

IMPACTO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS NA PERFORMANCE DE TRABALHADORES DO SETOR HOTELEIRO: UMA REFLEXÃO

Thayssa Duarte Costa¹

Resumo: Este resumo aborda o impacto da qualificação profissional em línguas estrangeiras na performance dos trabalhadores do setor hoteleiro, com base em uma revisão de literatura em banco de dados como Google Acadêmico, Scielo e ScienceDirect no período de 2000 a maio de 2023. O objetivo desta revisão é analisar estudos relevantes que evidenciem os benefícios da aquisição de fluência em idiomas estrangeiros para os profissionais desse setor. Através da análise de pesquisas, constatou-se que o aprendizado de línguas estrangeiras não apenas amplia as oportunidades de interação com hóspedes de diversas nacionalidades, mas também permite um melhor entendimento de suas necessidades e expectativas. Profissionais fluentes em idiomas como inglês, espanhol, francês, entre outros, conseguem desempenhar funções mais complexas, como participar de reuniões e negociações internacionais, elaborar relatórios, traduzir documentos e atuar como intérpretes. Consequentemente, investir na qualificação linguística da equipe demonstra um comprometimento com a excelência no atendimento, resultando em maior satisfação dos clientes, fidelização e recomendações positivas. A reflexão sobre o impacto benéfico dessa qualificação é fundamental para o crescimento e desenvolvimento tanto dos profissionais quanto do setor como um todo, conforme evidenciado pelos estudos revisados.

Palavras-Chave: Competência Comunicativa. Educação. Hospitalidade. Indústria do turismo.

Impact of professional qualification in foreign languages on the performance of workers in the hospitality industry: a reflection

Abstract: This summary addresses the impact of professional qualification in foreign languages on the performance of workers in the hotel industry, based on a literature review in databases such as Google Scholar, Scielo, ScienceDirect, and Web of Science from the period 2000 to May 2023. The objective of this review is to analyze relevant studies that highlight the benefits of acquiring fluency in foreign languages for professionals in this sector. Through the analysis of research, it was observed that learning foreign languages not only expands opportunities for interaction with guests of various nationalities but also enables a better understanding of their needs and expectations. Professionals fluent in languages as English, Spanish, French, among others, are able to perform more complex tasks, participating in international meetings and negotiations, composing reports, translating documents, and serving as interpreters. Consequently, investing in the linguistic qualification of the team demonstrates a commitment to excellence in customer service, resulting in higher customer satisfaction, loyalty, and positive recommendations. Reflecting on the beneficial impact of this qualification is essential for the growth and development of both professionals

¹ Centro Universitário Anhanguera – UNIFIAN, Leme, São Paulo. E-mail: <thayssa.duarte20@gmail.com>

and the industry as a whole, as evidenced by the reviewed studies.

Keywords: Communicative Competence. Education. Hospitality. Tourism Industry

INTRODUÇÃO

De acordo com a The World Tourism Organization (UNWTO), em 2012 a chegada de turistas internacionais ao Brasil expandiu-se em 22,18%, gerando um aumento de 11,08% na receita nacional. Na época os turistas internacionais que mais visitam o país eram originários da Argentina (1,67 milhão), seguido pelos Estados Unidos (586 mil) e pela Alemanha (258 mil) (DA SILVA; CORDEIRO, 2018); e em 2021, através de uma parceria entre o Ministério do Turismo e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mapeou-se as viagens realizadas por brasileiros, sendo constatado que foram registradas 12,3 milhões de viagens, onde 99,3% ocorreram dentro do país e os gastos totais das viagens nacionais com pernoite somaram R\$ 9,8 bilhões (WERNER; NEITZKE, 2022; IBGE, 2022). Tais dados revelam que o setor hoteleiro é amplamente movimentado na questão mercadológica e que atrai não apenas estrangeiros, mas movimenta o interesse da população nacional, podendo ser uma fonte de influência impactante na economia e desenvolvimento do Brasil.

Preço, localização, facilidades do hotel, programas de fidelidade e design são alguns dos fatores que levam um cliente a escolher um hotel (CANTALLOPS; SALVI, 2014; ANTONIO et al., 2018). Como o uso generalizado da Internet promoveu o crescimento de conteúdo em plataformas de mídia social, as avaliações online tornaram-se outro importante impulsionador das decisões de reserva de hotel dos clientes (MARIANI et al., 2019). Detalhes sobre acomodações, passeios e comentários acerca do atendimento ficam mais fáceis de serem promovidos com as redes sociais, assim como críticas e problemas que devem ser solucionados, e um deles é justamente a barreira linguística (TZIORA et al., 2016; MARIANI et al., 2019).

