



**UNIFACS**

UNIVERSIDADE SALVADOR

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES\*

**MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL E URBANO**

**CLEBER NOGUEIRA ALELUIA DE SOUZA**

**O CONTEXTO DO TURISMO EM SALVADOR E O DOMÍNIO DA LÍNGUA  
INGLESA: ENTRE A ACADEMIA E A INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO**

Salvador  
2017

**CLEBER NOGUEIRA ALELUIA DE SOUZA**

**O CONTEXTO DO TURISMO EM SALVADOR E O DOMÍNIO DA LÍNGUA  
INGLESA: ENTRE A ACADEMIA E A INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano, na UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities - como pré-requisito para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Regina Celeste de Almeida Souza.

Salvador  
2017

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities.

Souza, Cleber Nogueira Aleluia de

O contexto do turismo em Salvador e o domínio da língua inglesa: entre a academia e a inserção no mercado de trabalho. / Cleber Nogueira Aleluia de Souza. – Salvador, 2017.

122 f.: il.

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dra. Regina Celeste de Almeida Souza.

1. Turismo. 2. Língua inglesa – estudo. 3. Mercado de trabalho. I. Souza, Regina Celeste de Almeida, orient. II. Título.

CDD: 338.98142

À minha família.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente e infinitamente ao meu Deus, autor e consumidor da minha fé, porque d'Ele, por Ele, para Ele são todas as coisas. Não tenho palavras para agradecer ao meu Senhor por ter me sustentado nesse período em que tive uma perda traumática em minha família e ao mesmo tempo tive que ser forte para dar continuidade às minhas demandas pessoais. Sem dúvidas, não teria condições de concluir este trabalho sem a ajuda do meu Deus. Obrigado, Senhor!

Aos meus pais, que sempre foram o meu maior alicerce e pessoas em quem eu sempre pude contar;

Às minhas irmãs pelo apoio, suporte e incentivo em todos os momentos;

Imensa gratidão à Professora Doutora Regina Celeste de Almeida Souza por ter trilhado esse caminho comigo, sendo não apenas minha orientadora na pesquisa, mas uma amiga, cheia de compreensão, me incentivando a não desistir diante das adversidades impostas. Professora, obrigado pelas palavras de conforto, de encorajamento e por acreditar que eu daria a volta por cima. A sua amorosidade e abraço humano à minha causa significaram muito para mim;

Ao Professor Doutor Renato Barbosa Reis por ter se dignado ao aceitar o convite em participar da banca de avaliação deste trabalho;

Aos colegas de curso, com os quais convivi nesse período compartilhando de conhecimentos e de momentos que nos permitiu criar vínculos de amizade;

Ao amigo, irmão e companheiro de profissão e instituição, o queridíssimo Professor Doutor Cássio Jânio dos Santos Silva, pessoa que eu nutro um imenso carinho, foi o meu maior incentivador no ingresso ao mestrado. Agradeço também a sua disponibilidade em participar da minha banca;

Ao professor Doutor Edivaldo Machado Boaventura pelas considerações feitas no meu projeto e pelas orientações dadas para o sucesso deste trabalho;

Aos professores do programa que tiveram a sua parcela de contribuição me fazendo enxergar horizontes, até então, desconhecidos;

Aos colegas de profissão da UNEB, por entenderem o meu momento e terem me apoiado no que precisei. Em especial à Professora Amanda Maria Nascimento Gomes, amiga de todos os momentos e pessoa com quem eu sempre pude contar. Amandinha, seu incentivo e força significaram muito para mim. A sua leveza sempre me transmitiu paz, e o seu carinho me deu ânimo;

Ao amigo Sidnei Guerreiro pelo grande apoio e auxílio no desenvolvimento de gráficos e mapas mais complexos que compõem este trabalho (barbaridade tchê);

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia – FAPESB pelo apoio financeiro;

Ao Colegiado de Turismo e Hotelaria da UNEB, na pessoa da secretária Rafaela Almeida Nascimento que sempre se mostrou solícita ao fornecer informações referentes aos cursos e por ter feito a mediação entre pesquisador e alunos;

Por fim, porém, não menos importante, gostaria de agradecer a Roney! Companheiro, parceiro, colega e amigo que sempre me incentivou na produção desse trabalho com conselhos sábios e firmes, apontando sempre possibilidades de caminhos a serem trilhados. A você, a minha sincera e profunda gratidão.

O meu agradecimento a todas aquelas pessoas que de alguma forma, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

A língua... é uma ponte que te permite atravessar com segurança de um lugar para outro. (Arnold Wesker)

## RESUMO

Em um mercado globalizado e altamente competitivo, dominar as técnicas de comunicação e linguagem garante obter êxitos profissionais e desenvolvimento de qualidade de vida. A língua inglesa como instrumento e requisito para o curso de Turismo o diferencia das demais ciências, pois prepara seus discentes ao atendimento das demandas geradas nesse mercado. E a partir do momento que se identifica lacunas que inviabilizem esse processo se faz necessário investigar as características e estudar os cenários para adequação e correção desse fenômeno. Neste contexto, o presente trabalho busca fazer um estudo empírico acerca da relação dialética entre a aquisição de língua inglesa pelos discentes e egressos do curso de turismo com o contexto do mercado de trabalho baiano. A estratégia metodológica adotada foi a indutiva qualitativa e foi distribuída em duas etapas distintas: abordagem teórica e estudo empírico. E por ser um estudo de caso foi realizado um filtro de recorte de aplicação e definição de público alvo que engloba os egressos e formandos do Curso de Turismo da UNEB em Salvador. Os questionários aplicados, como instrumento de verificação, averiguaram variantes relacionadas à aquisição da língua inglesa como fator de inclusão e inserção no mercado de trabalho do turismo, o que nos permitiu conhecer, através dos resultados, o nível de relação entre o domínio dessa língua estrangeira com o mercado de trabalho dos profissionais de turismo.

**Palavras – chave:** Língua Inglesa. Turismo. Mercado de Trabalho. UNEB.



## **ABSTRACT**

In a globalized and highly competitive market, mastering communication and language skills ensures professional success and quality of life. The English language as an instrument and requirement for the Tourism course differentiates it from other sciences, as it prepares its students to meet the demands generated in this market. Once gaps are identified that make this process unfeasible, it is necessary to investigate the characteristics and to study the scenarios for adequacy and correction of this phenomenon. In this context, this work aims to make an empirical study about the dialectical relationship between the acquisition of English by the students and graduates of the tourism course with the context of the job market in the city of Salvador. The methodological strategy adopted was inductive/qualitative and was divided in two distinct stages: theoretical approach and empirical study. As it was a case study, we defined the target group was made that includes students and ex students from UNEB in the Tourism Course in Salvador. The questionnaires applied, as a verification tool, investigated variants related to the acquisition of English as a factor of inclusion and insertion in the tourism work market, which allowed us to know, through the results, the level of relationship between the domain of this foreign language and the work market of tourism professionals.

**Palavras – chave:** English Language. Turism. Labor Market. UNEB.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa Georeferenciado da Universidade do Estado da Bahia – UNEB.....	77
Figura 2 - Foto da entrada principal do Campus I da Universidade do Estado da Bahia – UNEB .....	77

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – BRASIL: contribuição direta de viagens e turismo ao emprego.....	48
Gráfico 2 - Línguas estrangeiras que domina.....	84
Gráfico 3 - Importância da Língua Inglesa.....	85
Gráfico 4 - Falantes da Língua Inglesa.....	85
Gráfico 5 - Onde aprendeu inglês.....	86
Gráfico 6 - Atuantes no mercado de trabalho do turismo.....	87
Gráfico 7 - Ocupação ligada ao Turismo.....	88
Gráfico 8 – Importância da Língua Inglesa na vida profissional .....	88
Gráfico 9 – Oportunidades de emprego perdida por não falar inglês.....	89
Gráfico 10 – Nível de satisfação da forma como o curso de Turismo trabalhou a Língua Inglesa .....	91
Gráfico 11 – Contato com a Língua Inglesa a partir da graduação em Turismo.....	92
Gráfico 12 – Disciplinas foram suficientes para promover comunicação em segunda língua.....	92
Gráfico 13 – Entrevistados que acreditam que as disciplinas ofertadas em inglês não foram suficientes para promover comunicação em segunda língua.....	93
Gráfico 14 – Dificuldade em acompanhar conteúdos em inglês no curso de Turismo .....	93
Gráfico 15 – Tipo de dificuldade encontrada com o conteúdo em língua inglesa .....	94
Gráfico 16 – Entrevistados que acreditam que as disciplinas ofertadas em inglês não foram suficientes para promover comunicação em segunda língua.....	95
Gráfico 17 – Se a universidade ofereceu programa de extensão em língua inglesa.....	95
Gráfico 18 – Importância em se falar um segundo idioma na trajetória acadêmica no curso de Turismo.....	97
Gráfico 19 – Importância em se falar um segundo idioma na trajetória profissional no campo do Turismo.....	98
Gráfico 20 – Ingressos em cursos de inglês paralelo ao curso de Turismo.....	98
Gráfico 21 – Dificuldades na inserção ao mercado de trabalho do Turismo .....	99

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Importância da Língua Inglesa .....	84
Tabela 2 - Oralidade e fator de inserção no mercado de trabalho do turismo .....	87
Tabela 3 – Avaliação do histórico curricular de ensino de língua inglesa no curso de Turismo da UNEB .....	90
Tabela 4 – Compreender da capacidade de inserção dos formados e bacharéis em turismo graduados em Salvador.....	96

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABDETH	Associação Brasileira de Dirigentes de Escolas de Turismo e Hotelaria
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CES	Câmara de Educação Superior
CFE	Conselho Federal de Educação
CNE	Conselho Nacional de Educação
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
CONSEPE	Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão
DCN	Diretrizes Curriculares Nacionais
ELF	English as Lingua Franca
ELI	Ensino de Língua Inglesa
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
IBT	Instituto Brasileiro de Turismólogos
IES	Instituições de Ensino Superior
ILF	Inglês como Língua Franca
LDB	Lei de Diretrizes e Bases
LIA	Línguas Internacionais Auxiliares
MEC	Ministério da Educação
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
OMT	Organização Mundial do Turismo
PCN	Parâmetros Curriculares Nacionais

PIB	Produto Interno Bruto
PTN	Política Nacional de Turismo
WTTC	World Travel & Tourism Council Conselho Mundial de Viagens e Turismo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>2 LÍNGUA INGLESA E GLOBALIZAÇÃO .....</b>	<b>22</b>
2.1 A IMPORTÂNCIA DA LÍNGUA INGLESA NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO .....	22
2.2 LÍNGUA INGLESA COMO STATUS DE LÍNGUA INTERNACIONAL E LÍNGUA FRANCA: NECESSIDADE DE UMA LÍNGUA GLOBAL .....	26
2.2.1 Entendendo a expansão da língua: do império britânico à hegemonia norte-americana .....	27
2.2.2 A solidificação e o ensino de língua inglesa global numa perspectiva contemporânea .....	30
2.2.3 Língua franca.....	32
<b>3 LÍNGUA INGLESA COMUNICATIVA E MERCADO DE TRABALHO .....</b>	<b>34</b>
3.1 A IMPORTÂNCIA DO INGLÊS COMUNICATIVO .....	34
3.1.1 Métodos de ensino da língua.....	35
3.1.2 Language acquisition versus language learning .....	40
3.1.3 Inclusão sociocultural advinda do inglês .....	42
3.2 O MUNDO DO TRABALHO NOS DIAS ATUAIS.....	44
3.3 CENÁRIO ECONÔMICO DO MERCADO DE TRABALHO NOS DIAS ATUAIS DO BRASIL.....	46
3.3.1 Setor do turismo na economia brasileira.....	47
3.4 A RELEVÂNCIA DA LÍNGUA INGLESA NO MERCADO DE TRABALHO: SETOR DO TURISMO .....	49
3.5 A CIDADE DE SALVADOR E AS ÁREAS DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE TURISMO .....	54
3.5.1 O mundo do trabalho dentro da perspectiva do turismo .....	55
3.5.2 Conhecendo o papel do profissional no turismo .....	57
3.5.3 Campo de atuação do profissional de turismo.....	59
<b>4 ANÁLISE CONTEMPORÂNEA DO CURRÍCULO .....</b>	<b>62</b>
4.1 VISÃO GERAL.....	62
4.1.1 Histórico do currículo no brasil .....	65
4.2 A MATRIZ CURRICULAR E SUA IMPORTÂNCIA NA FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE TURISMO.....	66
4.2.1 Surgimento do curso de turismo no Brasil.....	66
4.2.2 O curso de turismo e o seu currículo .....	68
<b>5 UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA (UNEB): UM ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>74</b>
5.1 CARACTERIZANDO A INSTITUIÇÃO .....	74
5.2 A MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE TURISMO DA UNEB .....	78
5.3 AMOSTRAGEM DOS DADOS – RESULTADO DA PESQUISA .....	83
<b>6 CONCLUSÃO.....</b>	<b>100</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO A - LEI Nº 12.591, DE 18 DE JANEIRO DE 2012.....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXO B - MENSAGEM Nº 10, DE 18 DE JANEIRO DE 2012.....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXO C - FORMULÁRIO DE PESQUISA APLICADO AOS FORMANDOS E EGRESSOS DO CURSO SUPERIOR EM TURISMO DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA, CAMPUS I .....</b>	<b>118</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A língua inglesa como principal ferramenta de comunicação da globalização é percebida pela sociedade de forma orgânica expansiva. Tal fato não ocorreu de um momento para outro, pode-se citar a transição da história do pensamento econômico e social apropriando a evolução da disseminação da língua em todo o mundo, não havendo outro marco passível de tal comparação para validar ou refutar essa afirmação. A capacidade de propriedade e domínio da técnica linguística que sobrepuja a globalização é um divisor de causa e efeito na vida profissional e pessoal de grande parte do mundo.

Considerando os impactos que a fluência e dominação das características que a língua inglesa exerce diretamente na valoração de profissionais dentro da maioria dos setores econômicos ao disputar vagas no mercado de trabalho torna-se uma preocupação válida, o ensino e aprendizagem deste idioma nas universidades. Ambiente que visa preparar profissionais qualificados para a atuação no território de identidade onde a instituição está inserida, visando devolver a essa comunidade os investimentos públicos na educação profissional. No estado da Bahia, a principal atividade rentável que envolve as comunidades tradicionais e nativas, e o saber acadêmico é o turismo. Através das atrações culturais, naturais, de recreação e lazer ou de qualquer outra natureza, a Bahia, em especial a cidade de Salvador, tem investido e vivenciado o retorno desses investimentos ao longo das últimas décadas. A iniciativa pública e privada investe em recepcionar e guiar pessoas de todo mundo a visitação e experimentação da riqueza cultural, gastronômica, musical, visual, natural e inúmeras outras. O pensar em turismo de maneira sistemática e de forma tal que se produzissem estudos teóricos adveio do aumento do fluxo de visitantes temporários causado pelas mais diversas razões – de negócios a puro entretenimento.

É exatamente no crescimento do turismo, que o mundo experimenta a necessidade de um profissional habilitado para excursionar dentro das diversas áreas de atuação e estudo que juntas fomentam a atividade turística e suas implicações sobre os recursos naturais, humanos e financeiros, influências histórico-culturais e relações políticas e sociais das nações. Nesse cenário, saber inglês, propicia para um número crescente de pessoas, e porque não dizer, de países a se colocarem no páreo socioeconômico do mundo. O mercado de trabalho, a competitividade, os modelos de gestão e de negócio, se difundem em inglês, e ao invés de um luxo ou um *hobby*, aprender essa língua estrangeira passa a ser um critério de sobrevivência do profissional dentro do setor econômico que atua e se aperfeiçoa.



O estado da Bahia, por exemplo, por seu rico patrimônio histórico, cultural e natural tem sido por décadas um destino turístico bastante visitado por turistas domésticos e internacionais. Na década de 90, o turismo no estado da Bahia teve um crescimento notório apoiado por políticas institucionais governamentais para venda de produtos turísticos na Bahia, especialmente com o segmento “sol e praia”, complementado pela chamada “baianidade” (MARIANO, 2009) – uma tradução mais comercializável do saber cultural e dos modos de ser e fazer do povo baiano.

