, de turistas estrangeiros reforça a necessidade de investimentos em capacitação linguística. Nesse sentido, Silveira (2019) destaca que a formação adequada dos funcionários é fundamental para aprimorar o desempenho comunicativo e oferecer uma experiência mais acolhedora e eficiente aos visitantes.

## **5. Considerações finais**

O presente estudo teve como foco compreender como os funcionários de hotéis de Parnaíba estão preparados linguisticamente para atender turistas estrangeiros, bem como identificar as estratégias utilizadas para superar dificuldades de comunicação. Os resultados indicaram que a maioria dos profissionais apresenta proficiência limitada em línguas estrangeiras, o que pode comprometer a qualidade do atendimento, conforme discutido no referencial teórico. Ainda assim, observou-se interesse significativo por parte dos participantes em se capacitar e utilizar tecnologias que auxiliem na redução desses obstáculos comunicativos.

O objetivo geral foi analisar de que forma a proficiência em línguas estrangeiras impacta o setor hoteleiro de Parnaíba. A análise dos dados coletados por meio de questionário aplicado via *Google Forms* revelou que a maioria dos participantes não possui domínio de um segundo idioma e, entre aqueles que possuem, predomina o nível básico de proficiência, o que interfere na interação com hóspedes estrangeiros.

Quanto aos objetivos específicos, foi possível identificar o nível de preparo linguístico dos funcionários, evidenciando dificuldades associadas ao domínio inicial do idioma. Também foram mapeadas as principais estratégias utilizadas para contornar barreiras comunicativas, destacando-se o uso de tradutores digitais. Além disso, verificaram-se as principais dificuldades

enfrentadas no processo de aprendizagem de línguas, como a falta de tempo e de recursos financeiros para investir em estudos linguísticos.

A percepção dos participantes quanto à importância do domínio de uma segunda língua foi unânime: todos reconheceram o valor dessa habilidade tanto para o desempenho profissional quanto para o desenvolvimento pessoal.

A hipótese inicial de que muitos profissionais do setor hoteleiro não possuem o nível necessário de fluência em línguas estrangeiras para um atendimento eficiente foi confirmada. Os dados mostraram que poucos participantes dominam idiomas além do português, sua língua materna.

Os resultados também indicam que o inglês é o segundo idioma mais presente entre os profissionais, embora, na maioria dos casos, em níveis básicos de proficiência. Observou-se ainda a ausência de suporte institucional consistente para o aprendizado de línguas no setor hoteleiro local. A principal contribuição deste estudo consiste em evidenciar a realidade linguística dos funcionários da área na região, apontando a necessidade de investimentos em capacitação e em recursos de ensino. Tais ações podem contribuir para a melhoria da experiência dos turistas e para o fortalecimento da imagem do setor na cidade.

Como limitação, destaca-se o número reduzido de participantes, o que restringe a abrangência dos resultados. Contudo, esse aspecto não compromete os objetivos do estudo, uma vez que não se buscou a generalização dos dados, mas sim a compreensão de um contexto específico. Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a amostra, incluir outras regiões turísticas do Piauí e considerar também a percepção de turistas estrangeiros sobre o atendimento recebido, a fim de proporcionar uma visão mais abrangente da temática investigada.

## **Referências**

ARAÚJO, Wilian Alves De. *A utilização de línguas estrangeiras no Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto: realidade e necessidades*. 2021. Trabalho

de Conclusão de Curso (Graduação) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021.

ARAÚJO, Mirela Carine Santos (Org.). *Gestão de meios de hospedagem: qualidade, hospitalidade e sustentabilidade*. [S.l.]: Instituto Federal de Sergipe, 2020.

ASHA – *American Speech and Hearing Association* (1982). Disponível em: <<http://www.asha.org/docs/htmi/RP1982-00125.html>>.

BETANIA, Nadia (2010). *Língua e linguagem*. Disponível em: <<https://educandoatravesdalinguagem.blogspot.com/2011/11/lingua-e-linguagem.html>> Acesso em 05/06/2025.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 1998.  
BOCCA, Francisco de Assis de. *As habilidades linguísticas na hospitalidade hoteleira: um estudo de caso em hotéis de Campina Grande – PB*. 2022. 98 f. Dissertação (Mestrado em Hotelaria e Turismo) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2022.