Pesquisas vêm mostrando uma situação adversa no que se refere à excelência comunicativa dos colaboradores do setor hoteleiro (GOMES, 2003; AMORIM, 2011; BARBOSA et al., 2014; DUAN et al., 2016; ASSIS-PETERSON; COX, 2017; DA SILVA; CORDEIRO, 2018). Dados revelam que apesar dos benefícios que o treinamento do ensino superior ou técnico no setor hoteleiro apresentam não existem recursos humanos qualificados para suprir as necessidades do mercado, em especial no quesito linguístico (BARBOSA et al., 2014; MARTÍN; ROMÁN, 2017; PENG et al., 2018); ou seja, os estudos com foco no ensino de línguas estrangeiras têm evidenciado a falta de qualificação em diversos idiomas e defasagem na própria língua materna (português do Brasil) quando no desenvolvimento das atividades profissionais dos colaboradores do setor hoteleiro, em diferentes regiões brasileiras (GOMES, 2003; SILVA; MOTA, 2013; DA SILVA; CORDEIRO, 2018). A proficiência em idiomas estrangeiros é um pré-requisito básico para o sucesso da comunicação na indústria do turismo, porque no mundo globalizado de hoje a importância do domínio de línguas estrangeiras é uma exigência, visto os dados anteriores, e o multilinguismo é considerado um investimento no futuro profissional e da rede hoteleira (TZIORA et al., 2016).

Vale destacar que o sistema hoteleiro vai além da receptividade no balcão com o hóspede, afinal o interesse do turista é ocupar-se com atividades durante as viagens, atingindo caminhos que integram o lazer, por vezes negócios e outros propósitos, portanto saber gerenciar às necessidades do cliente através de uma comunicação fluida é essencial para um serviço de qualidade e um feedback positivo na negociação (DUAN et al., 2016; ANTONIO et al., 2018; PENG et al., 2018).

Sabendo disso, o objetivo desse trabalho foi de levantar dados sobre a importância dos conhecimentos em línguas estrangeiras para o serviço de turismo e de hotelaria; identificar os idiomas mais recorrentes e possivelmente mais necessários para o mercado brasileiro de hotelaria; e observar as dificuldades linguísticas enfrentadas pelos sujeitos no exercício da sua função profissional fazendo apontamentos para melhorias.

METODOLOGIA

A pesquisa se concentra em uma revisão sistemática de artigos científicos que investigaram a experiência de se ter profissionais fluentes em diferentes e seu desempenho no serviço de hotelaria e turismo. Estes artigos foram publicados entre 2000 e 2023. O processo de busca e seleção foi realizado em bibliotecas virtuais que incluem bases de dados como Google Acadêmico, Scielo e ScienceDirect.

Segundo Echer (2001), a revisão bibliográfica sistemática é um método que visa maximizar a eficácia da pesquisa para encontrar sistematicamente um número significativo de resultados. E pensando nisso questões norteadoras foram elaboradas: Qual é o impacto e a importância de serem implementados diferentes idiomas em cursos e faculdades de turismo e hotelaria? Como essas metodologias afetam o desempenho dos alunos ou profissionais já formados? Quais são os benefícios percebidos por profissionais do setor, quando estes têm conhecimento de línguas diferentes das suas nativas? Assim, para definir o escopo do estudo, os artigos selecionados aderiram aos seguintes critérios de inclusão: estudos que abordaram a criação e/ou experiência do conhecimento de idiomas diferentes do nativo para graduandos de cursos de hotelaria e turismo como também para profissionais formados, e pesquisas que exploraram o impacto de implementações de metodologias/experiências no aprendizado e na preparação para os profissionais.

Os principais descritores utilizados (em português, inglês e espanhol) foram: “competência comunicativa”, “diversidade linguística”, “indústria turística”, “qualificação profissional em hotelaria”, “setor hoteleiro”. Isso filtrou artigos publicados entre 2000 e 2023. Os mesmos descritores também foram usados em inglês para a busca. Como resultado, um total de 412 artigos foram encontrados na base de dados do Google Acadêmico, 25 no Scielo e 523 no ScienceDirect.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A importância das línguas estrangeiras na gestão global da hospitalidade

Informações e reservas de hotéis, atendimento durante as férias e atendimento pós-venda são os pontos cruciais da cadeia de valor do turismo no mercado global (WEIERMAIR, 2006). Compreender a cultura do turista sendo receptivo através da linguagem verbal e não-verbal e engajar-se em um diálogo aberto, que combata estereótipos e mal-entendidos, são base para uma abordagem bem-sucedida quanto a qualidade de serviço prestada (ZORINA et al., 2014).