Com o crescimento da atividade no estado, se fez necessário provê-lo com profissionais capacitados a pensar, discutir e planejar o turismo na Bahia a fim de obter os melhores resultados para a sua população. Dentro desse cenário emerge o curso de turismo da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Embora a instituição tenha sido fundada a 1º de junho de 1983 em lei promulgada pelo então governador João Durval Carneiro, foi no ano de 1998 que o curso superior em turismo da UNEB foi lançado, consagrando-a como a primeira universidade do estado a oferecer o curso. O curso de turismo foi reconhecido apenas em 08 de junho de 2006, mesmo frente a discussões sobre a qualidade dos currículos nos cursos superiores de turismo, abordada nessa pesquisa.

Para que esse setor traga rentabilidade sem lesar os recursos que serão explorados pelos visitantes, é preciso uma relação orquestrada entre os diversos produtos que a compõem e o de áreas diversas como administração, estatística, matemática financeira, sistemas de informações, alimentos e bebidas, meios de hospedagem, guiamento e roteiros turísticos, segurança do trabalho, biologia, geografia do turismo, oratória, secretariado, agenciamento, relações públicas, história, sociologia e com o avanço das tecnologias mais áreas vão se correlacionando através da prática do turismo. Porém se torna imprescindível ao profissional de turismo o domínio e fluência em pelo menos uma língua estrangeira, além da sua língua materna.

A Portaria 100/2011 do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011), regulamenta as classificações (estrelas) dos meios de hospedagem, e define nesse segmento do setor turístico, que um meio de hospedagem para ser 3 estrelas precisa contar com pelo menos um recepcionista bilíngue. Isto nos mostra que é impossível se fazer turismo com qualidade, sem fluência em pelo menos duas línguas.

Porém, cientes de que no Brasil a língua oficial é o português, surgem questões que giram em torno da relação da qualificação com o retorno de investimento em educação específica e domínio da língua inglesa como fomentador de desenvolvimento profissional e social. Diante deste cenário, é oportuno questionar se os profissionais egressos dos cursos superiores de turismo são capazes de se comunicar em uma língua estrangeira, sendo a língua

inglesa a mais falada no mundo, e tendo em vista a importância que esse idioma ganhou no decorrer da história, tanto para a atuação do profissional, quanto para o crescimento do setor turístico em Salvador.

Diante do exposto, questiona-se: Em que medida o ensino da língua inglesa nos cursos de turismo tem sido capaz de formar profissionais para o exercício da profissão diante da necessidade do domínio comunicativo desse idioma?

Esta pesquisa que tem como tema “o contexto do turismo em Salvador e o domínio da língua inglesa: entre a academia e a inserção no mercado de trabalho”, trata-se do trabalho final de um programa de mestrado em "Desenvolvimento Regional e Urbano" e enquadra-se dentro da linha de pesquisa "Circuitos internacionais e locais de turismo" e visa responder essa problemática a partir de um estudo feito com os formandos e egressos da única instituição pública (UNEB) a ofertar o curso de Bacharelado em Turismo e Hotelaria, na Bahia, uma das regiões com maior potencial turístico explorado e das que mais tende a dar visibilidade a esse setor econômico, devido a variedades de turismo que oferta.

Compreendendo a necessidade dos profissionais do setor do turismo dominar um segundo idioma no competitivo mercado, define-se como objetivo geral, analisar a proposta do ensino de língua inglesa no curso de Turismo da UNEB e a capacitação dos discentes no domínio comunicativo do idioma para a inserção no mercado de trabalho. Em consequência disso, nos desdobramos nos seguintes objetivos específicos:

- a) Compreender a importância da língua inglesa na globalização e as implicações sociais e econômicas advindas dela.
- b) Analisar a oralidade da língua inglesa, como fator de inserção no mercado de trabalho do turismo.
- c) Avaliar o histórico curricular de ensino de língua inglesa no curso de Turismo da UNEB.
- d) Compreender a capacidade de inserção no mercado de trabalho dos formandos e bacharéis em turismo graduados em Salvador.

Para que fosse possível a verificação e cumprimento desses objetivos, esse trabalho será dividido em suas fases: abordagem teórica e estudo de caso.

Atendendo ao objetivo específico de compreender a importância da língua inglesa na globalização e as implicações sociais e econômicas advindas dela, buscamos abordar a relação

direta da língua inglesa comunicativa com o processo de relação econômica, social, cultural e política entre os países, que entende-se por globalização. Pontuamos o inglês como veículo de comunicação mundial na condição de língua internacional e língua franca.

Para cumprir os objetivos específicos de análise da língua inglesa como fator de inserção no mercado de trabalho do turismo, bem como fazer uma avaliação do histórico curricular de ensino de língua inglesa do curso de Turismo da UNEB, faremos uma observação da importância do inglês comunicativo para o mercado de trabalho de uma forma geral, e ainda mais especificamente para o turismo, e o crescimento desse setor. Expomos uma problemática entre o nível necessário para que a aquisição da língua inglesa seja oportunizador, e o nível que profissionais com necessidade direta da proficiência nesse idioma tem conseguido obter através da matriz curricular no ensino superior, especificamente nesse caso, no Bacharelado em Turismo e Hotelaria da UNEB.

Nessa parte faremos um apanhado das informações que contextualizam a criação do curso de turismo da UNEB com foco na elaboração do seu currículo, uma vez que a sua construção se relaciona intrinsecamente com as capacidades que os seus egressos possuirão. O foco, aqui, é justamente analisar se as competências propostas para os egressos do curso superior de turismo da UNEB, mais especificamente do campus I, estão em consonância à sua capacidade de inserção no mercado de Salvador, com foco na dimensão comunicacional em língua inglesa.

Para atender os objetivos específicos de compreender a capacidade de inserção no mercado de trabalho dos formandos e egressos do Curso de Turismo da UNEB, na cidade de Salvador, o presente trabalho debruçou-se em um estudo de caso com o público compreendido por formandos<sup>1</sup> e egressos. De acordo com Yin (2002), o estudo de caso trata-se de um método de pesquisa, para Stake (1995) “espera-se que um estudo de caso consiga captar a complexidade de um caso único” (STAKE, 1995, p. 11). Esta concepção do autor nos alicerça dentro do intuito em estudar especificamente esse grupo, uma vez que, dentro do nosso desejo, se trata da única instituição de ensino superior a ofertar o curso de bacharel em Turismo no estado da Bahia.

Tendo esse estudo característica de um método indutivo/qualitativo, Merriam (1988) considera que o estudo de caso atende a quatro características cruciais: particularidade, descrição, heurística (capacidade da ferramenta de indicar uma nova interpretação de um fenômeno) e indução. A abordagem indutiva consiste na observação de fenômenos particulares,

---

<sup>1</sup> Consideramos aqui, como formandos, os discentes que estão matriculados e cursando o último semestre do curso de Turismo e Hotelaria da UNEB. Nesse período, todos esses alunos já passaram pelo Estágio Supervisionado, e muitos deles continuam trabalhando na condição de estagiários na área de formação.

no mapeamento de uma regularidade ou padrão na repetição desses fenômenos para, com o devido aporte teórico, produzir a partir dessa análise uma generalização e a partir dela conceber e embasar uma teoria, ou lei sobre aquele fenômeno.

A abordagem qualitativa costuma ser escolhida quando se quer estudar aspectos da interação humana inserida em grupos. Comumente utilizada pelas ciências sociais, esta é uma abordagem que, segundo Denzin e Lincoln (2006), abrange estudos nos quais se localiza o observador no mundo, constituindo-se, desse modo como uma perspectiva naturalística e interpretativa da realidade.

Durante o processo de investigação, desenvolvemos um questionário<sup>2</sup> contendo vinte e oito (28) perguntas objetivas, com múltipla escolha, e uma (1) pergunta subjetiva, onde o entrevistado tem a opção de relatar ou nos fornecer qualquer tipo de informação que fosse necessária e pudesse, talvez, contemplar algum objeto que não foi mencionado nas questões aplicadas. No entendimento de Manzato e Santos (2012),

A entrevista é uma técnica muito utilizada na pesquisa, nos vários ramos das Ciências Sociais: Sociologia, Antropologia, Política, Serviço Social, Jornalismo, Relações Públicas, Pesquisa de Mercado etc. Embora a entrevista não seja a técnica mais fácil de ser aplicada, talvez seja a mais eficiente para a obtenção das informações, conhecimentos ou opiniões sobre o assunto. (MANZATO ; SANTOS, 2012, p. 14).

Para além do questionário elaborado, vimos a necessidade de buscar outras fontes para que pudéssemos nos aproximar do objeto em questão a ser estudado. Houve uma preocupação em fazer uma pesquisa documental disponibilizada pela própria instituição de ensino, assim como julgamos indispensável consultar o Colegiado do curso de Turismo a fim de entendermos a dinâmica do próprio curso, momento esse em que tivemos total suporte. “Recolher dados através do estudo de documentos segue a mesma linha de pensamento que observar ou entrevistar. É preciso termos a mente organizada, e, no entanto, aberta a pistas inesperadas” (STAKE, 1995, p. 84).

Com o apoio da secretaria do curso, foi possível ter acesso aos alunos – formandos – *in loco*. Na ocasião, tivemos a oportunidade não apenas de aplicar o questionário em sala de aula com os discentes, mas também de manter um diálogo, quando explicamos o motivo da nossa presença e o intuito da nossa pesquisa científica. Em contrapartida, os formandos se sentiram a vontade em relatar sobre a vida acadêmica, bem como de suas aspirações diante do mercado de trabalho na área do Turismo. A UNEB conta com cerca de vinte (20) alunos na qualidade de formandos. A partir desse número obtido, decidimos, então, para que houvesse harmonia nas

---

<sup>2</sup> O questionário elaborado encontra-se no anexo C deste trabalho.

comparações estatísticas, delimitar o número de vinte (20) entrevistados na condição de egressos. A contar do primeiro contato que tivemos com uma egressa, nos foi fornecido o contato de tantos outros. O Colegiado do curso também nos forneceu contato – endereço eletrônico e número de telefone – o que tornou o contato possível. A que salientar que houve uma considerável dificuldade no processo de investigação entre os egressos, que receberam o questionário de forma individual, por *e-mail*, no entanto, foi possível alcançar o número desejado.

A construção da ferramenta de investigação seguiu uma ordem a fim de esquematizar e facilitar o desenvolvimento da pesquisa, fazendo com que fosse assegurando uma ordem lógica na execução das atividades. (MONZATO; SANTOS, 2012, p. 84). Assim, temos a seguinte ordem de composição do questionário que foi dividido em categorias: a) dados pessoais; b) relação dialética da língua inglesa e do turismo; c) língua inglesa e o mercado de trabalho e numa última seção, d) entre a academia e o mercado de trabalho.

Como costuma acontecer com pesquisas qualitativas, a interpretação dos dados coletados não se dá através de instrumentos estáticos de análise, o que não prejudica a credibilidade dos resultados finais. A interpretação dos dados aplicados nesta pesquisa complementa a estrutura teórica que sustenta esta investigação.

Esse estudo está estruturado em seis seções, conforme descritos abaixo:

**Seção 1** – introdução do trabalho – nessa parte, apresentamos o tema da pesquisa, o problema que deu origem a toda investigação, o objetivo geral bem como os objetivos específicos, além da estratégia metodológica adotada que foi dividida em duas etapas, sendo a primeira, a fundamentação teórica da dissertação e em um segundo momento, a concretização do estudo de caso, onde foram coletados dados a fim de serem analisados.

**Seção 2** – A estruturação teórica visa contemplar em seu capítulo inicial, a importância da língua inglesa no contexto da globalização. Num primeiro momento trazemos o conceito de globalização na visão de autores como Milton Santos (2001), Ribeiro (2009) e a relação dialética entre ela e a língua inglesa. Para isso, fazemos referência a alguns autores como Pires (2002), Figueiredo e Marzari (2012), Lopes (2008), Grin (2005), além de fazer um apanhado histórico da ascensão da língua inglesa do idioma de uma nação colonizadora, a seu status de língua global Crystal (2003), Siqueira (2015), Barros (2005), Le Breton (2005), Jenkins (2007) e os impactos dessa trajetória nos países falantes da língua inglesa e no ensino-aprendizagem da mesma Rajagopalan (2004), Phillipson (2003), dentre outros.

**Seção 3** – Neste capítulo é feita uma análise mais direcionada para língua inglesa comunicativa, Brown (2000), Bachman (2003), Hymes (1972), Motta-Roth (2008). Serão relacionados os métodos de ensino da língua já adotados com a sustentação teóricas de autores como Asher (1977), Lima e Silva Filho (2015), Krashen (1982), Candlin (1986), Schütz (2002), dentre outros, com a capacitação para um inglês comunicativo no mercado de trabalho e especificamente na atuação do profissional do setor turístico considerando à formação de ensino superior Braga (2015), Silva (2010), Dias (2008), Ignarra (2002), Avena (2008). Para fundamentar os conceitos de mercado de trabalho, pontuamos autores como Milton Santos (1993), Izerrougene (2010), Costa (2010), Oliveira (2017).

**Seção 4** – A partir deste capítulo, os currículos dos cursos de ensino superior são analisados de uma maneira geral, Rodrigues (1999), Moesch (2000), Gastal (2007), Apple (1982), Giroux (1997), Goodson (1995; 1997), Sacristán (2000) e Silva (1999) e um apanhado histórico das matrizes curriculares é feito através de alguns teóricos como Teixeira (2005), Moreira e Silva (1997), Gomes et al (2008), assim como da importância para o egresso dos cursos de turismo em especial.

**Seção 5** – Neste capítulo, o foco é voltado para o curso superior em turismo e a matriz curricular passa a ser analisada Barreto (1995) visando perceber em sua estrutura o desenvolvimento do ensino da língua inglesa, mais especificamente no curso de Turismo e Hotelaria da UNEB a partir de 2006, quando a grade de componentes curriculares recebeu sua última atualização. Os capítulos finais trazem os dados coletados na pesquisa, as análises feitas desses dados e a conclusão. Para caracterizar o nosso objeto de estudo, a UNEB, apontamos como principal autor, Boaventura (2009), fundador e primeiro reitor da instituição.

**Seção 6** – conclusão do trabalho – essa parte do trabalho apresenta as conclusões desta pesquisa que teve como foco principal o estudo de caso com os formandos e egressos do curso superior de Turismo da UNEB. O quanto aptos estão esses atores para inserir-se no mercado de trabalho local. A competência comunicativa em língua inglesa é o fator de norteador nessa análise e os dados obtidos oportunizam reflexões diversas não só sobre a elaboração do currículo em si, mas também sobre a percepção dele por parte dos graduandos, pontuando a importância da aquisição da língua inglesa durante o seu processo de formação para o devido exercício a profissão.

## 2 LÍNGUA INGLESA E GLOBALIZAÇÃO

Este capítulo do trabalho de pesquisa apresenta uma abordagem teórica acerca da língua inglesa em face da integração econômica, social, cultural e política diante dos processos de aprofundamento de integração entre países e pessoas ao redor do mundo, mas propriamente do papel do inglês na globalização. Para tanto, buscamos nos apoiar em teóricos que refletem sobre o comportamento da língua inglesa como *status* de língua internacional e de língua franca, mediante a necessidade de uma língua global, fazendo um apanhado numa perspectiva histórica até entendermos a sua dinâmica na contemporaneidade.

### 2.1 A IMPORTÂNCIA DA LÍNGUA INGLESA NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO

A globalização como revolução de comportamento social pode ser auferida da seguinte forma de acordo com Santos (2001, pg.19) [...] “Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade as diferenças locais são aprofundadas.” Contudo, essa questão está entranhada no cotidiano moderno em todos os aspectos e técnicas. Refletindo sobre a perversidade gerada pela globalização, Santos (2001) a descreve como possuidora de raízes sistemáticas conjugadas devido à adesão desenfreada do comportamento competitivo.

Para Ribeiro (2009) analisando as considerações de Arrigui (1996),

[...] o processo de geração e desenvolvimento do capitalismo ocorreu a partir de uma trajetória caótica, isto é, não linear, inserido em estruturas inalteráveis e relações permanentes. Existia um dinamismo concomitantemente contínuo e descontínuo devido às inovações nas estruturas e relações. (RIBEIRO, 2009, p. 2 *apud* ARIENTI; FILOMENTO, 2007).

