

O Domínio de Línguas Estrangeiras no Turismo e Hotelaria

Kate Torkington | ESGHT

Filipa Perdigão | ESGHT



Introdução

É consensual que os profissionais do turismo e da hotelaria no Algarve necessitam de dominar línguas estrangeiras - e este domínio tem uma natureza específica. O chamado «inglês de praia» não é suficiente para estes profissionais comunicarem com os turistas estrangeiros, bem como não chega o domínio genérico da gramática e do vocabulário básico de Inglês (e, obviamente, o mesmo se poderá dizer do Francês, do Alemão ou de qualquer outra língua à qual seja necessário recorrer por razões profissionais). É cada vez mais evidente que o domínio de técnicas linguísticas de natureza comunicativa aplicáveis a situações comunicativas profissionais específicas é crucial para que as tarefas do quotidiano profissional possam ser executadas com eficiência, eficácia, e acima de tudo, qualidade.

Hoje em dia é amplamente reconhecida a importância vital de conhecimentos específicos na área das línguas. Deste modo, apresentamos um estudo de *análise de necessidades*¹ para aferir os conhecimentos de línguas dos profissionais que desenvolvem a sua actividade nos sectores algarvios do turismo e hotelaria. Neste estudo considerou-se fundamental perceber a valorização e conhecimentos das línguas estrangeiras entre aqueles que pretendem desenvolver carreira nesta área. Desta forma, o nosso objectivo principal era definir os conhecimentos específicos na área das línguas estrangeiras aplicáveis ou fundamentais para desenvolver as tarefas profissionais num ambiente profissional cada vez mais multilingue e, como resultado, aplicar as conclusões ao desenvolvimento e reestruturação dos programas curriculares de línguas estrangeiras para fins específicos dos cursos superiores oferecidos pela ESGHT.

A abordagem ao ensino das línguas, conhecido como o ensino de *línguas para fins específicos*, pode ser definido

Este artigo apresenta de forma sumária os resultados obtidos a partir de um *Estudo Preliminar de Análise de Necessidades na área da aprendizagem e aplicação de Línguas Estrangeiras para o Turismo desenvolvido entre Abril e Junho de 2001. Os resultados obtiveram-se através da aplicação de inquéritos por questionário dirigidos, essencialmente, aos profissionais com formação no ensino superior a desenvolver a sua actividade nos sectores do turismo e hotelaria.*

de forma abrangente como uma abordagem focada nas necessidades presentes e/ou futuras e «in which all designs as to content and method are based on the learner's reason for learning» (Hutchinson e Waters, 1987:19). Hoje em dia, é amplamente aceite, por forma a tomar as decisões e planificar o currículo programático, a extrema utilidade de levar a cabo algum tipo de estudo de *análise de necessidades* (ver, por exemplo, Mackay e Mountford, 1978; Munby, 1978; Yalden, 1983; Hutchinson e Waters, 1987; Nunan, 1988; Brindley, 1989; Stern, 1992; Ellis e Johnson, 1994). Neste contexto, entende-se «needs analysis» como o processo que serve para determinar e hierarquizar as necessidades que levam o grupo de estudantes a precisar daquelas competências linguísticas.

Para a concretização do estudo, desenvolveu-se um questionário preliminar de análise de necessidades que procurou, genericamente, determinar as necessidades sentidas pelos profissionais das áreas do turismo e hotelaria em dominar línguas estrangeiras para aplicar no local de trabalho, (nomeadamente, saber que línguas são utilizadas; que línguas adicionais deveriam ser aprendidas; e quais as possíveis áreas na aprendizagem de línguas estrangeiras que são vistas como merecendo maior reforço). Baseado no enquadramento desenvolvido, em primeiro lugar, no Council of Europe Threshold Project (Van Ek, 1975), o inquérito pretendia, especificamente, obter informação sobre *como* são as línguas utilizadas no local de trabalho, procurando assim clarificar:

- 1 As **situações** em que as línguas são utilizadas no local de trabalho (forma de interacção, enquadramento profissional);
- 2 As **actividades** desenvolvidas que recorrem a línguas estrangeiras, especificadas em termos das quatro competências: ler, escrever, ouvir e falar;
- 3 As **funções da linguagem** necessárias para desenvolver actividades de comunicação do dia-a-dia profissional (por exemplo: descrever; informar; aconselhar ou negociar, entre outros).