A chamada linguagem da hospitalidade, apontada por Blue e Harun (2003), diz que todas as expressões linguísticas que se relacionam e representam preocupações de hospitalidade ao longo da estadia do hóspede seguem algumas regras distintas, por exemplo: o uso de um vocabulário bastante fixo de boas-vindas, servir um convidado usando as regras formais de comportamento – incluindo fraseologia simples, expressões idiomáticas – gírias, gestos, interpretações culturais para questões sociais – relacionadas ao background cultural de cada convidado; tudo isso denota uma comunicação intercultural e se o uso da

língua-alvo não for acompanhado pela capacidade de entender, pensar e agir de acordo com a cultura-alvo podem surgir problemas.

Competências em línguas estrangeiras foram identificadas como habilidades gerenciais importantes por vários pesquisadores (AGUT et al., 2003; ÇIZEL et al., 2007; CHASAPOPOULOS et al., 2014; PATO, 2019). Os gerentes devem estar equipados com competências comunicativas e interculturais para serem capazes de se adaptar e se destacar no ambiente de trabalho competitivo e as línguas estrangeiras são o caminho para evitar estereótipos e obter apontamentos prévios sobre a mentalidade de pessoas estrangeiras (ZORINA et al., 2014). Conforme planteado por Russel e Leslie (2004) a fluência em línguas estrangeiras também é um elemento-chave no desenvolvimento de vínculos comerciais com parceiros de negócios no exterior ou colegas estrangeiros. Ghany e Latif (2012) relatam que a competência linguística é a habilidade mais procurada em destinos turísticos mundialmente conhecidos, como Maurício e Emirados Árabes Unidos.

A Comunidade Europeia em 2008 manifestou a necessidade de competências linguísticas avançadas nos níveis superiores de gestão das empresas, investindo na formação linguística através de disciplinas que pudessem ser oferecidas na grade curricular, até mesmo via Internet; ou estimulando a aceitação de estágios, treinamentos de falantes nativos e garantindo uma boa comunicação multilíngue (KIRYAKOVA-DINEVA et al., 2019; OGBEIDE et al., 2021). No entanto, uma pesquisa pan-europeia ilustrou que isso não foi suficiente para sanar de todo o problema, já que muitas vezes faltam entre os funcionários do turismo e hotelaria, principalmente aqueles responsáveis na gestão de recursos humanos, auxílio para recrutamento, treinamento supervisionado e avaliação interna da equipe com as competências profissionais necessárias (TALAWANICH; WATTANACHAROENSIL, 2021; KO; LU, 2022).

Outros dados europeus reconhecem também que, embora a língua inglesa continue a ser a língua mais comum para gestão dos negócios de turismo e hotelaria, não é suficiente para oferecer a uma empresa e ao seu pessoal a chave da excelência. A consciência cultural e a quebra de estereótipos são promovidas quando são enriquecidas por mais culturas do que aquelas expressas através da primeira e segunda língua da pessoa (DOS SANTOS; DOS SANTOS, 2005). Portanto, é necessário a inclusão e o intercâmbio profissionais da área de diferentes nacionalidades, porque as diversidades culturais influenciam na hospitalidade oferecida pelos hotéis e deveriam haver mais estudos para investigar a importância dos gestos acolhedores e que demonstrem o respeito perante as diferenças, como maneira de melhorar a hospitalidade e, como consequência disto, fazer prosperar a qualidade de atendimento dos serviços hoteleiros (BRITO, 2009); também deveria ser levantada com mais frequência a identificação de certos padrões de comportamentos que tragam embutidos consigo a ideia de hospitalidade (SCHNEIDER; ASHTON, 2020); além de instigar a autorreflexão dos profissionais da área, no que diz respeito ao atendimento que prestam (BRITO, 2009; SCHNEIDER; ASHTON, 2020).

Línguas estrangeiras relevantes no serviço hoteleiro brasileiro

Não se pode excluir o fato de que o fenômeno da globalização multiplicou e intensificou as interdependências e trocas sociais a nível mundial, inclusive à nível linguístico (COSTA, 2016). A globalização obriga os indivíduos a usarem uma língua plural, por vezes totalmente distintas da língua materna de suas nações de origem, no intuito de que haja interações discursivas mais fluidas e que tragam um feedback para ambos (IRGASHEVICH et al., 2022). Por força do empoderamento tecnológico, econômico e político dos

Estados Unidos após a Segunda Grande Guerra, o inglês tornou-se uma língua plural mundialmente, sendo a que promove a construção global de significados; nesse sentido, o inglês deve (ou, pelo menos, deveria) ser a ferramenta global ou o idioma de acolhimento aos turistas estrangeiros que visitam o Brasil, principalmente àqueles que o têm como primeira ou segunda língua, cujo percentual não é insignificante (DA SILVA; DE MELO BONIFÁCIO, 2015).