Desta forma os ciclos que sucederam no decorrer da história conceberam e transformaram a concepção da globalização atual desde seus primórdios.

A concorrência alinhada ao avanço de vários mecanismos de seleção definidos pelo território em que se encontra, podem preponderar fatores distintos a essa vantagem competitiva. A unicidade da técnica de comunicação padronizada é um determinante de sucesso desse fenômeno. E a língua inglesa se tornou de certa forma homogênea, adquirindo características de rede e agregando importância ímpar na globalização na era moderna. Vale ressaltar que dois fatos principais asseguram essa percepção, conforme Arrigui (1996) o terceiro ciclo sistêmico de acumulação britânico que foi palco de duas revoluções industriais tecnológicas importantes, da mecânica e da elétrica.

Ribeiro (2009, p. 5 apud WANDERLEY, 2009) destaca que nesse período [...] “houve a introdução do conceito abstrato de livre comércio, resgatando a formulação *smithiana* de mão-invisível, pela qual o mercado era autorregulador. Este conceito gerou um sistema mundial denominado de imperialismo de livre comércio ou capitalismo concorrencial.” Essa forma de liberalismo econômico adotado pela Inglaterra, agregada a questão da mecanização expandiu-se pelo globo rapidamente dominando o mercado, com ápice no final do século XIX. Outro fator que apoia este domínio da língua inglesa após esse ciclo britânico, trata-se do próprio poder econômico americano no século XX.

No entendimento de Pires (2002) “a relação entre uma língua e um povo é tão íntima que dificilmente se pode separá-los.” Dada a velocidade em que o advento da revolução industrial sucedeu, a existência de várias línguas diferentes constituiria um obstáculo à comunicação e compreensão entre os povos. Outro ponto citado por Pires (2002) alinha outros dados que colaboram com esta análise.

A Inglaterra, durante séculos, dominou os mares, o que significa claramente a expansão da língua inglesa nas diferentes partes do mundo. [...] Em acréscimo a isto os Ingleses procuraram, na medida do possível, manter o governo das comunidades afastado das instituições religiosas que impunham concepções contrárias do universo e que até queimavam cientistas nas fogueiras, circunstância que lhes permitiram tomar a dianteira em todas as áreas de conhecimento e iniciar uma Revolução Industrial que promoveu a sua língua em todo o mundo. (PIRES, 2002, p.12).

Dando continuidade à reflexão histórica acerca da língua inglesa no espaço e tempo, Figueiredo e Marzari (2012) afirmam o seguinte:

Sem precedentes anteriores, a língua inglesa vem conquistando, cada vez mais, espaço nas diversas áreas do conhecimento. Além disso, não há registros históricos de outra língua que tenha atingido o patamar do inglês, sendo que há mais falantes não nativos do que nativos do idioma. Ao longo dos séculos, a língua inglesa vem assumindo diferentes papéis, desde língua falada pela sociedade inglesa menos favorecida do século XIX até língua global (LE BRETON, 2005) ou língua franca por excelência (RAJAGOPALAN, 2005) no século XXI. (FIGUEIREDO; MARZARI, 2012, p. 2).

Alguns acontecimentos históricos foram decisivos para o “crescimento” da língua inglesa. Sobre este aspecto, Figueiredo e Marzari (2012, p. 2) apontam que [...] “A Batalha de *Hastings*, de 1066, por exemplo, foi um dos eventos de cunho histórico-político mais relevantes para a constituição do reino da Inglaterra – nação-mãe da língua inglesa.” Ainda segundo os autores, citando Block (2006) “essa batalha não apenas representou uma grande reorganização



política, mas também alterou os rumos da língua inglesa, uma vez que foi a última invasão “linguística”, nesse caso de origem normanda, que a Inglaterra presenciou.”

Segundo o pensamento de Pires (2012, p.7) “com uma nova ordem socioeconômica e política resultante do fim da Segunda Guerra Mundial e com o avanço dos meios de comunicação, o estudo de uma língua impõe-se como condição necessária”. Apoiando essa percepção, Lopes (2008) destaca o papel da língua inglesa no mundo contemporâneo do início do século XX, pela predominância mundial da economia dos Estados Unidos a partir da Segunda Guerra Mundial, gerando um tipo de neocolonialismo ou imperialismo. Esse momento histórico-econômico se estende até o final do século XX e toma novas direções no que se convencionou chamar de globalização, ainda que haja muitas maneiras de entender o significado desse termo.

A globalização como fenômeno da modernidade, tal vista no decorrer da história trouxe consigo, adoção de técnicas e diretrizes com amplitude jamais vista. A língua é um aspecto que influencia todas as demais ações da sociedade interligada. Para Grin (2005) a velocidade com que a sociedade presencia o efeito de uma evolução é muito mais profunda que a simples integração das sociedades, mas sim a divulgação de certos modelos de consumo a escala planetária.

Sob a ótica da economia internacional tal fator pode ser considerado decisivo para a sua imersão, tanto para os fluxos de serviços quanto da produção de capitais em si das nações e suas relações comerciais. Mas o valor da inserção da língua pode ser mensurável, trazendo uma concepção, sobretudo quando são tratados os efeitos dos atributos linguísticos dos agentes, considerados ao mesmo tempo como elemento de capital humano e como marcador de identidade.

A razão é que as línguas não são apenas instrumentos, e que, mesmo como instrumentos, são muito polivalentes. Não se utilizam apenas no exercício de uma tarefa precisa no âmbito de uma atividade econômica, em sentido restrito; servem também fora deste quadro e para usos extremamente variados. (VAILLANCOURT, 1980, p.170 apud GRIN, 2005, p. 32).

Essa dinamicidade de todas as conjecturas prevalentes demonstra o valor do capital humano, a inserção de identidade da cultura, da velocidade e conexão mesclada a todos os âmbitos da globalização e a própria leitura da identidade linguística na esfera social e econômica. Lages (1998, p. 5) descreve que “[...] A concorrência apresenta vários mecanismos de seleção definidos pelo ambiente onde se encontra de forma que, para cada situação, podem preponderar variáveis distintas.” E que as vantagens competitivas podem adquirir pesos

diferentes, e o domínio da língua inglesa nesse contexto pode influenciar o ambiente de tal forma que permita agregar valor ao capital humano em um ambiente com capacidade ilimitada.

Permeando este ponto, Silva (2009, s.p) comenta que

Como um dos operadores centrais na comodificação dos sujeitos da sociedade de consumo, a língua inglesa parece aumentar consideravelmente o valor de troca dos indivíduos que não apenas podem consumi-la, mas também podem ser consumidos globalmente.

Dando continuidade ao seu raciocínio, Silva (2009, s.p) argumenta que “o uso de termos e expressões da língua inglesa deixa marcas, inaugura racionalidades onde quer que ela se infiltre. Como uma espécie de canto da sereia, somos envolvidos de maneira sedutora especialmente pela mídia.” As tecnologias e velocidades envolvem de tal forma a sociedade em si, que a questão linguística é imperceptível nas relações entre os capitais, seja ele de serviços e ações, mas propriamente do comportamento e capital humano.

Essa interação de adaptação para adquirir vantagens comparativas que levem a sociedade a manter-se presente em um mundo cada vez mais globalizado traz para a realidade demandas e requisitos educacionais para o atendimento das diversas ofertas que o capitalismo propõe. De acordo com Chiavenato (2004, p. 94): “O sucesso das organizações dependerá da sua capacidade de ler e interpretar a realidade externa, rastrear as mudanças e transformações, identificar ameaças e dificuldades para neutraliza-las ou amortecê-las,”

[...] Na medida em que a conjuntura econômica se expande ou se retrai que se alteram as necessidades dos clientes ou consumidores, que mudam os hábitos e tendências do público, as organizações precisarão modificar sua linha de ação, renovar-se, ajustar-se, transformar-se e adaptar-se rapidamente. (CHIAVENATO, 2004, p. 94).

A língua inglesa como determinante de êxito no mercado das organizações e de trabalho caracteriza de forma clara, como a ferramenta de comunicação global e se consolida como vantagem absoluta. Temos macro áreas dentro de diversos setores que se beneficiam do domínio desse mecanismo. Silva (2009, s.p) descreve alguns pontos que concluem exemplos práticos: “[...] Apesar da imensa diversidade, uma língua em especial se propõe a ligar as pessoas e forjar muitas possibilidades de identidade – a língua inglesa.” Conclui-se, assim, que a presença maciça do domínio da língua inglesa pode ser observada no mundo do trabalho, da comunicação, das tecnologias, das viagens e do entretenimento.

## 2.2 LÍNGUA INGLESA COMO STATUS DE LÍNGUA INTERNACIONAL E LÍNGUA FRANCA: NECESSIDADE DE UMA LÍNGUA GLOBAL

A percepção da necessidade de uma língua para comunicação global já existia no século XVIII. Após o Iluminismo e os ideais advindos durante aquela época, o desejo de uma ferramenta de compreensão entre os povos acendeu-se por razões religiosas e comerciais, fazendo com que as pessoas da época buscassem uma língua única, neutra e que não privilegiasse uma nação em detrimento da outra para ampliar as relações entre os diferentes povos (DI LUCCIO, 2010). Essa busca estendeu-se até a primeira metade do século XX, com as chamadas Línguas Internacionais Auxiliares (LIA). A partir de então não houve mais projetos que visassem a criação de uma língua universal.

Segundo Eco (2002) os estudiosos passaram a compreender que, devido às características socioculturais de uma língua, sua natureza dinâmica e o seu processo de transmissão social, peculiares de cada povo nas mais diversas partes do mundo e as influências das suas particularidades, seria até mesmo ingênuo tentar criar uma língua universal, artificial e estática. A partir de então, essa tentativa cedeu espaço a busca de uma língua global, também chamada de língua franca ou língua comum, Crystal (2003).

Frente à dinâmica dos tempos atuais, marcados pela diminuição de distâncias temporais e espaciais percebe-se que certas fronteiras, antes sólidas, desvanecem frente à fluidez da comunicação – graças ao processo de globalização das relações. Numa análise sob a ótica linguística, percebe-se a utilização da língua inglesa como a língua franca para interação entre os diversos povos, galgando uma expansão cada vez mais acelerada (SIQUEIRA, 2015).

A língua inglesa angariou tamanho prestígio ao longo de um tempo razoavelmente curto no que concerne fenômenos linguísticos que, qualquer indivíduo que tenha atingido um patamar de educação formal razoável, sente-se em grande desvantagem se não a domina, pelo menos, em algum nível de proficiência. (PHILLIPSON, 1992 *apud* SIQUEIRA, 2015, p. 3).

De fato, a extensão da língua inglesa passa da marca de meio bilhão de falantes, consagrando a sua posição no topo do ranking de línguas faladas por usuários não nativos (CRYSTAL, 1996, 2003) numa proporção de um falante nativo para quatro falantes não nativos da língua. Segundo Crystal (1996, 2003) a quantidade de falantes nativos de inglês é de aproximadamente meio bilhão de pessoas ao passo que a língua é falada por dois bilhões de pessoas no mundo, (GRADDOL, 1997, 2006; SIQUEIRA, 2008, 2011). Tal situação abre espaço para um constante transmutar da língua em seus diversos usos, contextos e elementos

enriquecedores, potencializando a sua utilização como ferramenta de comunicação internacional nas mais diversas esferas.

### **2.2.1 Entendendo a expansão da língua: do império britânico à hegemonia norte-americana**

De acordo com Barros (2005) a amplificação do inglês como língua global se deu pelos fenômenos que podem ser resumidos em dois motivos: a expansão geográfica e a sociocultural. Basicamente a primeira diz respeito ao meio, ou veículo dessa expansão, e a segunda o "como", ou seja, o modo dessa expansão de proporções inéditas no mundo. No que diz respeito à questão geográfica, se deu a partir do século XVII e teve seu apogeu no século XIX, quando da Grã-Bretanha, falantes de língua inglesa expandiram o idioma para a América, Índia, Austrália, Nova Zelândia e África. Já no quesito sociocultural, o inglês veio através do pioneirismo e domínio da Grã-Bretanha como maior nação colonizadora, assim como líder da Revolução Industrial, quando berço dos principais inventos e tecnologias, e da popularização dos mesmos nas suas colônias, carrega o inglês como um idioma obrigatório para os inventores que quisessem participar dessa corrida tecnológica.

No início do século XIX, a Inglaterra tornou-se a nação líder na indústria e no comércio. Grande parte das inovações da Revolução Industrial era de origem britânica. Por volta de 1800, as maiores áreas de expansão - têxteis e mineração - estavam produzindo uma variedade de produtos manufaturados para exportação. As consequências linguísticas foram importantes: a nova terminologia dos avanços tecnológicos e científicos tiveram impacto na língua, acrescentando milhares de palavras novas ao léxico. Mais importante do que isso: essas inovações procediam de um país de língua inglesa. Isso significava que todos que quisessem aprender sobre essas novidades, deveriam também aprender inglês. (BARROS, 2005, p. 61).

Como colônia britânica, os Estados Unidos da América, ao iniciar sua projeção econômica no cenário mundial, adota por volta do século XIX o inglês como seu idioma oficial, levando a língua inglesa ao *status* não apenas da língua base do cenário tecnológico e científico, mas também nas relações econômicas e mais tarde, políticas. Dentro desta perspectiva de elevação da língua, Barros (2005) conclui:

Como resultado dessa ascensão, quando novas tecnologias trouxeram novas oportunidades linguísticas, o inglês emergiu como a língua mais importante em indústrias que afetaram todos os aspectos da sociedade, como a imprensa, a propaganda, as transmissões radiofônicas e televisivas, os transportes, as comunicações e inúmeros outros. Ao mesmo tempo, o mundo estava forjando novas redes de alianças internacionais, surgindo então a necessidade de uma língua franca, uma língua que pudesse ser compartilhada por todos. Foi assim que durante a primeira

parte do século XX, o inglês gradualmente tornou-se a língua principal de encontros internacionais políticos, econômicos, acadêmicos. (BARROS, 2005, p. 58).

Entre as alianças que a Revolução Industrial e a expansão de colônias propiciavam, estoura, ainda no século XIX, a Segunda Guerra Mundial, convergindo tudo que havia sido estabelecido como progresso tecnológico, científico, político e econômico, numa corrida armamentista. Enquanto a competição por sofisticação nos equipamentos de guerra exauria os recursos dos países envolvidos, os EUA experimentavam o surgimento de magnatas na manufatura, nos transportes e mais tarde no uso dos recursos naturais, se firmando numa posição privilegiada em relação às outras potências mundiais.

Era a mais forte, coesa e próspera economia mundial. Após a guerra, a Europa encontrava-se com seu território arrasado. O governo americano coordenou um vasto plano de apoio para recuperar as economias capitalistas da Europa Ocidental. Emprestou-se o dinheiro para que a Europa se reerguesse. Enquanto os europeus lutavam para recuperar o que havia sido perdido, os EUA, com seu território intacto, experimentavam um período de grande desenvolvimento e progresso. (BARROS, 2005, p. 62).

Assim como a Europa, outros continentes passaram por reveses políticos e econômicos, necessitando da ajuda dos EUA, e o dólar americano se popularizou como moeda padrão nas relações internacionais. Dominando o cenário econômico, e forjando alianças e tratados entre e com as nações, os EUA dominaram o cenário político e as vias criadas por esse fenômeno geraram o que chamamos de globalização. As relações internacionais tinham uma língua franca, uma moeda padrão e tudo isso apontava para os EUA como dominante entre as nações.

A ampliação dos investimentos por todo o mundo acabou também por provocar uma separação entre as práticas financeiras e os empreendimentos econômicos, incentivando agentes financeiros a especular com moedas e títulos de diferentes naturezas, na esfera ampla do mercado globalizado. A multiplicação de redes de computadores, comunicações por satélite, cabos de fibras óticas, entre outros, desencadeou uma revolução nas comunicações, permitindo uma atividade especulativa sem precedentes. A rapidez nesses fluidos tornou o papel-moeda obsoleto, estimulando fluxos contínuos de transações eletrônicas, que passam a operar 24 horas, acompanhando o ciclo dos fusos horários, permitindo uma atividade ininterrupta. (BARROS, 2005, p. 63).