Não só os resultados do inquérito se mostraram substancialmente informativos para o objectivo inicial - fornecer informação para o processo de planificação dos programas curriculares -, como também a importância do domínio de línguas estrangeiras no sector do turismo e hotelaria do Algarve surgiu nitidamente recortada.

Metodologia

Recorreu-se à base de dados da ESGHT mantida pelo

Gabinete de Relações Externas, com a listagem de organizações que oferecem estágios aos nossos alunos, enviando-se 340 inquéritos por questionário dos quais se obtiveram 86 respostas que correspondem à seguinte distribuição por grau académico/formação dos inquiridos: 64,7% licenciados, 16,5% bacharéis, 4,7 % mestres, 1,2 % pós-graduados, 13% outros.

Em termos de actividade profissional, 43% respondeu que trabalha nos sectores do Turismo, Hotelaria e Restauração. Os restantes inquiridos distribuem-se por diferentes áreas com os Serviços de Gestão/Administração e Secretariado/Escritórios a surgirem num modesto 2º e 3º lugar com 7% e 5 % respectivamente. A taxa de inquiridos que não respondeu a esta questão foi de 20%.

O questionário era composto por duas perguntas abertas para determinar as habilitações académicas e actividade profissional dos inquiridos e dez perguntas fechadas - cuja maioria oferecia a possibilidade de resposta múltipla - com o tipo de formulação exemplificada no quadro seguinte:

Pergunta nº5: Quais das seguintes formas de comunicação escrita tem que produzir em cada uma das línguas?

		Inglês	Alemão	Francês
A	Cartas profissionais			
B	Memorandos			
C	Faxes			
D	Correio electrónico			
E	Relatórios			
F	Preenchimento de formulários/documentos de rotina			
G	Traduções do/para Português			
H	Notas de imprensa			
I	Brochuras/panfletos turísticos			
J	Websites/páginas na Web			

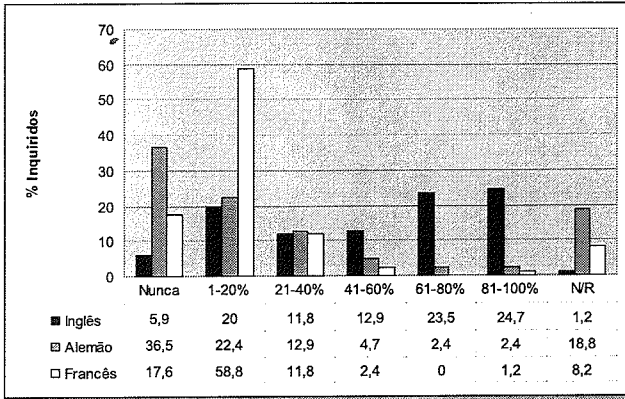
Resultados

Foi solicitado aos inquiridos que procurassem quantificar o tempo despendido no local de trabalho a comunicar em cada uma das três línguas constituintes dos currículos dos Cursos Superiores de Turismo e Gestão Hoteleira (Inglês, Francês e Alemão). Praticamente todos os inquiridos recorrem ao Inglês no trabalho - de facto, apenas 5,9% declarou nunca usar Inglês. Cerca de metade afirmaram usar a Língua Inglesa durante mais de metade do seu horário de trabalho - de facto, um quarto da amostra declarou que mais de 80% da comunicação no trabalho é realizada em Inglês.

A maioria (75%) declarou utilizar o Francês no trabalho, embora previsivelmente durante menos tempo, uma vez que a estimativa mais frequente situava-se entre 1 e 20% do tempo.

Gráfico nº 1

No emprego quanto tempo fala cada uma destas línguas? (Estimativa)