O Brasil recebia antes da pandemia um expressivo número de turistas estrangeiros (50% de latino-americanos, 32% entre europeus e norte-americanos, 18% asiáticos) (DA SILVA; DE MELO BONIFÁCIO, 2015; DA SILVA; CORDEIRO, 2018), apesar da diminuição de fluxo na pós-pandemia e retomada do desenvolvimento no setor turístico, o quadro não foi significativamente alterado, dados recentes do Ministério do Turismo apontam que ainda a América do Sul representa o maior fluxo de turistas no Brasil com 61,2% do total, seguida da Europa com 22,1% e da América do Norte 10,4%, acumulando 93,7% (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019). Visto isso, os trabalhadores do setor hoteleiro precisam ter competência para se comunicar em língua inglesa por seu caráter de língua franca, para poderem desempenhar suas funções profissionais com eficiência e qualidade, obtendo a satisfação do cliente e destacando-se em um mercado altamente competitivo.

Como mostrado pelos dados de literatura quanto aos latino-americanos e europeus (em especial a Espanha), observa-se também os impactos da língua espanhola na formação do profissional de turismo (MOREIRA et al., 2017). Historicamente, com a colonização e consequente comercialização portuguesa e hispânica em território nacional, houve uma influência direta no processo de formação da língua espanhola no Brasil, inclusive moldando a educação formal dos costumes e linguagem da época que se estendem em tempos modernos, exemplo do uso de palavras com origem hispânica (cavalheira, granizo, novilho) (DA SILVA et al., 2022). Nos anos 90 com a criação do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) na América Latina e o incremento das relações bilaterais entre Brasil e Espanha houve uma mobilização para uma integração maior da língua espanhola na cultura brasileira (DA SILVA et al., 2022); e com isso, o Ministério da Educação através da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) mobilizou-se de forma articulada para apresentar os processos de ensino da língua espanhola e sua aplicabilidade nas instituições básicas de ensino, promovendo a construção de um jovem com ensino fundamental e médio cada vez mais preparado para a inserção rápida no mercado nacional e internacional, preparado para a carga de aprendizagem do ensino superior e atento às constantes trocas de informações advindas de um cenário global (ARAÚJO; MOREIRA, 2023).

Atualmente, o profissional que tem interesse em se destacar na hotelaria, em agências turísticas ou em outros meios correlacionados com o mercado turístico tem de desenvolver o domínio da língua inglesa e espanhola e preferencialmente de outros idiomas, para que possa estar apto a enviar e esclarecer dúvidas via redes sociais, preparar de forma concisa e eficaz roteiros turísticos e saber demonstrar habilidades linguísticas no cotidiano de serviço. Línguas que tem mesma origem, similaridade sonora ou que compartilhem de regras gramaticais parecidas com a língua portuguesa, como o francês e o italiano, podem ser uma boa opção para os interessados no aperfeiçoamento profissional (MARTINS, 2015; DE ANDRADE et al., 2017). Línguas germânicas e eslavas (bielorusso, bósnio, búlgaro, checo, croata, eslovaco, esloveno, macedônio, polaco, russo, sérvio, ucraniano, etc.) demandam de uma maior dedicação para aprendizagem e aprimoramento, devido ao contraste com o alfabeto latino e a complexidade fonética e fonotática (MACIEL, 2019; PUH, 2020).

Uma diferenciação no mercado de trabalho é quanto ao profissional que domina o mandarim, já que a balança comercial entre o Brasil e a China é favorável para o mercado nacional, ou seja, o país exporta um valor maior do que ele importa e a China é o país para o qual o Brasil mais exporta (VADELL, 2011; KALOUT; DA COSTA, 2022). Para os profissionais que querem adentrar o meio do turismo de negócios é necessário no mínimo dois anos de estudo intensivo do mandarim para ter habilidades linguísticas consideradas a um nível avançado (LIMBERGER et al., 2012; KALOUT; DA COSTA, 2022).

Para profissionais que querem adentrar no turismo gastronômico a língua japonesa pode ser de vasta ajuda, já que a gastronomia assume um papel fundamental no que se refere à cultura de um povo e é na alimentação que as pessoas podem encontrar suas histórias, recontar suas memórias, transmitir costumes e compartilhá-los até mesmo com visitantes, como no caso do turismo gastronômico (LIMA; BRAMBILLA, 2017). Há cada vez mais estudos sobre a dispersão da culinária nipônica e falta de profissionais brasileiros qualificados para o mercado, por não compreenderem em especial a escrita do idioma (DE MOTTA et al., 2006; KUBOTA, 2008; RIBEIRO et al., 2010). Portanto, vale como busca para aqueles que querem se diferenciar.