Com os investimentos e acertos dos EUA desde o início do século XIX e sua consolidação como potência mundial da globalização no século XX, Crystal (2003 apud BARROS, 2005) descreve a ascensão da língua inglesa como língua global:

O sistema de mandatos introduzido pela Liga de Nações transferiu as primeiras colônias alemãs na África, Ásia e Pacífico para a supervisão dos vitoriosos e com isso

a influência do inglês cresceu imensamente nas áreas que vieram a ser mediadas diretamente pela Inglaterra ou por outras nações falantes de inglês. Mais importante, porém, do que o crescimento da influência linguística através da expansão política era o modo pelo qual os legados culturais da era colonial e a revolução tecnológica estavam sendo percebidos em escala internacional. O inglês estava emergindo como um meio de comunicação em áreas de crescimento que aos poucos formariam o caráter da vida doméstica e profissional do século XX. (CRYSTAL, 2003 apud BARROS, 2005, p. 64).

A língua inglesa se estabeleceu desse modo, profundamente nas relações políticas, econômicas, tecnológicas, no desenvolvimento de armas, defesa e segurança, na comunicação, na indústria, no comércio, na educação, nos esportes, no entretenimento, e de forma ainda mais marcante nas tecnologias virtuais e mídias sociais.

No campo das relações internacionais, segundo Barros (2005) a Liga das Nações<sup>3</sup> foi a primeira organização que deu à língua inglesa o status de língua oficial, embora o francês também fosse uma dessas línguas, conforme a linguista Marina Yaguello (2001, apud BARROS, 2005 p. 66): “O inglês é bem menos submisso a uma norma acadêmica que o francês; suas numerosas variedades são reconhecidas e aceitas. O inglês beneficia-se de uma aura de modernidade, de juventude, de vitalidade.”

A língua inglesa se instaurou no campo da informação de tal forma, que a maioria dos periódicos e publicações são produzidos em inglês, assim como os jornais mais difundidos no mundo eram escritos em inglês, a saber: *New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *The Times* e *The Sunday Times*, citados por Barros (2005) como os 5 principais jornais do mundo. “Além disso, há outros jornais escritos nesse idioma e que se destinam a leitores do mundo todo. Entre eles: *International Herald Tribune* e *International Guardian*.” (2005 p. 68).

Na indústria do entretenimento, Barros (2005) através de um breve resumo aponta como o inglês vem marcando seu status como língua global desde o invento do rádio e das transmissões televisivas, sendo o primeiro idioma a ser transmitido pelo rádio em 1906, na televisão em 1936, no cinema em 1920 quando após o advento do cinema mudo os diálogos falados eram em língua inglesa levando a cinematografia ao seu auge. Com o surgimento de diversos estilos de música assim como de ícones do pop e rock mundial, desde a primeira

---

<sup>3</sup> A liga das nações foi a primeira de muitas modernas organizações internacionais a designar um lugar especial para o inglês em seus procedimentos. O inglês era uma das línguas oficiais (a outra era o francês) e todos os documentos eram impressos em ambas as línguas. Por contar com quarenta e dois membros, alguns de fora da Europa, a importância de uma língua franca ficou muito clara. Inúmeras outras organizações internacionais – *Association of South East Asian Nations*, *Commonwealth Council of Europ*, *European Union* e *North Atlantic Treaty Organization* – usam o inglês como uma das línguas oficiais. O mesmo acontece com muitas organizações científicas – *African Association of Science Editors*, *Cairo Demographic Centre* e *Baltic Marine Conference for Peace* e outras. (BARROS, 2005, p. 66-67).

transmissão fonográfica em 1877 o inglês se expandiu de tal forma que marcou movimentos culturais e revoluções que transformaram o mundo.

Quando as letras de Bob Dylan, Bob Marley, John Lennon, Joan Baez, entre outros, correram o mundo, entre os anos sessenta e setenta, para as gerações mais novas o inglês tornou-se símbolo de contestação, liberdade e modernismo. As mensagens sociais, políticas e espirituais dessas letras contribuíram e muito para aumentar o prestígio do inglês entre camada considerável da população mundial. (BARROS, 2005, p. 70).

Em uma das mais significativas esferas da projeção da língua inglesa, o campo educacional, ainda não permite o vislumbre do alcance que esse idioma promoveu até o momento. Nas mais variadas áreas do conhecimento, as pesquisas têm grande notoriedade quando são realizadas em língua inglesa. Os avanços na medicina, no conhecimento sobre o universo, a nanotecnologia, as fontes renováveis de energia e preservação de recursos naturais, a realidade virtual, a indústria informatizada, as formas de fazer comércio e ampliar o processo de globalização através do turismo, e da possibilidade de conhecer momentos históricos, e até mesmo prever fenômenos naturais de larga escala são difundidos diariamente ao mundo em inglês. Em outras palavras, o inglês se consolida como nunca ocorreu antes com qualquer idioma na história da humanidade como uma língua global, que embora não alcance a todos, está instalada nas relações entre as nações, o que impacta diretamente a humanidade que vive esse momento e certamente terá impacto sobre o futuro das gerações

### **2.2.2 A solidificação e o ensino de língua inglesa global numa perspectiva contemporânea**

Para Kumaravadivelu (2006) o principal mecanismo responsável pela consagração do inglês em tal contexto é a internet. É notável que a rede mundial de computadores acelerou significativamente a forma de comunicação, colocando milhões de pessoas em contato e possibilitando a troca de informações em questões de segundos, transformando para sempre o processo de disseminação de discursos e mudança de culturas. A rede mundial de computadores tornou-se “o motor principal que está dirigindo os imperativos da economia, assim como as identidades culturais e linguísticas” (KUMARAVADIVELU, 2006, p. 131), um motor cujas engrenagens podem ser compreendidas como uma língua comum que garante o seu funcionamento – a língua inglesa. Ainda por causa disso, falar inglês apresenta-se como uma mercadoria altamente valorizada, possibilitando o surgimento de todo um mercado ao redor do seu ensino-aprendizagem, especialmente em países como o Brasil (SIQUEIRA, 2015).

O Ensino de Língua Inglesa (ELI) em si, por sua vez, fornece cenário para todo um apresentar de discussões e pontos de vistas. A título de exemplo, por um lado, permite a inserção de pessoas no páreo socioeconômico global frente ao *status* dificilmente reversível do alastramento da língua inglesa como ferramenta de compreensão global. De acordo com Seidlhofer (2011, p. 7), “pela primeira vez na história, uma língua natural alcança dimensões realmente globais, tráfegando por entre continentes, domínios e estratos sociais”. Por outro lado, pensa-se sobre o caráter hegemônico que porta, uma vez que, por ser uma língua natural, carrega em si uma carga cultural e seus respectivos valores, ideias e discursos. No pensamento de Phillipson (1992, p. 1), “o império inglês deu lugar ao império do inglês”, ainda que esse último elemento esteja atrelado ao primeiro. Atualmente considera-se, no âmbito do ELI, a transmissão do “inglês padrão”, concebido nos centros hegemônicos, principalmente na Inglaterra e na sua anterior colônia, os Estados Unidos. Esse ‘padrão’ comunicativo é reproduzido em instituições e centros de ensino da língua por todo o mundo, fornecendo base, assim, para uma indústria global bilionária que cresce exponencialmente, demandando, dessa forma, uma postura crítica no tocante ao fenômeno de expansão da língua inglesa e as políticas educacionais linguísticas no âmbito pedagógico. Phillipson (2003) argumenta que

[...] o inglês adquiriu um poder narcótico em muitas partes do mundo, um vício que tem tido consequências de longo prazo que estão longe de ficar claras. Da mesma forma que o comércio de drogas, em seus ramos legais e ilegais, há grandes interesses comerciais na indústria do ensino do inglês em escala global. (PHILLIPSON, 2003, p. 16).

Rajagopalan (2004) defende uma revisão das políticas de ensino-aprendizagem, tendo em vista que o fenômeno que ele chama de *World English* (Inglês Mundial) não constitui neutro e muito menos apolítico. Ele sustenta:

[...] as práticas de ELI por muito tempo consolidadas precisam ser drasticamente revistas, tendo-se em mente os novos desafios que o fenômeno do Inglês Mundial nos apresenta. Nesse momento, uma grande quantidade de práticas consagradas de ELI se veem ameaçadas pela possibilidade de serem consideradas obsoletas pela simples razão de que estas não mais se adequam a algumas das características mais significativas do Inglês Mundial. (RAJAGOPALAN, 2004, p.114).

Phillipson (2008) por sua vez, refere-se ao desejo frenético de se falar inglês como uma tradução do processo neoimperialista, uma vez que o ELI está sustentado pela importação de referências e materiais didáticos e de apoio importados do eixo Grã-Bretanha – Estados Unidos e lançando uma polêmica reflexão quando afirma que “o poder do inglês como um sistema



simbólico no mercado linguístico global é tamanho que sua legitimidade tende a ser aceita de forma acrítica.” (PHILLIPSON, 2008, p. 5).

Frente a tais discussões, é vital que os profissionais da área de ELI reflitam sobre os processos invisíveis subjacentes ao ensino-aprendizagem de forma a implementar abordagens de ensino mais realistas fomentando a sensibilidade intercultural e ao pensamento crítico dentro dos espaços pedagógicos (WANDEL, 2002). Dessa forma, fica mais viável transformar o ensino em um pilar dinamizador de transformação social mais inclusiva, voltada para o mundo real e que sirva de alicerce para a consolidação e formação identitárias (SIQUEIRA, 2015).

A determinação da competência comunicativa que identifica alguém como falante de língua inglesa perpassa por questões como a inteligibilidade e compreensibilidade do discurso produzido, chamando atenção não só para como realizar a quantificação de falantes não nativos de inglês num país onde a língua inglesa não é oficial, quanto para os objetivos para a aprendizagem estabelecidos nos centros de ensino onde o inglês é ensinado e aprendido dentro desses mesmos países (BECKER, 2009).

### 2.2.3 Língua franca

Quando se refere à língua inglesa com o termo latino *lingua franca*, “simbolicamente remove-se o sentido de propriedade da língua dos anglos” (JENKINS, 2000, p.11). Assim, Inglês como Língua Franca (ILF ou *English as Lingua Franca - ELF*) passa a denotar “uma língua de contato usada entre povos que não compartilham uma primeira língua, e é comumente entendida como querendo significar uma segunda (ou subsequente) língua de seus falantes” (JENKINS, 2007, p.1). O termo *lingua franca* originalmente fazia menção a uma língua híbrida sem falantes considerados nativos.

ELF não exclui falantes nativos de inglês, porém eles não são incluídos nas coletas de dados, e quando tomam parte em interações, não representam um ponto referência linguística [...] ELF enfatiza o papel do inglês na comunicação entre falantes de diversas L1, a razão fundamental para aprender inglês nos dias de hoje[...] [ELF] implica que a “mistura” de línguas é aceitável...e então que não há nada inerentemente errado em manter certas características da L1, tais como o sotaque. (JENKINS, 2000, p.11 apud BECKER, 2009, p. 3).

No entendimento de Munro e Derwing (1995, p. 289) o sotaque é “um discurso não-patológico que difere em alguns aspectos bastante perceptíveis das normas de pronúncia de um falante nativo”. Dessa forma, percebe-se a acepção da qualidade da fala de modo hierarquizado em que a produção oral do nativo está em posição superior à fala do não-

nativo, constituindo a primeira como um modelo a ser copiado. Talvez por esta razão, existam programas para falantes não nativos que visem a redução de sotaque (BECKER, 2009).

Consideradas as diferenças entre os status de inglês como língua internacional ou como língua franca, percebe-se a necessidade de adotar uma postura crítica frente ao uso da língua. As cargas culturais, políticas e sociais devem ser discutidas principalmente no âmbito da educação, uma vez que, como não é possível adotar uma abordagem que seja inteiramente neutra, ao menos que se busque implementar currículos que tratem do uso da língua de maneira a levar em consideração a construção de uma sociedade mais igualitária, justa e que fomente o pensamento crítico.

### **3 LÍNGUA INGLESA COMUNICATIVA E MERCADO DE TRABALHO**

Este capítulo do trabalho busca apresentar a relação dialética entre a língua inglesa, na perspectiva comunicativa e o mercado de trabalho do turismo e como a mesma pode influenciar positivamente no processo de inserção do profissional de turismo nesse setor. Para este ponto, julgamos pertinente, através de teóricos da área, trazer conceitos balizadores do inglês comunicativo, salientando as suas diferentes nuances de aprendizagem e, apontando a relevância do idioma com a área do turismo. Num segundo momento, abordar, de forma generalista, o mundo do trabalho, dando uma atenção maior ao mercado de trabalho do turismo no Brasil, e, especificamente na cidade de Salvador.

#### **3.1 A IMPORTÂNCIA DO INGLÊS COMUNICATIVO**

Neste tópico serão discutidos a importância da língua inglesa falada e aspectos de seu ensino e aprendizagem, além de um breve histórico do objetivo do estudo da língua estrangeira e dos métodos. Outro ponto a ser abordado será a evolução da técnica para abordagens de ensino, pautadas numa mudança do cenário mundial, que promove reflexões sobre a língua não só do ponto de vista do indivíduo mas também do seu processo de ensino-aprendizagem, levando em consideração a individualidade e as dificuldades na aquisição e assimilação de um idioma. Além disso, uma breve explanação acerca do surgimento e características principais da abordagem comunicativa assim como das competências comunicativas envolvidas na habilidade de se compreender o que é dito e se fazer entender na língua estrangeira. Por último serão apresentados alguns autores que defendem a interculturalidade no ensino da língua inglesa como uma importante mudança de paradigma do conceito de comunicação e integração entre as nações falantes e os aprendizes do Inglês, o que transforma a cultura, o idioma e as relações.

A língua, antes de ser um conjunto de fonemas, códigos e regras gramaticais é a identidade de um povo. Quem adquire uma língua, seja ela sua língua-mãe, ou uma segunda língua, a adquire para comunicar-se com o grupo que possui esse código em comum. Na ideia de Bauman (2005) o pertencimento é um modo de construir identidades quando se passa a pertencer a um novo grupo adicionando uma nova identidade ao repertório de tantas outras que o indivíduo carrega em si, sem obrigatoriamente perder alguma das preexistentes. Dado o seu caráter fluido, uma língua modifica-se com o passar do tempo e o mesmo acontece com o seus métodos de transmissão, tanto a aquisição quanto o seu ensino-aprendizagem.

### 3.1.1 Métodos de ensino da língua

Nos primórdios do ensino da língua estrangeira, dominar a gramática e a pronúncia eram sinal de proficiência linguística. Bachman (2003) destaca o conceito de proficiência linguística de acordo com os modelos vigentes na década de 60, como os de Lado e Carrol, que diferenciavam habilidades básicas para comunicar-se na língua como ouvir, falar, escrever e ler enquanto componentes do domínio da estrutura da língua, mas não indicavam como essas habilidades e o conhecimento se relacionavam entre si – "não ficava claro se as habilidades eram simplesmente manifestações dos componentes de conhecimento em diferentes modalidades e canais, ou se elas eram qualitativamente diferentes de outras formas." (BACHMAN, 2003, p. 81). Cursos específicos e a inserção da língua inglesa no currículo escolar obrigatório centrados nesse modelo "habilidades x conhecimento", através de métodos tradicionais de ensino-aprendizagem, como o método da *Tradução e Gramática*, associaram a aprendizagem da língua inglesa à memorização e repetição de uma série de elementos linguísticos sem que, na maioria das vezes, o estudante soubesse como utilizá-los. A título de exemplo desse método de ensino, Lima e Silva Filho (2015, p. 4) transcrevem Practor *et al* (1979 *apud* BROWN, 2000, p. 18) quando apresentam determinados elementos característicos que são comuns no método da *Tradução e Gramática*:

1. As aulas são ministradas na língua mãe;
2. Vocabulários são ensinados de forma isolada;
3. Leituras de textos clássicos desde o início;
4. A maior parte da aula há aula expositiva sobre gramática;
5. Pouca atenção é dada ao conteúdo do texto, pois o mesmo serve apenas de suporte para a realização de exercício escrito;
6. Geralmente os exercícios são tradução de frases desconexas;
7. Pouca ou nenhuma atenção é dada a pronúncia.