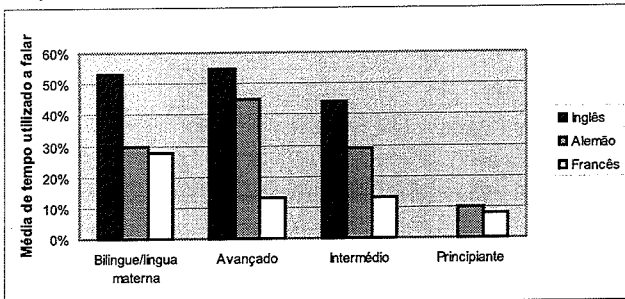
Enquanto que um pouco mais de um terço dos inquiridos estima gastar até 40% do tempo de trabalho a comunicar em Alemão, também um pouco mais de um terço dos inquiridos afirma nunca recorrer a esta língua (temos também 18,8% a não responder à pergunta). Contudo, isto não deverá ser equacionado como a inexistência de necessidade de conhecimentos de Alemão. É provável que muitos dos inquiridos não detenham a competência (e/ou a confiança) necessária para usar o Alemão, possivelmente preferindo recorrer ao Inglês quando lidam com clientes ou colegas de profissão alemães. Esta leitura parece ser sustentada pelo facto de 75% dos inquiridos classificarem como de «iniciação» a sua competência oral em Alemão, e uma percentagem ainda maior (83,1%) dar a mesma resposta para as competências da escrita. Comparativamente, apenas 39% (na oralidade) e 41% (na escrita) auto-avaliaram-se como estando no nível elementar em Francês, enquanto que para o Inglês apenas 1,2% (ou seja, um inquirido) deu a mesma resposta

Dever-se-á acrescentar que se consideraram quatro graus de conhecimento das línguas quer para a oralidade, quer para a escrita (bilingue/língua materna; avançado, intermédio e principiante/iniciação).

Analisando a relação entre o nível de língua (grau de domínio da língua) e o tempo utilizado a falar a língua verifica-se, sem surpresas, que quanto mais elevado for o grau de proficiência, mais tempo de trabalho é gasto recorrendo a essa mesma língua.

Gráfico nº2

Relação entre o nível de língua oral e o tempo utilizado a falar a língua:



É possível sugerir uma associação entre a quantidade de tempo gasto a utilizar línguas estrangeiras e a área profissional. Aqueles que gastam a maior parte do tempo de trabalho comunicando em Inglês encontram-se quase todos empregados nos sectores do turismo e hotelaria².

Quando fomos avaliar as **situações** profissionais durante as quais os inquiridos recorrem às línguas estrangeiras, verificámos que a situação com mais expressividade nas três línguas era a de atendimento ao cliente/turista numa situação cara a cara, seguida do atendimento telefónico, igualmente representativa nas três línguas. O Inglês era usado por metade ou mais de metade da amostra nas seguintes situações: falar cara a cara com clientes ou turistas (88,2%); falar ao telefone com clientes ou turistas (77,6%); falar ao telefone com colegas ou outros profissionais (58,8%); falar directamente com grupos de clientes ou turistas (54,1%); falar cara a cara com colegas ou outros profissionais (49,4%). Alguns inquiridos recorrem de igual modo ao Inglês em reuniões de trabalho ou em situações de falar em público.

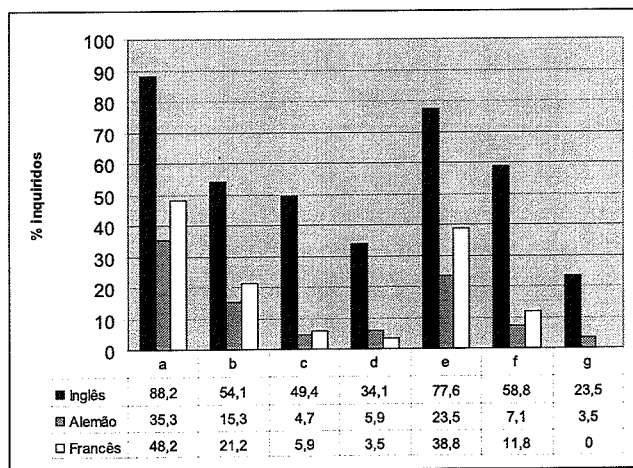
As situações mais comuns nas quais os inquiridos disseram recorrer ao Francês e Alemão foi nas situações de conversa frente a frente ou ao telefone com clientes ou turistas individualmente. O recurso a estes idiomas como forma de comunicar com colegas ou outros profissionais é relativamente pouco frequente.

Gráfico nº3

Em quais das situações seguintes recorre ao Inglês/Alemão/Francês?

Situações:

- a = Clientes/turistas individuais cara a cara;
- b = Grupos de clientes/turistas cara a cara;
- c = Colegas/outros profissionais cara a cara;
- d = Reuniões de trabalho;
- e = Turistas/clientes ao telefone;
- f = Colegas/outros profissionais ao telefone;
- g = Comunicações públicas.