Potencializando a capacitação profissional: explorando e aplicando melhorias na inclusão de conhecimentos de idiomas

A inclusão de conhecimentos de idiomas na capacitação profissional é um aspecto crucial para aprimorar as habilidades dos indivíduos e promover sua empregabilidade em um mundo cada vez mais globalizado (GROBELNA et al., 2015). A visualização e aplicabilidade de melhorias nesse contexto são essenciais para maximizar os benefícios dessa inclusão (PRABHU; WANI, 2015).

Para melhorar essa visualização e aplicabilidade é necessário desenvolver programas de capacitação que sejam abrangentes, relevantes e adaptados às necessidades específicas dos profissionais e das organizações (HUANG, Y. L.; LIN, 2010).

Uma abordagem eficaz envolve oferecer aulas de idiomas que sejam estruturadas e ministradas por instrutores qualificados; essas aulas podem abranger tanto os aspectos fundamentais da língua, como gramática e vocabulário, quanto as habilidades práticas de comunicação, incluindo a prática de diálogos e situações do cotidiano relacionadas à área de atuação do profissional (HUANG, Y. L.; LIN, 2010; GROBELNA et al., 2015). O uso de métodos interativos e recursos audiovisuais pode tornar as aulas mais envolventes e efetivas.

Além disso, é essencial fornecer treinamento cultural para que os profissionais entendam não apenas a língua, mas também os costumes, tradições e práticas de negócios dos países em que o idioma é falado, afinal isso promove uma compreensão mais profunda da cultura dos clientes e parceiros de negócios, facilitando a comunicação e evitando mal-entendidos (YASMIN et al., 2016).

O intercâmbio de idiomas é outra forma valiosa de aprimorar a visualização e aplicabilidade das melhorias, já que essa prática envolve a criação de oportunidades para que os profissionais pratiquem o idioma com falantes nativos ou com outras pessoas que estejam aprendendo a mesma língua, além disso essa prática permite uma imersão mais realista na língua estrangeira, aperfeiçoando habilidades de escuta e conversação para os profissionais (GROBELNA et al., 2015).

A tecnologia também desempenha um papel crucial nesse processo (ANTONIO et al., 2018). O uso de aplicativos, plataformas online e softwares especializados pode complementar o aprendizado em sala de aula, fornecendo recursos interativos, exercícios de prática, testes de avaliação e acesso a materiais autênticos. Essas ferramentas podem ser utilizadas para praticar a compreensão auditiva, leitura, escrita e até mesmo para participar de aulas virtuais ou tutoriais (PRABHU; WANI, 2015).

Por fim, é essencial oferecer oportunidades práticas de aplicação do idioma em situações reais de trabalho. Isso pode incluir a simulação de interações com clientes estrangeiros, a prática de atendimento ao cliente em diferentes idiomas e até mesmo a realização de projetos específicos que envolvam a utilização do idioma em contextos profissionais. Essas oportunidades permitem que os profissionais ganhem confiança e aprimorem suas habilidades linguísticas de forma prática e direcionada (YASMIN et al., 2016).

Em resumo, a visualização e aplicabilidade de melhorias na inclusão de conhecimentos de idiomas na capacitação profissional são fundamentais para desenvolver habilidades linguísticas, promover a diversidade e a inclusão, aprimorar a qualidade dos serviços e impulsionar as oportunidades de carreira em um ambiente globalizado. Essa abordagem beneficia tanto os indivíduos, que se tornam mais competitivos no mercado de trabalho, quanto as organizações, que podem aproveitar as vantagens de uma força de trabalho multilíngue e multicultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A qualificação profissional em línguas estrangeiras possui um impacto significativo na performance dos trabalhadores do setor hoteleiro. Ao refletir sobre esse tema, fica evidente que investir no desenvolvimento linguístico dos profissionais é fundamental para acompanhar as demandas de um mundo globalizado e garantir um serviço de excelência. A capacidade de se comunicar efetivamente em diferentes idiomas não apenas facilita a interação com hóspedes de diversas nacionalidades, mas também promove uma compreensão mais profunda de suas necessidades e expectativas. Essa habilidade contribui para a criação de um ambiente acolhedor e inclusivo, demonstrando respeito pela diversidade cultural dos visitantes.

Fica evidente também que a qualificação em línguas estrangeiras vai além da comunicação básica. A fluência em idiomas relevantes permite aos profissionais desempenharem funções mais complexas, como participar de negociações internacionais, traduzir documentos e oferecer suporte em situações específicas.

É importante ressaltar que as necessidades de aprendizado de idiomas podem variar de acordo com a localização geográfica do hotel e o perfil dos hóspedes. Portanto, é essencial adaptar a capacitação linguística para atender às demandas específicas do mercado em que o hotel está inserido.