Críticas a esse método protagonizaram o movimento comunicativo, trazendo uma perspectiva do aprendiz com seus valores e competências, não podendo, assim como sua principal manifestação social, a linguagem, ser perfeitamente adequado a um conjunto de normas e regras. Hymes (1972) descreve o uso da língua da seguinte forma:

[...] o desempenho de uma pessoa não é idêntico a um registro de comportamento... Ele leva em conta a interação entre a competência (conhecimento e habilidade para uso), a competência dos outros e as propriedades cibernéticas e emergentes dos próprios eventos. (nossa ênfase). (HYMES, 1972, p. 283 *apud* BACHMAN, 2003, p. 83).

Ainda Motta-Roth (2008) expõe a visão mecânica da linguagem presente nos métodos de ensino tradicionais, quando expõe sua característica mais básica: a troca cultural.

[...] a linguagem é ponto central do processo de mundialização de trocas culturais, já que, em qualquer atividade humana, a linguagem está em uma relação dialética com a cultura: ao mesmo tempo em que comunicação é um processo cultural, ela possibilita a existência da cultura como sistema de crenças e valores compartilhados. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 290).

A partir dos anos 70, a afetividade passou a ser encarada como um elemento central para levar o estudo da língua, de uma repetição massiva de vocabulário e regras, para o desenvolvimento da competência de se comunicar efetivamente. Castro e Silva (2007, p. 43) parafraseando o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2001) define afetividade como: 1. qualidade ou caráter de quem é afetivo. 2. conjunto de fenômenos psíquicos que são experimentados e vivenciados na forma de emoções. 3. Psicologia – tendência ou capacidade individual de reagir facilmente aos sentimentos e emoções, emocionalmente. Estando exposto um dos muitos conceitos para a afetividade, as sensações e relações humanas começam a partir de então a protagonizar o ensino e aprendizagem da língua estrangeira, levando os teóricos da época a desenvolver métodos que contornassem a ansiedade de falar no idioma que está sendo adquirido.

Lima e Silva Filho (2015, p. 9) descrevem o método de “Aprendizado comunitário de línguas” desenvolvido por Charles A. Curran (1970 citado por SOUZA, 2005), como um método de ensino baseado no aconselhamento. Professor e alunos se reuniam em círculos e, através do diálogo na língua materna iniciada pelos alunos, o professor traduzia a frase para a língua alvo, os alunos repetiam e o diálogo seguia nessa dinâmica, até que pudessem manter uma conversação sem a interferência do orientador. Direcionado para o acolhimento, Curran tentou eliminar o constrangimento, ansiedade e o desconforto da repetição e valorização da gramática no início do processo de aprendizagem, como era comum até então, iniciando uma prática centrada na comunicação e na valorização da independência do aluno para com o mentor, como acontece ‘naturalmente’ na comunicação na língua materna.

Alguns anos mais tarde, segundo Lima e Silva Filho (2015, p. 11), o criador do método *Total Physical Response*, Asher (1977), constatou em algumas de suas pesquisas que a aprendizagem era dividida entre os dois hemisférios cerebrais, sendo o direito responsável pela psicomotricidade e o esquerdo pelo processo de linguagem, em si. Atividades que associassem essas duas funções estariam mais propensas ao sucesso na comunicação na língua alvo. Em meio a esse cenário de valorização do aconselhamento, atividades lúdicas, intuição,

espontaneidade, socialização e relaxamento no ensino aprendizado da língua estrangeira, teóricos que valorizavam o contexto, como Berns, inspiraram o movimento que mais tarde deu origem a abordagem comunicativa.

Lima e Silva Filho (2015) sobre a evolução do conceito de linguagem no ensino de língua estrangeira, destacam o contexto como finalidade ao invés de apenas meio de aprendizagem. O falante precisa saber contextualizar os conhecimentos linguísticos adquiridos:

De acordo com Firth (1929 *apud* BERNs, 1930), a língua deve ser vista como parte do processo social, pois seu papel é de interação entre as pessoas. Esse estudioso também ressalta a grande importância do significado e do contexto, onde o primeiro representa a função que a língua desempenha no contexto e está ligado ao uso de algumas formas e elementos linguísticos em contextos específicos, e o segundo constitui no ambiente de uma situação, levando em consideração a relação entre língua e todos os vários aspectos da situação em que ela é usada. (LIMA; SILVA FILHO, 2015, p. 13).

Embora date de uma década mais tarde que as discussões iniciais sobre a importância da afetividade no ensino da língua estrangeira, de acordo com Castro e Silva (2007, p. 39), um dos estudos de Krashen sobre o “filtro afetivo” relata com precisão essa mudança de panorama, por partir da premissa que a atitude frente a língua alvo, aumentarão as chances do aprendiz de se tornar fluente e ser capaz de se comunicar nesta. Isso, para o autor diminuiria o filtro afetivo, pois o aprendiz buscaria se inserir em ambientes que propiciassem a prática em compreender e falar o idioma. A autora cita Krashen (1982):

[...] a hipótese do filtro afetivo capta a relação entre as variáveis afetivas e o processo de aquisição de L2 através da asseveração de que os adquirentes variam no que diz respeito à rigidez ou nível dos seus filtros afetivos. Aqueles cujas atitudes não forem ótimas para a aquisição de uma L2 não só tenderão a buscar menos insumo, mas também apresentarão um filtro afetivo alto ou rígido – mesmo que entendam a mensagem, o insumo não alcançará a parte do cérebro responsável pela aquisição da língua, ou seja, o dispositivo de aquisição da língua. (KRASHEN, 1982, p. 31).

A *Communicative Approach* ou *Functional Approach* (Abordagem Comunicativa), como movimento surgido nas últimas décadas do Século XX, se opõe ao estruturalismo e ao behaviorismo, que influenciavam o ensino pragmático, estrutural e condicionado da língua e valoriza o emprego da língua, ao invés de suas microestruturas. A abordagem comunicativa representou também um progresso no tocante à terminologia. Em substituição ao conceito de método de ensino, se forma o conceito de abordagens como sendo, segundo Almeida Filho (2002, p. 17 *apud* LIMA, 2007, p.10):

[...] uma filosofia de trabalho, um conjunto de pressupostos explicitados, princípios estabilizados ou mesmo crenças intuitivas quanto à natureza da linguagem humana, de uma língua estrangeira em particular, de aprender e ensinar línguas, da sala de aula de línguas e de papéis do aluno e de professor de uma outra língua.

Na concepção de Lima e Silva Filho (2015, p. 2), considera-se eficaz o processo de aprendizagem de uma língua estrangeira, quando seu objetivo é atingido, ou seja, quando mais do que conhecer as regras gramaticais e vocabulário, o indivíduo adquire a capacidade de se comunicar efetivamente através dessa língua.

A abordagem comunicativa é caracterizada por direcionar o ensino e aprendizagem para os elementos básicos da comunicação: o sentido e o significado, e as normas gramaticais da língua ficam vinculadas ao contexto da interação entre os falantes. Em outras palavras, o foco passa a ser o ato de se comunicar e não a memorização da grafia das palavras na língua-alvo.

O objetivo principal dessa abordagem é viabilizar o desenvolvimento das quatro habilidades: ouvir, ler, falar e escrever com o foco em tornar o aprendiz capaz de interagir e adquirir a competência de se comunicar na língua-alvo: a competência comunicativa. Conceituando a ideia de competência comunicativa, no dicionário de verbetes publicado pela UFBA, *Mais definições em trânsito*, sob a orientação da org. M<sup>a</sup> Cândida F. de Almeida, Oliveira destaca que embora a essência de competência tenha recebido muitos significados em diferentes áreas de conhecimento, ela destaca o conceito de Chomsky (1965, p. 4) que o define como sendo “o conhecimento que o falante-ouvinte ideal tem da sua língua”. No domínio do ensino de uma segunda língua, falar de competência significa falar de habilidade de comunicar-se de forma culturalmente apropriada. Candlin (1986) enxerga a competência comunicativa sob a perspectiva da

[...] habilidade de criar sentidos através da exploração do potencial para modificação contínua, inerente a qualquer língua, em resposta à mudança, negociando o valor da convenção antes de aceitar o princípio estabelecido. Em suma, [...] uma confluência de estruturas de conhecimento organizadas e de um conjunto de procedimentos a fim de adaptar esse conhecimento para resolver novos problemas de comunicação que não têm soluções prontas e sob medida. (CANDLIN, 1986, p. 40 apud BACHMAN, 2003, 9.84).

Portanto, a competência comunicativa requer algo além de reproduzir contextos comunicativos pré-ensaiados baseados em estruturas engessadas. A necessidade de improvisar

frente ao inesperado e utilizar o recurso linguístico para contornar dificuldades de estabelecer a comunicação deve se fazer presente.

Para Canale e Swain (1980), conforme comentado por Portela (2006, p. 4), a competência comunicativa é o conjunto de sistemas e habilidades internas de conhecimento e habilidades requeridas para comunicação, essas seriam as competências gramaticais, sociolinguística, discursiva e estratégica. Bachman (2003, p. 89) descreve a competência gramatical, como sendo o domínio da morfologia, sintaxe, vocabulário, fonologia ou fonografia, de um modo geral o conhecimento sobre as regras de uso da língua. Seria essa uma competência que abarca como habilidade o que antes era tido como proficiência linguística: conhecer o código linguístico.

O conhecimento ou competência sociolinguística se resume em saber adaptar o uso dos elementos da língua a: quem se fala, quando se fala e com que intenção se pretende falar, ou seja, as diversas adaptações comunicativas. Segundo os autores, envolve respeitar as regras socioculturais de uso e de discurso. Para Chomsky (1965)

[...] seria a capacidade inata que o indivíduo tem para adquirir a linguagem através do LAD (*Language Acquisition Device*), órgão que, juntamente com outros, propiciaria a aquisição da língua materna e a competência linguística, seria a capacidade que todo falante nativo tem de adquirir a gramática implícita de sua língua materna pela exposição natural a ela. (CHOMSKY, 1965 apud TRENTIN, 2001, p. 2).

Portanto, faz parte da competência sociolinguística identificar as frequentes variações linguísticas influenciadas por fatores ambientais, sociais, culturais, profissionais, mas principalmente regionais e de condição social, como os sotaques e expressões regionais dentro de um mesmo idioma.

A aplicação da competência gramatical respeitando a competência sociolinguística, é a competência estratégica. Segundo Canale e Swain (1980) a competência estratégica envolve o domínio do código linguístico seja ele verbal, ou não verbal. Ou seja, a habilidade de compreender e ser capaz de produzir dentro de uma variada tipologia, demonstrando o domínio da língua, textos com grafia, pronúncia, sentido e demais regras da linguagem corretos assim como, de fazer uso das estratégias de comunicação. O que sua vez envolve o conhecimento e a utilização da habilidade sociolinguística citada anteriormente, visto que a depender da finalidade, grau de instrução do público alvo, dentre outros fatores, pode exigir adaptações comunicativas, como uso de expressões idiomáticas, figuras de linguagem ou termos técnicos.



### 3.1.2 Language acquisition versus language learning

Uma década mais tarde, as contribuições de Krashen avançaram ainda mais, dentro da visão da comunicação como foco da aprendizagem e aquisição da língua estrangeira. Segundo Lima e Silva Filho (2015, p. 15) esse teórico conceituou cinco hipóteses a fim de diferenciar a assimilação natural do estudo formal, onde a aquisição é distinta ao processo de aprendizagem, a hipótese da ordem natural; hipótese do monitor; hipótese do insumo e o filtro afetivo, sendo as primeiras ainda amplamente discutidas com relação à aprendizagem da língua inglesa.

Assimilação natural ou *language acquisition*, seria a ligação intuitiva entre as situações vivenciadas, e a familiaridade com os elementos constituintes da língua materna e sua estrutura gramatical aprendida pelo contato com a mesma, independente do aprofundamento ou domínio da teoria, os autores destacam a "*acquisition*" como sendo responsável pela compreensão e capacidade de se comunicar. O estudo formal ou *language learning* como o termo sugere, refere-se ao estudo ou abordagem tradicional do ensino do idioma, retomando modelos como o da tradução e gramática, favorecendo um engessamento das atividades, da criatividade e espontaneidade. Schütz (2002) inter-relaciona a assimilação natural e o estudo formal, norteando uma crítica à polarização das abordagens de ensino recorrentes no desenvolvimento do ensino e aprendizagem da língua estrangeira, quando destaca em seu artigo:

Em primeiro lugar, devemos considerar que línguas, em geral, são fenômenos complexos, arbitrários, irregulares, repletos de ambiguidades, em constante mutação aleatória e incontrolável. Portanto, a estrutura gramatical de uma língua pode ser demasiadamente complexa e abstrata para ser categorizada e definida por regras.

Mesmo que algum conhecimento parcial do funcionamento da língua seja alcançado, o mesmo não se transforma em habilidade comunicativa. O que ocorre na verdade é uma dependência predominantemente contrária: compreender o funcionamento do idioma como um sistema e conhecer suas irregularidades, depende de familiaridade com o mesmo. Tanto regras como exceções só farão sentido e encontrarão ressonância quando já tivermos desenvolvido um certo controle intuitivo sobre o idioma na sua forma oral; só quando já o tivermos assimilado.

Krashen admite, por outro lado, que o conhecimento obtido por meio do estudo formal (*language learning*) pode servir para monitorar a fala. Krashen, entretanto, não especifica a língua que seria o objeto de estudo, mas é de se supor que estava se referindo e baseando suas inferências e conclusões no ensino de espanhol, cujo estudo e ocorrência como língua estrangeira predomina sobre outras línguas nos EUA e especialmente no estado da Califórnia, onde o Prof. Krashen reside e trabalha.

Torna-se, portanto, necessário investigar as características da língua-alvo, seus graus de irregularidade e dificuldade, e como estes afetam a aplicabilidade da teoria de Krashen. É necessário também analisarmos as

características de personalidade dos protagonistas da relação ensino-aprendizado e do ambiente em que esta ocorre. (SCHÜTZ, 2002, p.2).

Mesmo com toda evolução das abordagens de ensino e aprendizagem da língua estrangeira ao longo dos anos, o aspecto da interculturalidade traz um elemento determinante na motivação para o estudo da língua inglesa, mais especificamente, e no modo como se usa a língua. Walesco (2006) ao falar sobre a Abordagem Comunicativa, nos diz que

tal abordagem, até hoje norteadora da maior parte dos livros didáticos para o ensino de LE e presente na prática pedagógica de muitos professores de LE no Brasil, ainda negligencia a importância da reflexão inter (cultural) na sua concepção de competência comunicativa, já que a língua se apresenta como um meio, um instrumento de comunicação com o mundo. (WALESCO, 2006, p. 31).

De fato, relacionar o domínio dos códigos linguísticos, das regras do discurso, desenvolver competências gramaticais, ser psicofisiologicamente capaz de falar e escrever em inglês, não são suficientes para tornar a pessoa que deseja dominar a pronúncia e escrita da língua inglesa numa pessoa que efetivamente se comunica nesse idioma. É preciso se debruçar sobre como o conceito de comunicação se dá na atividade humana para entender a importância do inglês comunicativo, levando em consideração o enfoque deste idioma nas relações socioeconômicas mundiais. Walesco (2006) acredita que:

[...] é preciso perceber comunicação como um processo complexo que envolve interação entre realidades diferentes por meio do contato entre falantes, “sujeitos culturais específicos”, pertencentes a uma mesma cultura ou a culturas diferentes. Ao longo da história uma variedade de sentidos que cercam o adjetivo “comunicativo” e o conceito de “competência comunicativa” surgiram, sempre relacionados às tendências sociais e educacionais de cada momento. (WALESCO, 2006, p. 29).