Constatou-se que a **actividade da** escrita em língua estrangeira era muito menos comum que as formas orais

de comunicação. Como seria de prever, a produção de tipos de comunicação escrita mais recorrente nas três línguas tomou a forma de cartas, de faxes e do recurso ao correio electrónico, embora todas as outras actividades de escrita listadas no questionário surgissem como parte integrante das competências profissionais de alguns inquiridos, para a Língua Inglesa, tais como traduções de e para o Português, a elaboração de panfletos, brochuras, relatórios e memorandos, o preenchimento de documentos e, em alguns casos, a construção de websites.

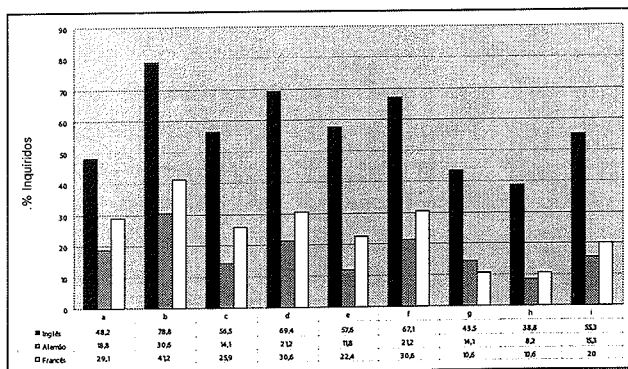
Escolheram-se nove **funções de linguagem** tipicamente associadas às profissões que envolvem interacção com o público: *operações de rotina; dar informações e indicações; descrições de locais* (atracções turísticas); *dar conselhos e sugestões; explicar procedimentos; lidar com queixas e protestos; promoção e vendas; negociar*, e por fim, *socializar*.

Verificou-se, também sem qualquer surpresa, que a função mais utilizada é *dar informações e indicações* com 80% em Inglês, mais de 40% em Francês e 30% em Alemão, seguida por *dar conselhos e sugestões* com quase 70% em Inglês, cerca de um quinto em Francês e um terço em Alemão. Se, de facto, algumas das funções aparecem com um mínimo de expressividade no Francês e Alemão - *negociar* com apenas 10,6% dos inquiridos a recorrerem a esta função em Francês e 8,2% dos inquiridos a fazerem-no em Alemão - é, contudo, interessante constatar, que as nove funções da linguagem aparecem referidas pelos inquiridos nas diferentes línguas.

Gráfico nº 4
Quais das seguintes funções da linguagem tem que produzir em cada língua?

Funções:

- a = Operações de rotina;
- b = Dar informações/indicações;
- c = Descrição de locais turísticos;
- d = Dar conselhos/sugestões;
- e = Explicar procedimentos;
- f = Lidar com queixas/protestos;
- g = Promoção e vendas;
- h = Negociar;
- i = Socializar.



O perfil obtido em relação aos hábitos de leitura profissionalmente orientados da amostra sugere uma grande diversidade de textos lidos nas três línguas, embora predominantemente em Inglês. O tipo de textos que se destacam nesta **actividade** são os que dizem respeito a informação turística (76,5% dos inquiridos lê este tipo de texto em Inglês; 21,2% fá-lo em Francês e 15,3% fá-lo em Alemão); correspondência profissional, websites e, ainda, jornais e imprensa turística e publicações em Inglês. De notar que estamos perante uma questão de resposta múltipla.

Os resultados a partir da amostra indicam que mais de dois terços dos inquiridos em relação ao Alemão e Francês, e um pouco mais de metade dos inquiridos em relação ao Inglês, sentem que as respectivas competências linguísticas poderiam ser melhoradas através da frequência de um curso de especialização. Apenas 13% para o Inglês, 5,9% para o Francês e 2% para o Alemão responderam negativamente a esta questão.

Igualmente, é a categoria da *comunicação profissional falada* - entre a escolha *gramática, conversação, comunicação profissional escrita, vocabulário de turismo e hábitos culturais*, que os inquiridos consideram de maior utilidade.

Curiosamente, as comunicações ou apresentações públicas em língua estrangeira não parecem assumir qualquer peso profissional, aparecendo esta situação em último lugar para o Inglês e Alemão e nem sequer tendo sido referida pelos falantes de Francês.