Considerando todos esses aspectos, pode-se afirmar que a qualificação profissional em línguas estrangeiras desempenha um papel crucial na performance dos trabalhadores do setor hoteleiro. Ao investir na capacitação linguística, os hotéis demonstram seu comprometimento com a excelência no atendimento, o que resulta em maior satisfação dos clientes, fidelização e recomendações positivas. Em suma, a reflexão sobre o impacto da qualificação profissional em línguas estrangeiras no setor hoteleiro nos leva a reconhecer a importância de investir no desenvolvimento linguístico dos profissionais, afinal a busca pela excelência linguística é essencial para impulsionar a performance dos trabalhadores e garantir o sucesso na indústria hoteleira.

REFERÊNCIAS

- AGUT, S.; GRAU, R.; PEIRÓ, J. M. Individual and contextual influences on managerial competency needs. *Journal of Management Development*, v. 22, n. 10, p. 906-918, 2003. doi: <<https://doi.org/10.1108/02621710310505494>>
- AMORIM, T. P. P. *Uma análise de necessidades comunicativas de profissionais do eixo tecnológico hospitalidade e lazer: subsídios para um programa de ensino de inglês baseado em tarefas*. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.
- ANDRADE, G. O.; LIMA CARVALHO, G.; CASTRO ZAMBRANO, R. A representação do gênero em dicionários monolíngues dos idiomas alemão, espanhol e português: uma análise crítica feminista de verbetes referentes às profissões. *Calidoscópico*, v. 15, n. 3, 2017.
- ANTONIO, N. et al. Hotel online reviews: different languages, different opinions. *Information Technology & Tourism*, v. 18, p. 157-185, 2018. doi: <<https://doi.org/10.1007/s40558-018-0107-x>>
- ARAÚJO, R. O. P.; MOREIRA, G. L. A monitoria de língua espanhola na formação do turismólogo e na motivação dos monitores na carreira docente. *Caminhos em Linguística Aplicada*, v. 28, n. 1, p. 114-145, 2023.
- ASSIS-PETERSON, A. A.; COX, M. I. P. Inglês em tempos de globalização: para além de bem e mal. *Calidoscópico*, v. 5, n. 1, p. 5-14, 2017.
- BARBOSA, M. A. G.; COSTA, D. V. F.; DO COUTO COSTA, M. P. Como tem sido a seleção e atuação do turismólogo? um estudo de caso em hotéis de uma cidade mineira. *Cadernos da FUCAMP*, v. 13, n. 19, 2014.
- BLUE, G. M.; HARUN, M. Hospitality language as a professional skill. *English for specific purposes*, v. 22, n. 1, p. 73-91, 2003. doi: <[https://doi.org/10.1016/S0889-4906\(01\)00031-X](https://doi.org/10.1016/S0889-4906(01)00031-X)>
- BRASIL. Ministério do Turismo (2019). *Anuário Estatístico de Turismo - 2019*. 46, ano base 2018. Brasília: Ministério do Turismo.
- BRITO, D. A análise da cultura organizacional de uma Instituição do Setor Hoteleiro. *Psicologia IESB*, v. 1, n. 1, p. 21-23, 2009.
- CANTALLOPS, A. S.; SALVI, F. New consumer behavior: A review of research on eWOM and hotels. *International Journal of Hospitality Management*, v. 36, p. 41-51, 2014. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.08.007>>
- CHASAPOPOULOS, P.; DEN BUTTER, F.; MIHAYLOV, E. Demand for tourism in Greece: a panel data analysis using the gravity model. *International Journal of Tourism Policy*, v. 5, n. 3, p. 173-191, 2014. doi: <<https://doi.org/10.1504/IJTP.2014.063105>>
- ÇIZEL, B.; ANAFARTA, N.; SARVAN, F. An analysis of managerial competency needs in the tourism sector: the case of Turkey. *Tourism Review*, v. 62, n. 2, p. 14-22, 2007. doi: <<https://doi.org/10.1108/16605370780000310>>
- COSTA, C. M. O turismo como arena da globalização. *JANUS 2015-2016-Integração regional e multilateralismo*, p. 48-49, 2016.
- DUAN, W. et al. Exploring the impact of social media on hotel service performance: A sentimental analysis approach. *Cornell Hospitality Quarterly*, v. 57, n. 3, p. 282-296, 2016. doi: <<https://doi.org/10.1177/1938965515620483>>
- ECHER, I. C. A revisão de literatura na construção do trabalho científico. *Revista gaúcha de enfermagem*. Porto Alegre. v. 22, n. 2 (jul. 2001), p. 5-20, 2001.
- GHANY, S. Y. A.; LATIF, M. M. A. English language preparation of tourism and hospitality undergraduates in Egypt: Does it meet their future workplace requirements?. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, v. 11, n. 2, p. 93-100, 2012. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2012.05.001>>
- GOMES, L. F. Uso da língua inglesa nos hotéis de Sorocaba e Região: um estudo das necessidades na situação-alvo. *The*

ESpecialist, v. 24, n. 1, 2003.