A autora ainda nos permite analisar a importância de uma educação para o ensino intercultural da língua inglesa quando pondera que

além do objetivo primordial de promover reflexões interculturais, o ensino intercultural mantém ainda, o objetivo de alcançar o desenvolvimento e aprimoramento linguístico, o que significa estabelecer propósitos consistentes para as atividades que buscam o desenvolvimento das tradicionais “quatro habilidades linguísticas”. Para decodificar e transmitir significados é preciso mais do que saber organizar sons e palavras em uma dada estrutura. É necessário saber construir a mensagem, saber que é fortemente determinada pelo sistema sociocultural. Uma sentença gramaticalmente correta, como por exemplo “I can help you.” (eu posso ajudar você.) pode ter significados variados, inclusive opostos ao seu sentido literal, dependendo do contexto em que está inserida, do modo (tom de voz, gesticulação, etc.) como é produzida para refletir a intenção do falante, que está, por sua vez, inserido e submetido a um contexto sociocultural. (WALESCO, 2006, p. 34).

### 3.1.3 Inclusão sociocultural advinda do inglês

Embora outros idiomas ocupem as preferências no estudo da língua estrangeira no decorrer da história, nenhuma delas teve amplo alcance como a língua inglesa. Fatores como o *status* socioeconômico, colonialismo, deram a este idioma uma inserção inédita. Segundo Assis-Pettersson e Cox (2007) nunca o mundo precisou tanto de um idioma como precisa do inglês. Para além do *status* social e intelectual de falar uma língua estrangeira, falar inglês é capaz de inserir alguém em diversas camadas de interação cultural, criando novas identidades, conservando aspectos culturais de sua própria origem cultural assim como fazer parte de um fenômeno intercultural extraordinário, como que está se estabelecendo no cenário mundial.

Assis-Pettersson e Cox (2007) destacam a pressão existente para ser parte desse grupo falante do idioma que move o mundo globalizado:

Se, por um lado, podemos nos conectar usando a nossa língua materna, por outro, sabemos que o alcance de nossa voz terá a amplitude da língua que falamos. Isso nos coloca diante do imperativo “Aprenda inglês!”. Não importa a versão que damos para o fenômeno contemporaneamente notável da expansão do inglês em escala planetária, não importa se nos posicionamos como americanófilos ou como americanófobos, ou se compreendemos que a globalização é algo muito maior do que uma mera americanização do mundo, todos estamos conscientes da imprescindibilidade do inglês no tempo presente. (ASSIS-PETTERSON; COX, 2007, p. 10).

Bateman (2002) demonstra como o ensino intercultural da língua inglesa pode levar ela do *status* de ensino do código a uma língua inglesa comunicativa, que para além do enriquecimento de currículo para os aprendizes e identidade com os pares para os que a tem com língua franca, pode revolucionar a interação entre os povos.

Toda interação é multicultural por princípio, pois estamos constantemente cruzando fronteiras culturais. Assim, a competência comunicativa intercultural passa a ser vista como a habilidade em atravessar fronteiras, mediar entre duas ou mais identidades culturais e buscar compreender a cultura da língua estrangeira à sua, pela ótica do Outro. (BATEMAN, 2002, p. 320 apud MOTTA-ROTH, 2003, p. 4).

Sendo assim, haja vista o sempre constante processo de globalização, ou mundialização da língua e da cultura, a interação humana precisa nortear a aprendizagem da comunicação e da linguagem respeitando sua função. O falante da língua inglesa, como língua dominante nesse processo de mundialização, precisa ser capaz de usar o código linguístico, seu sentido e suas regras para promover a troca de identidades culturais. Embora muitas áreas do saber, verifiquem

que o "falar inglês" possa apresentar um risco a outros idiomas e culturas com menos influência socioeconômica nos assuntos mundiais, percebemos que com uma promoção do inglês falado intercultural é possível alavancar esse processo de acesso à informação e interação entre povos. Motta-Roth (2003, p. 7) traz uma importante discussão sobre ressalvas acerca da tentativa de adesão da língua inglesa como uma língua de todos os povos:

...é importante combater a naturalização do conceito de inglês como língua franca homogênea em uma sociedade globalizada e de uma cultura norte-americana e europeia hegemônica, fortalecendo conexões com outras culturas não-europeias para formar um repertório humano diversificado. (MESQUITA, 1998, p. 84-85).

É possível que o falar inglês seja veículo de vivências e intercâmbios em âmbito pessoal, profissional, acadêmico e principalmente cultural. A viabilidade de equilibrar a popularização da língua inglesa com a conservação da cultura e interesses de outras nações fica clara na ideia de Pennycook, (1995) que segundo Assis-Pettersson e Cox (2007):

[...] aposta numa linguística aplicada e numa pedagogia crítica que encarem o ensino-aprendizagem do inglês como "possibilidade" de os alunos se apropriarem da língua para formular contra discursos aos discursos e práticas que promovem desigualdade e dependência. A voz em inglês que o professor tentaria cultivar no aluno não seria aquela colada à voz britânica nativa ou à voz americana, treinada em aulas comunicativas, mas sim aquela que lhe permitiria escrever contra qualquer forma de dominação econômica, política, cultural e linguística de um país sobre os outros. (ASSIS-PETTERSON; COX, 2007, p.7).

Sendo então a aquisição de linguagem um fenômeno humano, Motta-Roth (2003, p. 2), se utilizando da leitura da antropologia, afirma que existe uma relação dialética, pois ainda que a comunicação seja um processo cultural, "ela possibilita a existência da cultura como sistema de crenças e valores compartilhados. Nesses termos, para conhecer a cultura é fundamental conhecer a língua, embora o inverso tenha sido questionado". Diante disso conclui-se que o inglês comunicativo tem um papel central no fenômeno geracional da interculturalidade nas relações. Ainda mais relevante esse papel se torna, quando se pensa na possibilidade de resgatar as características de povos colonizados, imigrantes que adquirem o inglês como segunda língua, e também das gerações que já adquiriram esse idioma como língua materna, mesmo não sendo a língua-mãe nos países de onde seus pais vieram. Seria a língua inglesa comunicativa um dos principais veículos desse processo global, junto à internet e às novas tecnologias de comunicação. Como bem destacado por Kalva (2012, p. 13) a língua inglesa se mostra essencial em um "processo de fragmentação identitária, porque além de propiciar que pessoas de diferentes origens se comuniquem e vejam o outro, trazem consigo suas identidades e a incorporam na língua".

### 3.2 O MUNDO DO TRABALHO NOS DIAS ATUAIS

A relevância da língua inglesa não está limitada apenas ao intercâmbio sociocultural, mas, principalmente atua como um dos principais veículos no processo da globalização, agindo como ponte na comunicação das inter-relações sociais e econômicas em todo o mundo. Na realidade do turismo, o domínio da língua inglesa é de extrema necessidade, visto que o profissional da área tem alta probabilidade de se deparar com falantes provenientes de outros países onde o inglês é língua mãe, ou ainda, quando é utilizado como segunda língua. Nessa parte do trabalho, estamos imbuídos em tratar do mercado de trabalho, na ótica do turismo, levantando questões pertinentes para o exercício da profissão, como o domínio de uma língua estrangeira, fazendo um paralelo à língua inglesa como instrumento favorável em resposta às demandas na função do profissional de turismo. Para que possamos fazer essa abordagem, vemos a necessidade de discorrer em termos sociológicos o mundo do trabalho.

Discutiremos, assim, em primeira instância, através do olhar social de alguns autores, assuntos ligados ao trabalho numa perspectiva teórico-histórica.

O processo de transição do comportamento e da questão de trabalho e mão-de-obra no decorrer da história, partiu de uma esfera local, migrando para a leitura globalizada, onde o aperfeiçoamento das tecnologias agregou uma maximização da capacidade e do esforço da interação do capital e trabalho.

No ponto de vista social, de acordo com Durkheim (1967) esses movimentos de ruptura que ocorreram foram anormais, fazendo com que o processo de transição para a industrialização e urbanização causasse um colapso da solidariedade mecânica, e à medida que esse fato expandia as especializações das tarefas, uma nova solidariedade se estabelecia chamada pelo autor de solidariedade orgânica. Sinteticamente, podem ser analisadas no Quadro 1, as principais características de cada tipo de solidariedade.

Quadro 1 - Tipos de Solidariedade

MECÂNICA	ORGÂNICA
Sociedade Simples	Sociedades Complexas
As funções sociais dos indivíduos são semelhantes	As funções sociais dos indivíduos são especializadas e interdependentes
Não há significativa divisão social do trabalho	A divisão social do trabalho é bastante complexa
Predomínio de mecanismo de coerção, imediata, violenta e punitiva.	Predomínio de mecanismos de coerção formais, exercido de forma mediada.
Predomínio do Direito punitivo	Predomínio do Direito restitutivo
Sociedade economicamente simples	Sociedade economicamente complexa.

Fonte: (<http://cafecomsociologia.com/2011/01/solidariedade-mecanica-e-solidariedade.html>).

Em contrapartida, Marx (2004) percebe essa esfera de conflitos sociais e suas derivações, como fatos inerentes a sociedade e que são esses mesmos que produzem a história. Weber (2004), ao contrário de Marx, não vê o capitalismo com um poder das relações sociais, que surge por força dos meios de produção. Segundo Weber, o capitalismo se tornou uma 'força' porque já estava presente e havia se desenvolvido no 'modo de vida' da sociedade. Trata-se de uma atitude frente à vida (individual e coletiva) a racionalidade que o ocidente desenvolvera e foi o facilitador do triunfo capitalista.

A égide dessa interpretação social clássica da relação do trabalho permite-nos elucidar os critérios para o entendimento do mundo do trabalho contemporâneo

[...] a circulação e a produção formam um só conjunto, de um modo que remove as fronteiras entre o uso e a criação. Os valores capitalistas tendem a se articular e fundir no conjunto dos processos sociais e se traduzem, notadamente, por uma nova forma de utilizar o tempo, a qual põe em cheque a distinção entre tempo de trabalho e tempo de consumo. O tempo humano se torna totalmente econômico, atenuando a fronteira entre produção social e produção econômica. (IZERROUGENE, 2010, p. 688).

Toda complexidade intelectual do trabalho é fundamental para o processo inovativo, propulsor que leva a teoria econômica a balizar o trabalho homogêneo e considerá-lo como capital humano (IZERROUGENE, 2010 *apud* PRESCOTT, 1986, SUMMERS, 1986, MANKIW, 1989) descreve que “Nas teorias do crescimento econômico, os maiores avanços das últimas décadas se devem aos modelos que buscam integrar as condições do trabalho vivo complexo na unidade do ato produtivo e na continuidade do processo de valorização”. Portanto,

acrescido a isso os modelos de crescimento endógenos não são determinados puramente por variáveis nominais como moeda, controle da inflação, geração de emprego e renda, mas sim, explicados por mudanças tecnológicas.

Neste aspecto, Milton Santos (SANTOS, 1993, p.16; RIBEIRO, 2002, s.p) contribui fortemente, pois afirma que “quem se globaliza mesmo são as pessoas”, corroborando a isso, Izerrougene (2010) completa que o trabalho complexo intelectual se torna tão importante nos novos processos de difusão da inovação que leva a teoria econômica a distingui-lo do trabalho homogêneo e considerá-lo como capital humano. E que “O trabalho complexo ou qualificado se apresenta como resultado de um capital investido na formação do trabalhador, o qual o disponibiliza mediante uma renda.” (IZERROUGENE, 2010, p. 694).

### 3.3 CENÁRIO ECONÔMICO DO MERCADO DE TRABALHO NOS DIAS ATUAIS DO BRASIL

Migrando para uma interpretação contemporânea da realidade brasileira, investigando os ciclos temporais da economia e a evolução do trabalho tem que, alguns fatores interpolaram e alguns pontos se destacaram na conjectura no Brasil, como ausência de políticas públicas e sociais efetivas, acelerada mudança demográfica e excesso de mão de obra. Dessa conjuntura resultou cenário de desigualdade de renda e a expansão do trabalho informal que explica a gênese do mercado de trabalho brasileiro a partir do período de industrialização e que permite analisar as mudanças recentes no setor em face do cenário contemporâneo atual (OLIVEIRA, 2017).

O mercado de trabalho no Brasil se caracteriza em primeiro ponto pelo excedente estrutural de mão de obra, ou seja, é um mercado de trabalho que, ao longo do seu processo de constituição e de estruturação, sempre contou com uma oferta muito grande de trabalhadores. Isso está ligado a alguns fatores histórico-estruturais da economia brasileira, como por exemplo, a grande concentração fundiária (COSTA, 2010, p. 171-173), (OLIVEIRA, 2017).

Ao longo do desenvolvimento econômico brasileiro, e principalmente no século XX, ocorreu o êxodo rural para cidades. Avaliando historicamente, vale destacar a questão da abolição da escravatura e da transição para o trabalho assalariado (LOBO, 2017, sp), ou seja, uma parcela grande dessa população que exercia seu trabalho sob a escravidão não teve o suporte necessário, por meio de políticas públicas, para se inserir no mercado de trabalho, gerando oferta de mão de obra (MARINGONI, 2011, sp).

Outro componente é a expansão demográfica da população criando excedente de oferta de trabalhadores. Entre 1929 a 1979, a América Latina e o país passaram por um forte processo de industrialização, transitando de uma economia agrária exportadora para uma economia de base urbano-industrial (CANO, 2015, p. 445). Nesse momento histórico, mesmo havendo advento do crescimento industrial e a transição citada, se demonstrou insuficiente para o atendimento global gerando heterogeneidade expressiva no mercado de trabalho.

No período entre 2004-2014 notamos transformações relevantes neste mercado, sem que houvesse o rompimento estrutural histórico já detalhado. Porém, vale ressaltar uma primeira mudança que foi à redução das taxas de desemprego. Essencialmente a partir de 2006, compreendeu-se redução significativa dessa taxa no Brasil, saindo de um patamar na casa de dois dígitos para cerca de 5%. Em correlação (JANNUZZI, 2015, p. 29) incrementa a análise da seguinte forma:

A evolução do rendimento domiciliar per capita neste período, em especial após 2003, se deveu certamente à dinâmica do mercado de trabalho – com queda do desemprego e formalização da mão de obra –, ao aumento do valor real do salário mínimo e também ao acesso crescente aos benefícios da Previdência Social e de programas sociais como o Programa Bolsa Família e o Benefício de Prestação Continuada. (BPC).

Dando sequencia à análise do crescimento econômico a partir de 2000, e dividindo em partes, sendo a primeira conforme Paiva (2008, p. 435), que “A partir de 2003, a conjuntura externa foi excepcionalmente favorável, contribuindo decisivamente para a correção dos desequilíbrios externos.” Ou seja, o boom de *comodities* no mercado externo, que beneficiou diretamente a balança comercial brasileira. E em segundo momento, política de expansão do consumo das famílias com uma política fiscal expansionista, com gastos públicos elevados juntamente com o crescimento de investimentos privados (MOURA, 2015, p. 84-94). Todos esses fatores colaboraram para que a taxa de desemprego reduzisse.

### **3.3.1 Setor do turismo na economia brasileira**

Segundo Ricco (2012)

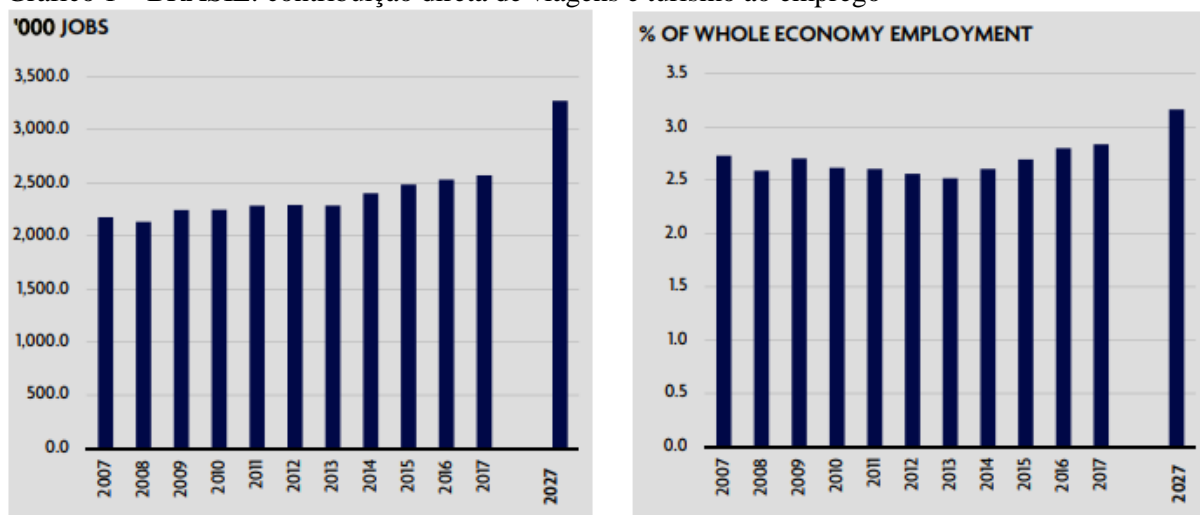
[...] na atual sociedade pós-industrial, o setor de serviços ultrapassou a indústria como principal atividade econômica, e o turismo tornou-se, no setor de serviços, a atividade que mais cresce no mundo. Em virtude de um de seus elementos essenciais – o deslocamento de pessoas – impulsiona a globalização, acelerando a interação social global. (RICCO, 2012, p. 169).