Neste ponto, merece referência que os programas curriculares das disciplinas de Inglês têm uma forte componente de «preparação de apresentações orais» e de «como falar em público», que face a estes resultados, poderá ser revista num futuro próximo.

Por fim, em relação à aprendizagem de línguas estrangeiras adicionais propôs-se, ao nível elementar ou de iniciação, a escolha entre o Italiano, Holandês, Espanhol e Russo. Os resultados vieram confirmar a nossa percepção empírica baseada na afluência aos Cursos Livres de Línguas desenvolvidos pela ESGHT desde 2000. A Língua Italiana aparece com maior destaque, tendo 56,5% dos inquiridos respondido que gostariam de aprender esta língua. Depois por ordem decrescente, segue-se o Espanhol com 48,2%, o Russo com 44,7% e o Holandês com 38,8%.

Conclusões

Após análise das respostas, podemos concluir que os profissionais das áreas do turismo, hotelaria e restauração consideram crucial o domínio de línguas estrangeiras para o exercício diário da sua profissão. É também possível concluir que ao nível do Alemão e/ou do Francês grande parte

dos inquiridos considera que tem poucos conhecimentos, e que todos eles estabelecem uma relação directa entre as suas necessidades profissionais e a percepção do valor acrescentado que o domínio de competências linguísticas lhes pode oferecer nesta área (mesmo o Inglês, que apresenta o número mais baixo de pessoas interessadas na continuação da sua aprendizagem, encontra-se acima dos 50%).

Em relação à apreciação da necessidade de evolução no nível de conhecimentos, os resultados são muito promissores, uma vez que 30,4% da carga horária total do Curso Superior de Turismo (três primeiros anos) é tomada pelas línguas para fins específicos: Inglês (15,2%), Francês ou Alemão (15,2%), representado a maior fatia de carga horária. O grupo disciplinar de Turismo surge com a segunda maior fatia (20,3%) seguido pelo grupo disciplinar das Ciências Sociais (8,9). Em relação ao Curso Superior de Gestão Hoteleira, também as disciplinas de línguas surgem como as de maior carga horária. Poder-se-á, então, considerar a pertinência de incluir o Inglês e o Francês ou o Alemão como disciplinas curriculares obrigatórias nos 4º anos dos Cursos.

Recomendamos, ainda, que a construção dos conteúdos programáticos das disciplinas de línguas estrangeiras nos Cursos Superiores de Turismo e Gestão Hoteleira se continue a concentrar, como já o faz há muito tempo, no ensino das línguas para fins específicos, afinando alguns dos itens programáticos em função dos resultados obtidos neste estudo, nomeadamente em relação à actividade de produção oral e escrita.

Considerando as respostas que apontam para a necessidade que os inquiridos sentem em melhorar o seu domínio de línguas estrangeiras, poder-se-á considerar a hipótese da oferta de um curso pós-graduado nesta área.

Por último, é de referir que este género de inquérito de análise de necessidades é normalmente completado pelas técnicas complementares de entrevista, observação participante no local de emprego e testes de diagnóstico, técnicas estas que poderão ser aplicadas em futuras investigações. ▣

Notas:

¹ Tradução da designação em Inglês «needs analysis».

² De notar que 17,6 % dos inquiridos não deu qualquer resposta para a língua alemã.

Referências Bibliográficas

BRINDLEY, G. (1989). «The role of needs analysis in adult ESL programme design», in *The Second Language Curriculum*, ed. R.K. Johnson, Cambridge: Cambridge University Press.

ELLIS, M. e C. Johnson (1994). *Teaching Business English*. Oxford: Oxford University Press.

HUTCHINSON, T. e A. Waters (1987). *English for Specific Purposes: A Learner-centred Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

JOHNSON, R.K. (ed.) (1989). *The Second Language Curriculum*. Cambridge: Cambridge University Press.

MACKAY, R. e A. Mountford (1978). *English for Specific Purposes*. London: Longman.

MUNBY, J. (1978). *Communicative Syllabus Design*. Cambridge: Cambridge University Press.

NUNAN, D. (1988). *Syllabus Design*. Oxford: Oxford University Press.

STERN, H. H. (1992). *Issues and Options in Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.

YALDEN, J. (1983). *The Communicative Syllabus: Evolution, Design and Implementation*. Oxford: Pergamon.