GROBELNA, A. et al. Intercultural challenges facing the hospitality industry. Implications for education and hospitality management. *Journal of Intercultural Management*, v. 7, n. 3, p. 101-117, 2015.

HUANG, Y. L.; LIN, C. T. Management trainee core competencies in the hospitality industry: Differences between managers and scholars. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, v. 10, n. 1, p. 1-13, 2010. doi: <<https://doi.org/10.1080/15332845.2010.500166>>.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). *Pesquisa de Serviços de Hospedagem*. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9040-pesquisa-de-servicos-de-hospedagem-municipios-das-capitais-regioes-metropolitanas-das-capitais-e-regioes-integradas-de-desenvolvimento.html?=&t=destaques>>, Acesso em: 05/02/2023.

IRGASHEVICH, S. T.; ERKIN, G.; DILNOZA, S. Importance of foreign languages in developing hospitality and tourism sector of uzbekistan. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*, v. 3, n. 9, p. 48-56, 2022.

KALOUT, H.; DA COSTA, H. B. M. A rivalidade China-EUA e os interesses estratégicos do Brasil. *CEBRI-Revista: Brazilian Journal of International Affairs*, n. 2, p. 70-89, 2022.

KIRYAKOVA-DINEVA, T.; KYUROVA, V.; CHANKOVA, Y. Soft skills for sustainable development in tourism: the Bulgarian experience. *European Journal of Sustainable Development*, v. 8, n. 2, p. 57-57, 2019. doi: <<https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n2p57>>

KO, W. H.; LU, M. Y. Do professional courses prepare hospitality students for efficient surplus food management? A self-evaluation of professional competence in food waste prevention. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 2022. doi: <<https://doi.org/10.1108/IJSHE-07-2021-0308>>.

KUBOTA, N. F. L. Manutenção das tradições na família japonesa em Campo Grande-MS. *REMHU-Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, v. 16, n. 30, p. 165-181, 2008.

LIMA, F.; BRAMBILLA, A. Gastronomia e turismo: a paella como um lugar de memória para as famílias valencianas. *Revista Mangaio Acadêmico*, v. 2, n. 1, p. 25-32, 2017.

LIMBERGER, P. F.; DOS ANJOS, F. A.; FILLUS, D. Análise da implantação e operação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Itajaí (SC). *Caderno Virtual de Turismo*, v. 12, n. 1, p. 78-94, 2012.

MACIEL, M. E. M. A Pesquisa das línguas eslavas no cenário da diversidade linguística do Brasil. *Cadernos do IL*, n. 59, p. 271-290, 2019.

MARIANI, M. M.; BORGHI, M.; KAZAKOV, S. The role of language in the online evaluation of hospitality service encounters: An empirical study. *International Journal of Hospitality Management*, v. 78, p. 50-58, 2019. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.012>>

MARTÍN, J. C.; ROMÁN, C. Measuring service quality in the hotel industry: The value of user generated content. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, v. 65, n. 4, p. 390-405, 2017.

MARTINS, S. A. A intercompreensão de línguas românicas: proposta propulsora de uma educação plurilíngue. *MOARA-Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Letras*, n. 42, p. 117-126, 2015. doi: <<http://dx.doi.org/10.18542/moara.v0i42.2059>>