No mercado do turismo, estudos anuais apresentados pelo *World Travel & Tourism Council* (WTTC)<sup>4</sup> mostram os resultados do desempenho da atividade no mundo, regiões e países e que no Brasil esse setor gerou 2.530.500 empregos diretamente em 2016 (2,8% do emprego total). Isso inclui emprego por hotéis, agências de viagens, companhias aéreas e outros serviços de transporte de passageiros. Também inclui, por exemplo, as atividades das indústrias de restauração e lazer diretamente apoiadas pelos turistas.

A contribuição total do Turismo para o emprego (incluindo os efeitos mais amplos do investimento, a cadeia de suprimentos e os impactos da renda induzida) foi de 7.003.000 empregos em 2016 (7,8% do emprego total). No gráfico 1, a WTTC apresenta uma série histórica de 2007 a 2017, prevendo em 2027 incremento na ordem anual de 2,4% chegando em 2027 a representar 3,2% do total de empregos no Brasil.

Gráfico 1 – BRASIL: contribuição direta de viagens e turismo ao emprego



Fonte: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/brazil2017.pdf>.

Conforme Braga (2015) o turismo no ano de 2014 movimentou R\$ 492 bilhões no Brasil, ano da Copa do Mundo realizada no país e entre atividades diretas, indiretas e induzidas, esse montante no mercado de trabalho representou 9,6% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Quando considerada apenas a contribuição direta, a participação do turismo no PIB brasileiro foi de 3,5% (R\$ 182 bilhões). O documento da (WTTC, 2015) aponta ainda que o Brasil estava em nono lugar entre as economias do turismo no mundo em 2014, e respondeu por 8,8 milhões de empregos diretos e indiretos no país, ou 8,8% do total de postos. O

<sup>4</sup> O WTTC - Conselho Mundial de Viagens e Turismo é um fórum para a indústria de viagens e turismo. É composto de membros da comunidade de negócios global e trabalha com os governos para aumentar a conscientização sobre o setor de viagens e turismo. Foi fundado em 1990 e sua sede fica em Londres, Reino Unido.

setor movimentou US\$ 7,6 trilhões no mundo em 2014, o que representa 10% de toda a riqueza gerada no período. Além disso, o setor é responsável por 277 milhões de empregos, ou um a cada 11 na economia global.

O setor de serviços, ao qual o turismo está enquadrado tornou-se central no paradigma do comércio internacional, estando em evidencia e indicando que o mesmo deverá continuar em expansão, sendo iminente que o Brasil atue de modo contundente para ampliar a competitividade das empresas que atuam no setor, pois possui capacidade para prover agregação de valor aos demais setores (MDIC, 2017).

Estimativas da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) indicam que o comércio de serviços diretos (serviços finalísticos) e serviços indiretos (serviços insumos) representam entre 50% e 60% do valor total do comércio exterior nos países desenvolvidos. Em 2015, segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC), a corrente de comércio de serviços no mundo atingiu o patamar de US\$ 9,36 trilhões (MDIC, 2017).

Para Rua (2006) todas essas potencialidades não se concretizam sem ação efetiva e que o turismo exige uma ampla rede de processos que abrangem questões logísticas e de atividades consistentes de natureza multissetorial e interssetorial característica de um mercado competitivo. E essa competitividade está relacionada à educação e capacitação do capital humano inserido no setor, para tanto se faz necessário analisar o profissional de turismo em uma região altamente preponderante, como é o caso do estado da Bahia que apresenta características dependentes e vantagens competitivas no cenário nacional.

#### 3.4 A RELEVÂNCIA DA LÍNGUA INGLESA NO MERCADO DE TRABALHO: SETOR DO TURISMO

Para atingir a compreensão da importância da aprendizagem de língua inglesa, assim como qualquer outra língua estrangeira, para a formação do profissional de turismo, é necessário perpassar pelas bases que regulamentam e norteiam a formação desses profissionais e sua atuação no mercado de trabalho. Dentre essas bases pode-se mencionar a Portaria 100/2011 do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011), que dispõe sobre a classificação dos meios de hospedagem. Segundo essa portaria, meios de hospedagem com classificação três estrelas necessitam contar com recepcionista bilíngue no período de no mínimo doze horas. Meios de hospedagem com classificação a partir de quatro estrelas necessitam contar com recepcionista trlíngue, pelo menos em dois turnos e bilíngue no período noturno. Para essas categorias de meios de hospedagem devem ter em seu quadro de funcionários alguém com

conhecimento de um idioma instrumental em meios de hospedagem e telefonista bilíngue. Além disso, o meio de hospedagem deve contar com serviços como conexão a internet nas áreas sociais, *business center*, serviço de suporte em tecnologia de informação, serviço de secretariado, página na internet em português e mais um idioma para hotéis ou meios de hospedagem a partir de três estrelas (MACIEL ; ONOFRE, 2015)

Tais exemplos já denotam a necessidade do domínio de uma língua estrangeira dentro do contexto profissional do turismo construída durante a formação desses profissionais. Some-se a isso o fato de que a maioria das palavras técnicas na área de turismo vem do inglês, como: *check in, check out, overbooking, no show, upgrade, travel check, front desk* dentre outras.

Considerando-se a relação intrínseca entre o deslocamento geográfico de pessoas oriundas de diversas partes do mundo e o conceito de turismo em si, fica evidente a necessidade de comunicar-se de maneira eficiente a fim de suprir as necessidades e desejos do turista. O processo de globalização e sua intensificação com o passar do tempo direcionam o processo de troca de informações entre viajantes e prestadores de serviços para a interação em língua estrangeira.

Um movimento político-econômico e cultural que descreve as várias mudanças sociais, causando grandes impactos nas relações humanas, pois desestabilizam centros existentes de segurança, influência na organização do mercado, na produção e na difusão de formas culturais. (MACIEL, 2013, p. 43).

Essa definição ecoa na natureza social do turismo, tornando espontânea o intercâmbio entre culturas e os seus reflexos nos âmbitos social e econômico – especialmente tratando-se de turismo internacional. Assim, como o turismo influencia é parte inerente do processo de globalização, a comunicação em língua estrangeira é intrínseca à atividade turística e, conseqüentemente, à formação do profissional de turismo.

Fatores históricos, econômicos e políticos colocaram a língua inglesa como língua franca para a compreensão internacional nos âmbitos científico, tecnológico, político e, naturalmente, econômico. Dentro da atividade turística não havia de ser diferente. Saber inglês torna-se um requisito *sine qua non* para o profissional que se aventura a prestar serviços em turismo dado fluxo internacional de pessoas para fins de lazer (Maciel e Onofre, 2015).

Tão necessário é o domínio de língua inglesa nos tempos atuais, quando se fala de contextos profissionais em que a comunicação internacional se faz presente, como é o caso do turismo, que há quem lance olhar para o bilinguismo enxergando-o como a nova alfabetização. Se no passado analfabeto era aquele que não possuía as habilidades de leitura e escrita, ficando

assim, à margem do mercado, atualmente o monolíngue ocupa esse espaço, caindo na categoria de analfabeto funcional – “aquele que mesmo dominando a escrita e leitura da sua língua, não possui as habilidades necessárias para satisfazer as demandas do seu dia-a-dia e se desenvolver pessoal e profissionalmente” (SILVA, 2010 p. 26). Comparando o analfabetismo em tempos progressos e atuais, Schütz (2010) faz a seguinte análise:

O analfabetismo era comum na Idade Média. Quando um rei precisava comunicar-se com outro, contratava um escriba para desenhar a mensagem em linguagem escrita. É fato sabido, por exemplo, que Carlos Magno, no século VIII, era analfabeto. A inexistência da imprensa dificultava a padronização da ortografia, fazendo da escrita uma arte complexa. A arte de bem escrever era uma habilidade profissional especializada, ao alcance de poucos. Esta talvez seja a razão pela qual em 1500 a expedição portuguesa sob o comando de Pedro Álvares Cabral trouxe Pero Vaz de Caminha como escrivão da armada. Por volta de 1700 o índice de pessoas alfabetizadas na Europa era de apenas de 30 a 40 por cento. Esse mesmo índice, por volta de 1850, já era de 50 a 55 por cento, enquanto que durante a segunda metade do século 19 a habilidade de escrever tornou-se uma qualificação básica do ser humano. No século 20 o analfabetismo tornou-se definitivamente uma deficiência intolerável em qualquer plano social, em qualquer profissão. Um analfabeto nos países desenvolvidos de hoje seria uma pessoa totalmente marginalizada.

E declara:

O que aconteceu com a habilidade de ler e escrever, está começando a acontecer com a habilidade de se dominar uma segunda língua. Se compararmos a importância de se falar uma língua estrangeira 50 anos atrás com a necessidade hoje de a pessoa ser bilíngue, pode-se facilmente entender a ameaça que o monolinguismo representa e imaginar o problema em que se constituirá quando nossos filhos tornarem-se adultos e ao assumir este papel de língua global, o inglês torna-se uma das mais importantes ferramentas, tanto acadêmicas quanto profissionais. É hoje inquestionavelmente reconhecido como a língua mais importante a ser adquirida na atual comunidade internacional. Este fato é incontestável e parece ser irreversível. O inglês acabou tornando-se o meio de comunicação por excelência tanto do mundo científico como do mundo de negócios. (SCHÜTZ, 2010 s.p).

A aquisição de língua inglesa, torna-se, desta maneira uma ferramenta essencial para os profissionais de turismo seja na graduação, pós-graduação e na atuação profissional. Para Rocha (2010), a crescente internacionalização dos mercados fez com que o inglês se tornasse a língua mais usada no mundo dos negócios, transformando a língua em não apenas uma ferramenta desejável ao profissional, mas transformando-a num ícone da sobrevivência global. No entendimento de Rocha (2010):

O fenômeno da súbita globalização do mundo e da conseqüente necessidade de uma linguagem eficiente de comunicação é um fato que não depende de nele acreditarmos ou não. Sendo assim, aprender um idioma se tornou uma necessidade básica para profissionais de diversas áreas e para aqueles que se preparam para ingressar em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo. O domínio de idiomas significa

crescimento, desenvolvimento e, acima de tudo, melhores condições de acompanhar as rápidas mudanças que vêm ocorrendo nesse novo e tecnológico século. (ROCHA, 2010 s.p).

A habilidade comunicativa em qualquer idioma se assemelha menos a uma natureza engessada como um bloco, que está ou não está presente, e mais a algo de natureza fluida, que varia em níveis e gradua-se em faixas de empregabilidade de maior ou menor eficácia. Dessa maneira, percebe-se uma mudança de apenas “saber inglês” para uma compreensão do *status* de quem fala inglês. Segundo Maciel (2013), a sociolinguista Kachru apresenta um modelo de divisão dos anglófonos em três círculos circunscritos em si. No círculo interno (MACIEL, 2013 p. 50) encontram-se os falantes pertencentes à tradição monolíngue, conectados à primeira diáspora britânica e compostos por falantes de maioria branca, como por exemplo, ingleses, estadunidenses e australianos; O círculo intermediário, chamado por ela de círculo externo se relaciona à segunda onda da diáspora britânica, conectada com a expansão marítima e o colonialismo, levando a língua inglesa a diversas terras como é o caso da Índia e países da África. Nesse caso, a língua inglesa misturou-se a línguas e dialetos locais e ganhou *status* de língua oficial e foi considerada como língua materna, mas, por vezes, criando um novo dialeto *pidgin* ou crioulo; O terceiro e último círculo, identificado como círculo em expansão é o que abriga os profissionais de turismo, uma vez que é composto por falantes de qualquer parte do mundo que interagem com pessoas de qualquer parte do mundo para fins de comércio, prestação de serviços de acolhimento, dentro de um contexto globalizado.

A relação entre turismo e língua inglesa se estabelece não só devido à necessidade de uma língua franca imposta pelo processo de globalização. Curiosamente ou não, o início do turismo moderno é atribuído a um deslocamento de pessoas para a Inglaterra, que levou o inglês para outros países que se tornaram economicamente proeminentes. Dias (2008) quando discorre sobre o turismo internacional, afirma o seguinte:

Ao afetar direta ou indiretamente diversos setores da economia, torna-se poderoso instrumento de desenvolvimento, abrindo a possibilidade de geração de um número significativo de empregos diretos e indiretos (dos mais qualificados ao menos) e um sem-número de postos de trabalho. O turismo pode ser considerado hoje uma das poucas alternativas à destruição do emprego tradicional devido às mudanças tecnológicas e à globalização, junto com a redução da jornada de trabalho. É um setor em que coexistem desde grandes multinacionais até milhares de pequenas empresas familiares. O fenômeno turístico é relativamente recente. Em sua versão moderna, surgiu na metade do século XIX quando, em 1841, Thomas Cook organizou uma viagem para levar um grupo de 570 passageiros para participar de um congresso em Longborough, Inglaterra. Esse acontecimento, praticamente, marca o início da época moderna do turismo e o surgimento dos grupos organizados com fins lucrativos. No restante do século, esses deslocamentos acentuaram-se, primeiramente dentro de seus

próprios países (turismo interno); posteriormente, cresceu o turismo internacional. (DIAS, 2008, p.10).

Dias (2008) defende que o turismo, tal qual se configura hoje, converteu-se na atividade econômica mais importante do mundo. Essa atividade, propiciada pelas mudanças advindas da Revolução Industrial, instituiu na sociedade um modelo econômico voltado para a geração de renda (SILVA, 2010). No Brasil isso é evidente, por exemplo, no recorde de entrada de turistas estrangeiros atingido no ano passado, segundo o MinTur (Ministério do Turismo). Segundo dados divulgados por ele, no ano dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, 6,6 milhões de estrangeiros visitaram o país durante todo o ano de 2016. Tais visitantes internacionais são, em sua maioria provenientes da Argentina e seguidos por Chile, Paraguai, Uruguai, França, Alemanha, Itália, Inglaterra, Portugal e Espanha. Isso representou um aumento de 4,8% em relação ao ano anterior e uma injeção total de R\$ 21 bilhões na economia nacional, superando os gastos realizados no ano anterior. Comparados ao contexto internacional, os números se apresentam como extremamente positivos, quando justapostos aos números obtidos pela Inglaterra, país a sediar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos antes do Brasil. Lá o crescimento do 0,92% de 2011 para 2012 e nos anos subsequentes, de 5% (BRASIL, 2017).<sup>5</sup>

Percebe-se, ao refletir sobre os dados apresentados acima, que o Brasil tem janelas de oportunidade para geração de renda, como grandes eventos esportivos, e um potencial massivo para vários segmentos turísticos, dada a diversidade de recursos naturais e patrimônio imaterial encontrado ao longo de todo o seu território. Basta apenas que os profissionais estejam capacitados para acolher a demanda turística que se apresenta. Isso pressupõe um trabalho de planejamento arquitetado por indivíduos formados em turismo e acima de tudo, capazes de comunicar-se em língua inglesa de maneira satisfatória a diminuir a incidência de ruídos de comunicação e desconforto relacionado a mal-entendidos. Assim sendo, resta apenas pensar a educação para o turismo não apenas do ponto de vista técnico de forma a desenvolver habilidades de acolhimento e satisfação dos turistas e visitantes, mas também no ensino de língua estrangeira – especialmente língua inglesa – de maneira eficaz e o atingimento de níveis satisfatórios da competência comunicativa.

---

<sup>5</sup> Dados do Ministério do Turismo do Brasil. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7391-brasil-registra-recorde-na-entrada-de-turistas-estrangeiros.html>>. Acesso em 05 de setembro de 2017.