BROCCA, João Vitor Colombo; PORTO, Yan Scheffer; VELASQUES, Matheus Trindade; GARBUIO, Maria Emília Martins da Silva. O uso de línguas estrangeiras para o atendimento do visitante internacional nas narrativas de gestores e trabalhadores de meios de hospedagem em Praia Grande-SC. *Revista Turismo em Análise*, v. 11, n. 2, jul./dez. 2022.

CARVALHO, Patrícia Ferreira. *A importância do inglês na hotelaria de luxo para a satisfação do cliente estrangeiro: um estudo de caso*. 2020. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Hotelaria) – Universidade Anhembimorumbi, São Paulo, 2020.

CARVALHO, Tatiana Lourenço de; LIMA, Sara de Paula. A importância do espanhol para fortalecer o plurilinguismo e o turismo no estado do Ceará. *Caminhos em Linguística Aplicada*, v. 31, n. 1, p. 1-23, 2025.

CARVALHO, Wesley Gomes de. *A língua inglesa como estratégia de desenvolvimento do trade hoteleiro em Palmas – TO*. Palmas, 2020. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Instituto Federal do Tocantins, Campus Palmas, 2020.

CASTELLI, Geraldo. *Administração hoteleira*. 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

CASTELLI, Geraldo. *Gestão hoteleira*. São Paulo: Saraiva, 2007.

CONFORTIM, Helena. *O aprendizado de língua estrangeira por adultos: reflexões necessárias*. *Perspectiva*, Erechim.,v.37,n.140,p.7-18,dez.

2013. Disponível em: [https://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/140\\_368.pdf](https://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/140_368.pdf). Acesso em 05/06/2025.

COSTA, Beatriz Vieira Da; SILVA, Marimar Da. A língua inglesa no setor hoteleiro: uma sistematização de estudos. *Fórum Linguístico*, v. 21, n. 1, p. 12, 2024.

CRUZ NETO, Otávio. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 18. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2001.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; LUCHESI, Bruna Moretti; SAIDEL, Maria Giovana Borges; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro; MELO, Débora Gusmão. Amostragem em pesquisas qualitativas: proposta de procedimentos para constatar saturação teórica. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 27, n. 2, p. 388-394, fev. 2011.

FORNARI, Cláudio. *Administração de empresas hoteleiras: do operacional à gestão*. Caxias do Sul: EDUCS, 2006.

FORNARI, Ivani Silva. *Educação superior em turismo: o profissional de turismo frente às competências exigidas pelo mercado de trabalho do setor hoteleiro de Natal*. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Elisa Pereira. *Iniciação à pesquisa científica*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.

JACOBSEN, Alessandra de Linhares. *Metodologia científica (orientação ao TCC)*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.

JÚNIOR, Antônio Ferreira DA SILVA; CASTELLAR, Thays Moreira. *Uso de línguas estrangeiras por recepcionistas e mensageiros de uma rede hoteleira de Nova Iguaçu-RJ*. C@ LEA-Cadernos de Aulas do LEA, n. 7, p. 40-59, 2018.

KNAPIK, Janete. *Gestão de pessoas e talentos*. 3. ed. Curitiba: Ibpex, 2011.

LANZMASTER, Letícia; SILVA, Maria 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*, v. 18, n. 1, 2018.

MATIAS, Liliete Simões. *Contributos do Turismo para uma Educação Intercultural*. [Contributions of Tourism to Intercultural Education] *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-23. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1212>

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio da pesquisa social*. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 9-29.

MOREIRA, Glauber Lima; PONTES, Valdecy de Oliveira. (Orgs). *O ensino de espanhol como língua estrangeira na educação brasileira: Ceará em foco*. São Paulo: Mercado das Letras, 2020.

MOTTA, Bianca Spanemberg da; EDLER, Marco Antonio Ribeiro. *Evolução histórica no setor hoteleiro*. Cruz Alta: Universidade de Cruz Alta, 2019. Trabalho apresentado no XXIV Seminário Interinstitucional de Ensino, Pesquisa e Extensão.

MOTTA, Patrícia Lúcia; EDLER, Denise Maria. *Hotelaria: uma breve história*. *Revista Brasileira de Turismo*, v. 1, n. 1, p. 1-10, 2019.

NETO, José Carlos. *Turismo e sustentabilidade: o papel da hotelaria*. Rio de Janeiro: FGV, 2016.