- MOREIRA, G. L.; BRANCO, D. B. C.; DA SILVA, K. C. D. A aprendizagem de ele: o que pensam os alunos de turismo da UFPI. *Caminhos em Linguística Aplicada*, v. 17, n. 3, p. 324-353, 2017.
- MOTTA, A. C. S.; SILVESTRE, D. M.; BROTHERHOOD, R. M. Gastronomia e culinária japonesa: das tradições às proposições atuais (inclusivas). *Revista Cesumar–Ciências Humanas e Sociais Aplicadas*, v. 11, n. 1, p. 41-57, 2006.
- OGBEIDE, G. C.; FU, Y. Y.; CECIL, A. K. Are hospitality/tourism curricula ready for big data?. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, v. 12, n. 1, p. 112-123, 2021. doi: <<https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2017-0081>>
- PATO, L. Comunicação em turismo rural e línguas estrangeiras entre o desejado e a realidade. *Millenium journal of Education, Technologies, and Health*, v. 4, n. 2, p. 11-19, 2019.
- PENG, H.; ZHANG, H.; WANG, J. Cloud decision support model for selecting hotels on TripAdvisor. com with probabilistic linguistic information. *International Journal of Hospitality Management*, v. 68, p. 124-138, 2018. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.001>>
- PRABHU, A.; WANI, P. A study of importance of English language proficiency in hospitality industry and the role of hospitality educators in enhancing the same amongst the students. *Atithya: A Journal of Hospitality*, v. 1, n. 1, p. 6-13, 2015.
- PUH, M. Estudos eslavos no Brasil: constituição de uma área. *Revista X*, v. 15, n. 6, p. 674-697, 2020.
- RIBEIRO, C. M. A.; PAOLUCCI, L.; DA UNIVALI, H. Gastronomia, Interação cultural e Turismo: estudo sobre a dispersão da culinária nipônica na Cidade de São Paulo–100 anos da imigração japonesa no Brasil. *SeminTUR–Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, IV, 7e, v. 8, 2010.
- RUSSELL, H.; LESLIE, D. Foreign languages and the health of UK tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v. 16, n. 2, p. 136-138, 2004. doi: <<https://doi.org/10.1108/09596110410520025>>.
- SANTOS, M. H. M. B.; DOS SANTOS, R. I. C. Do Clientelismo à Democracia: a importância da política de turismo cultural para a formação de sociedades sustentáveis. *Turismo: Visão e Ação*, v. 7, n. 3, p. 527-536, 2005. doi: <<https://doi.org/10.14210/rtva.v7n3.p527-536>>.
- SCHNEIDER, A. C.; ASHTON, M. S. G. Turismo de Intercâmbio: as contribuições da experiência Afebrae/Schloss Hotel Lisl GmbH & co. kg. na Alemanha. *Turismo: Visão e Ação*, v. 21, p. 128-149, 2020. doi: <<https://doi.org/10.14210/rtva.v21n2.p128-149>>.
- SILVA, A. R.; MOTA, K. C. N. Competências para o mercado de trabalho em turismo e hotelaria: Perfil dos profissionais requerido em Fortaleza. *Conexões-Ciência e Tecnologia*, v. 7, n. 1, 2013. doi: <<https://doi.org/10.21439/conexoes.v7i1.541>>.
- SILVA, J. C.; DE MELO BONIFÁCIO, C. A. Inglês para hotelaria: análise das necessidades de aprendizado dos profissionais em hotéis de grande porte de João Pessoa/PB. *Revista Hospitalidade*, p. 438-462, 2015.
- SILVA, M.; CORDEIRO, A. B. “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*. São Paulo, v. 15, n. 2, p. 214-240, 2018. doi: <<https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n2.013>>
- SILVA, P. L. B. et al. Impactos da Língua Espanhola na Formação do Profissional de Turismo. *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo*, v. 16, n. 1, 2022. doi: <<https://doi.org/10.36113/cultur.v16i1.3303>>.
- TALAWANICH, S.; WATTANACHAROENSIL, W. Transforming graduates into successful hotel management trainees: Exploring important management trainee competencies. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, v. 21, n. 1, p. 43-71, 2021. doi: <<https://doi.org/10.1080/15313220.2020.1809049>>

TZIORA, N.; GIOVANIS, N.; PAPACHARALABOUS, C. The role of foreign languages in hospitality management. *International Journal of Language, Translation and Intercultural Communication*, v. 4, n. 1, p. 89-97, 2016. doi: <<http://dx.doi.org/10.12681/ijltic.10353>>

VADELL, J. A China na América do Sul e as implicações geopolíticas do Consenso do Pacífico. *Revista de Sociologia e Política*, v. 19, p. 57-79, 2011. doi: <<https://doi.org/10.1590/S0104-44782011000400006>>

WEIERMAIR, K. Prospects for innovation in tourism: Analyzing the innovation potential throughout the tourism value chain. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, v. 6, n. 3-4, p. 59-72, 2006. doi: <https://doi.org/10.1300/J162v06n03_04>

WERNER, L. D.; NEITZKE, I. J. Custos no setor hoteleiro: uma revisão sistemática de literatura com base nas publicações do Congresso Brasileiro de Custos (1994-2021). *Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC*. 2022.

YASMIN, M.; SARKAR, M.; SOHAIL, A. Exploring English language needs in the hotel industry in Pakistan: An evaluation of existing teaching material. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, v. 28, n. 4, p. 202-213, 2016. doi: <<https://doi.org/10.1080/10963758.2016.1226846>>.

ZORINA, N. M. et al. The formation of intercultural competence as an integral part of professional training in the field of tourism. *World Applied Sciences Journal*, v. 30, n. MCTT), p. 41-42, 2014.