ORTIZ, Felipe Chibás. *Barreiras culturais à comunicação e hospitalidade: estudo multicaso em redes hoteleiras nacionais e multinacionais*. **Revista Turismo e Sociedade**, v.25, n.2, p. 392-421, 2014. ISSN 1984-4867. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v25i2p392-421>

PAIVA, Adriana Borges de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; HILLESHEIM, Mara Cristina Piolla. *Análise de conteúdo: uma técnica de pesquisa qualitativa*. PRISMA, Rio de Janeiro, v. 2, p. 16-33, 2021.

PERAZZOLO, Ana Paula; SANTOS, Patrícia da Silva; PEREIRA, Vera Lúcia. *História da hotelaria: dos primórdios à contemporaneidade*. *Revista Hospitalidade*, v. 7, n. 2, p. 1-15, 2010.

PERAZZOLO, Osvaldo Antônio; SANTOS, Maria Madalena Costa; PEREIRA, Silvia. *Meios de hospedagem no contexto do turismo: considerações sobre o desenvolvimento da hospitalidade*. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2010. Trabalho apresentado no Seminário de Pesquisa Semintur.

PIMENTEL, Patrícia Medeiros Paula. *A importância da inserção das línguas estrangeiras no processo de internacionalização nos cursos superiores da universidade federal da paraíba*. 2024. Disponível em <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/34245> Acesso em 28 set. 2025.

RIBEIRO, Danielle Cristina da Silva. *A história da hotelaria e os desafios da hotelaria contemporânea*. 2011. 43 f. Monografia (Especialização em Gestão de Negócios Turísticos) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.

RIBEIRO, Karla Cristina Campos. *Meios de hospedagem*. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011. 62 p.

SANTOS, Marcos Pereira. Importância do domínio de línguas estrangeiras pelos profissionais de secretariado executivo para atuação no mercado de trabalho em tempos de globalização: uma abordagem crítico-reflexiva. *Revista de Gestão e Secretariado*, São Paulo, v. 3, n. 1, p 94-108, jan./jun, 2012.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. *Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas*. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, Rio Grande, v. 1, n. 1, p. 1-15, jul. 2009.

SILVA, Ermelinda Lopes da; PAULO, Eveline Alexandre; COELHO-COSTA, Ewerton Reubens; PERINOTTO, André Riani Costa. *O aplicativo TripAdvisor e as reclamações online realizadas pelos turistas: uma visão dos empreendimentos gastronômicos em Fortaleza-CE*. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review*, v. 7, n. 3, p. 370-389, set./dez. 2018.

SILVA, Francisco Anastácio da. *Turismo e desenvolvimento regional*. São Paulo: Aleph, 2004.

SILVA, Kely Cristina Mendes da. *A importância do turismo para o desenvolvimento econômico do Estado do Espírito Santo*. 2004. Monografia

(Graduação em Economia) – Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Departamento de Economia, Vitória, 2004.

SILVA, Rita Margarida Amaral. *A percepção da valorização das línguas estrangeiras no mercado de trabalho: uma análise empírica*. 2021. Dissertação de Mestrado. Universidade dos Acores (Portugal).

SILVEIRA, Bianca Resende Campos. *Formação profissional, hotelaria e acolhimento turístico: possíveis inter-relações no campo do hotel-escola*. 2019.

VALE, Milton do; MILTON, Valdeci. *Gestão de pessoas na hotelaria: desafios e perspectivas*. **Revista de Turismo e Hotelaria**, v. 2, n. 1, p. 1-10, 2013.

VALE, Milton do; MILTON, Valdeci. Os desafios na formação do profissional da hotelaria frente às atuais necessidades do mercado de trabalho: a realidade da hotelaria em Natal/RN. **Carpe Diem: Revista Cultural e Científica do UNIFACEX**, v. 11, n. 1, p. 106–124, 2013.

VALLEN, George K.; VALLEN, Judith J. *Check-in, check-out: gestão e prestação de serviços em hotelaria*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

VALLE, Paulo Roberto Dalla; FERREIRA, Jacques de Lima. Análise de conteúdo na perspectiva de Bardin: contribuições e limitações para a pesquisa qualitativa em educação. **Educação em Revista**, v. 41, p. e49377, 2025.