### 3.5 A CIDADE DE SALVADOR E AS ÁREAS DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE TURISMO

Salvador, capital do Estado da Bahia, é a terceira maior cidade do país em número de habitantes e a maior do Nordeste, com 2.938.092 habitantes em 2016, segundo uma estimativa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2016). A vocação natural para o turismo que Salvador possui é, de veras, notória. Sendo a primeira capital do Brasil, Salvador conta com um patrimônio material e imaterial singular. A diversidade de culturas que nela se misturaram ao longo dos séculos atrai pessoas do mundo inteiro através das suas mais diversas traduções nos modos de ser e fazer, bem como nos registros documentais e patrimoniais: mais de 800 casarões dos séculos XVII a XVIII, documentos e artefatos que remontam o período colonial, música, dança e culinária com fortes influências das vertentes populacionais mais expressivas no processo de construção do povo brasileiro. Some-se a isso os mais de 50 quilômetros de orla composto por praias urbanas balneáveis e equipamentos turísticos à beira-mar, bem como as ilhas que são parte de seu território e que ainda preservam comunidades tradicionais, fauna e flora nativas margeando belíssimas praias (BAHIATURSA, 2005).

Uma vez considerada a vocação para o turismo em Salvador, compreende-se porque o fluxo turístico nessa cidade é expressivo, chegando a comportar mais de 2 milhões de turistas em alta temporada. O turismo constitui parte importante dos serviços prestados na cidade, considerando-se o fluxo turístico na Bahia e principalmente em sua capital. Justifica-se, assim, o fato de o setor de serviços se destacar como o maior gerador de recursos na cidade, representando 59,77% do Produto Interno Bruto (PIB) do município, apresentando um valor correspondente a R\$ 31.478.672,09 no ano de 2013<sup>6</sup>.

Esse cenário é apenas um recorte do panorama macro, já que, de acordo com novos dados divulgados pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), a atividade movimentou R\$ 492 bilhões no Brasil em 2014, entre atividades diretas, indiretas e induzidas, o que representa 9,6% do PIB nacional. Ressalta-se assim, portanto, a capacidade que tem o turismo de gerar novos empregos e impactar mercados financeiros inteiros.

---

<sup>6</sup> Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus – SUFRAMA. Disponível em: <<https://goo.gl/pXaYv5>>

### 3.5.1 O mundo do trabalho dentro da perspectiva do turismo

A importância da alocação de profissionais capacitados em turismo encontra apoio nas ideias de Ignarra (2002), que afirma que o turismo é “uma atividade econômica de prestação de serviços, que tem nos recursos humanos seu principal elemento” (IGNARRA, 2002 apud SANTOS, 2015 p. 14). Assim, sendo, a atividade turística – levando-se em consideração uma definição que abarque não só o movimento de pessoas dentro do espaço, mas também os aspectos intangíveis correlatos às vivências que ele proporciona – pressupõe o trabalho conjunto de entidades que funcionem em harmonia entre si. Para que esse objetivo seja atingido, é necessário planejamento feito por profissionais treinados e capacitados para isso, afinal, segundo Trigo (2003 p. 185) o turismo também envolve “deslocamento, concentração, atrativos, equipamentos e serviços, além da carga emocional e psicológica intrínseca”.

É notória, no entanto, a discrepância entre a quantidade de profissionais formados em turismo que egressam das instituições de ensino superior e o montante de profissionais de turismo com formação afim. Falar sobre atuação profissional sem abordar mercado de trabalho seria algo extremamente difícil, uma vez que na sociedade atual atuação profissional é um termo que se equipara a trabalho e esse, por sua vez, encontra-se atrelado ao conceito moderno de mercado. Santos (2015) estabelece a diferença entre os termos “trabalho” e “mercado” trazendo luz para a sua natureza econômica nos tempos atuais. Ainda assim, afirma que “isso é pouco para representá-lo já que é, antes de tudo, um espaço de socialização do indivíduo, sendo este quem materializa o mercado (SANTOS, 2015, p. 23).”

Tais ideias encontram apoio também no pensamento de Marx (1983):

no fim do processo de trabalho, obtém-se um resultado que, já no início, deste existiu na imaginação do trabalhador, idealmente. Ele não apenas efetua uma transformação da forma da matéria natural; realiza, ao mesmo tempo, na matéria natural seu objetivo, que ele sabe que determina, como lei, a espécie e o modo de sua atividade e ao qual tem de subordinar sua vontade. (MARX 1983, p. 149-150 apud SANTOS, 2015 p. 24).

Isso denota que o trabalho, em sua natureza, ultrapassa o aspecto econômico, imbricando em seu conceito, a dimensão social. Dessa maneira, as ações desenvolvidas no “mercado de trabalho” afetam a sociedade auxiliando ou não o seu equilíbrio e bem-estar. Daí a necessidade de clarificar algumas definições.

Uma dessas definições apresenta-se no termo “emprego”, que, segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), é uma situação de trabalho definida como um conjunto de atividades desempenhadas por uma pessoa, com ou



sem vínculo empregatício (BRASIL, 2014). Essa relação pressupõe a interação entre o indivíduo que presta um determinado serviço e uma organização ou pessoa física que o paga para tal.

Outro conceito importante a ser mencionado é o conceito de “ocupação”, que, de acordo com o Dicionário de Ciências Sociais (SILVA, 1968, p. 829), “A ocupação de uma pessoa é a espécie de trabalho feito por ela, independente da indústria em que esse trabalho é realizado e do status que o emprego confere ao indivíduo.” Para o MTE, a CBO surge no momento que se agrega empregos ou situações de trabalho similares (BRASIL, 2014), tornando ‘ocupação’ “um conceito sintético, não natural, artificialmente construído pelos analistas ocupacionais” (BRASIL, 2009, p. 6).

Considerados alguns conceitos-base e suas implicações no cenário atual, é importante ressaltar que este trabalho foca a atuação de turismólogos, parte da população economicamente ativa que estão desenvolvendo atividade produtiva e aqueles que estão buscando inserção no mercado de trabalho.

Ao se pensar turismo com atividade econômica, percebe-se que esta é uma atividade considerada como recente quando comparada a atividades mais tradicionais. A designação da atividade de modo similar ao que conhecemos hoje tem o seu início no século XVIII. Segundo Moesch (2002) o termo *tour* aparece em documentos na Inglaterra, no ano de 1760. Permitiu-se indicar a etimologia do termo no latim com *tornus* (substantivo: torno) e *tornare* (verbo: redondear, tornear, girar). Acredita-se que o *turn* (origem britânica), de 1746, cedeu lugar, em 1960, ao *tour* (de origem francesa) como é atualmente conhecido. “A primeira ocorrência registrada da palavra turismo data de 1800, e consta no Pequeno Dicionário de Inglês Oxford que a conceitua como: A teoria e prática de viajar, deslocar-se por prazer [...]”, segundo Santos (2015, p. 33).

Em termos de definição do termo, encontra-se o primeiro registro cunhado por um economista austríaco chamado Hermann Von Schullern zu Schrattenhofen, que escreveu que o “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de determinado município, estado ou país”. (SCHRATTENHOFEN apud BENI, 2003, p.34).

Após isso, outras definições ganharam proeminência nos estudos sobre o turismo, como por exemplo a do mexicano Oscar de La Torre:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para

outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE, 1992).

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o termo da seguinte maneira:

São as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, por negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado. (OMT, 2001).

O real início da atividade turística ainda é controverso. Alguns estudiosos consideram que o seu início remonta os primórdios da humanidade, uma vez que o homem era supostamente nômade, deslocando-se pela superfície terrestre em busca de alimento, a exemplo de registros de que humanos que habitavam os pirineus franceses viajavam até o mar e retornavam (LEAKEY, 1985 apud BARRETTO, 1995). Outros autores atribuem o início da atividade ao período helênico com as viagens realizadas para assistir aos jogos olímpicos

Seja por questões de lazer, devoção, subsistência ou outra qualquer, o conceito de turismo está sempre ligado ao deslocamento de humanos para atender uma necessidade. De modo geral, pode-se afirmar que o profissional de turismo precisa estar pronto para atender à necessidade daquele que se desloca do seu local de residência em busca de algo, encontrando na satisfação do viajante, a realização plena da sua função.

A definição atual da OMT apresenta o Turismo como “o deslocamento para fora do local de residência por período maior que 24 horas e inferior a 60 dias motivado por razões não-econômicas.” (SANTOS, 2015 p. 36). O comprimento de tais fatores condicionantes pressupõe a prestação de serviços turísticos para o indivíduo que realiza o deslocamento.

### **3.5.2 Conhecendo o papel do profissional no turismo**

Segundo Ignarra (2002, p.34), são exemplos de serviços turísticos os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, o serviço dos agentes de turismo, os transportes incluindo a locação de veículos e embarcações, os espaços para realização de eventos e demais empresas que tragam benefícios diretamente aos turistas ou aos empreendimentos turísticos. Os serviços mencionados pressupõem uma natureza acolhedora do turista. Portanto, o profissional que se predispõe a prestar serviços turísticos deve estar preparado não só para servir, mas também para criar uma atmosfera acolhedora para o turista a fim de atender as suas

necessidades. Conforme Avena (2008) essas capacidades devem estar pautadas na compreensão de aspectos psico-sociais, históricos, econômicos e culturais.

Para Avena (2008) a ideia de viagem está intrinsecamente relacionada à ideia de acolhimento, sendo este último um elemento indispensável para a satisfação do primeiro.

a palavra “acolher” vem do verbo com o prefixo “a” e nela há a ideia de ação e de vontade e, como na colheita, o acolhimento é um ato voluntário. No sentido figurado ele significa, também, concordar, aceitar e está muito próximo do sentido da palavra recolher. Na ideia de acolher/acolhimento existe a de reunião, hospitalidade e caridade. (AVENA, 2008, p. 412).

Gouirand (1994) expressa ideias que forneceram base para as de Avena (2008) no tocante à indissociabilidade entre acolhimento e satisfação do viajante quando diz que

o acolhimento é uma mediação que compreende um conjunto de atitudes, de gestos, e de coisas que fazem passar uma pessoa ou uma ideia do exterior para o interior de um lugar ou de uma comunidade e que transforma o estranho em uma pessoa ou uma ideia, conhecida e aceita. É na realidade um fato social. (GOUIRAND, 1994, p.11).

Daí pode-se perceber a necessidade de ter como pressuposto comum na formação do profissional de turismo a ideia de que o turista é um ser bem-vindo e desejado, devendo, por isso, ser bem acolhido e incorporado ao novo local através das três categorias do acolhimento: reconhecimento, hospitalidade e cuidado. A consistência do acolhimento também se explicita nas palavras de Gouirand (1994), quando define acolhimento como

Um ato voluntário que introduz um recém-chegado ou um estranho em uma comunidade ou um território, que o transforma em membro desta comunidade ou em habitante legítimo deste território e que, a este título, o autoriza a beneficiar-se de todas ou parte das prerrogativas que se relacionam com o seu novo status, definitivo ou provisório. (GOUIRAND, 1994, p. 180).

O acolhimento, dessa maneira, não pressupõe uma postura psicológica inferiorizada e submissa, mas uma postura consciente que leve em conta a dimensão sociocultural e conhecimento dos elementos que constituem uma prestação satisfatória não do ponto de vista do contexto do profissional, mas sim do viajante. O termo acolhimento preconiza uma postura genuinamente voluntariosa e disposta ao agrado do turista, justapondo-se ao servir de maneira intercomplementar.

### 3.5.3 Campo de atuação do profissional de turismo

Ainda mais vastas que as possibilidades de segmentação do turismo são as possibilidades de inserção do profissional de turismo no mercado. O profissional pode trabalhar em agências, meios de hospedagem, em companhias de transporte, no setor de eventos, docência, planejamento turístico, alimentos e bebidas, lazer e recreação, dentre outros.

A multiplicidade de áreas de atuação fornece lastro para a necessidade de uma formação ampla e eficaz para que o profissional seja capaz de, segundo Oliveira (2000 apud SANTOS, 2015),

- a) Fazer uso das funções administrativas de forma produtiva, parcimoniosa, sistemática, continuada, que considere a responsabilidade pública, cultive a ética, a responsabilidade social e ambiental eficiente;
- b) Atuar em produtos, serviços e processos de satisfação do turista;
- c) Ter conhecimento sobre os 5C's: Cama, Caminho, Comida, Compras e Carinho. (OLIVEIRA, 2000 apud SANTOS, 2015, p. 44).

Uma vez plenamente desenvolvidas tais habilidades, o profissional de turismo está apto a desempenhar funções em organizações públicas e privadas, com ou sem fins lucrativos, com o objetivo de acolher turistas satisfazendo os seus desejos e necessidades de maneira ética e responsável, atuando nos seguintes mercados:

- a) Empresas públicas, privadas, ONG's, empresas com ou sem fins lucrativos;
- b) Organização de eventos, meios de hospedagem e restaurantes, empresas de transporte turístico em geral, agências de viagens e operadoras turísticas, empreendimentos de lazer e entretenimento;
- c) Planejamento turístico, Marketing turístico, estatísticas turísticas;
- d) Consultorias, assessorias, pareceres técnicos, projetos, pesquisas e docências e etc. (SANTOS, 2015, p.44).

Para os bacharéis em Turismo, o mercado oferece várias áreas para sua atuação, que segundo Ansarah (2002) são as seguintes:

- Hospedagem: empresas relacionadas à acomodação em geral e com diversas categorias (hotelaria, motéis, camping, pousadas, albergues...), cassinos, shopping centers e, atualmente, o direcionamento para hospitais;
- Transportes: aéreos, rodoviários, ferroviários e aquaviários e demais modalidades de transportes;
- Agenciamento: em agências de viagens, operadoras e representações (GSA e Consolidadoras);
- Alimentação: restaurantes, fast food, cruzeiros marítimos, parques temáticos, eventos e similares;
- Lazer: com atividades de animação / recreação – clubes, parques temáticos, eventos, empresas de entretenimento, agências, cruzeiros marítimos, hotéis, colônias de férias;

- Eventos: empresas organizadoras para atuação em mini e megaeventos, e também feiras, congressos, exposições de caráter regional, nacional e internacional ou similares;
- Hospitalidade: atuação no núcleo turístico em atividades de caráter hospitaleiro;
- Órgãos oficiais: atuação em planejamento e em programas estabelecidos por uma política de turismo, fomento, pesquisa e controle de atividades turísticas;
- Consultoria: atuação em pesquisa e/ou em planejamento turístico;
- Marketing e vendas turísticas;
- Magistério: cursos de graduação, pós-graduação, especialização, extensão, atualização e cursos livres;
- Publicações: empresas e/ou instituições de ensino para atuação em editoração específica, escritor de textos para jornais e revistas especializadas;
- Especialização em mercado segmentado: turismos ecológicos, sociais, infanto-juvenis, para idosos, deficientes físicos, de negócios, segmentos étnicos ou culturais em geral;
- Pesquisa: centros de informação e documentação;
- Outros ramos de conhecimento humano: algumas áreas novas, quando tomadas em uma dimensão mais ampla, estão surgindo, como geração de banco de dados para o turismo, tradução e interpretação dirigidas para o setor, instituições culturais, informática aplicada ao turismo, entre outras. (ANSARAH, 2002, p. 27 apud MAIO, 2010, p.6-7).

Apesar da diversidade de mercados e áreas para atuação, percebe-se que muitos dos profissionais que desempenham funções na área de turismo não têm formação específica em turismo, seja ela no grau técnico, tecnológico ou superior, acirrando a competitividade e diminuindo o espaço de inserção no mercado para os turismólogos. Isso torna imperativa a discussão sobre a inserção do profissional de turismo no mercado de trabalho, que muitas vezes acabam por disputar espaço com os egressos de diversas áreas, até mesmo de Educação Física, uma vez que esses em algumas situações ocupam vagas destinadas a lazer/recreação (ALMEIDA, 2006).

A inserção do profissional de turismo no mercado de trabalho está profundamente ligada à educação, capacitação e qualificação profissional, corroborando para a sua consolidação. Nessa perspectiva, é preciso considerar que a educação formadora do profissional de turismo deve-se embasar não só num currículo que transmita os aportes teóricos e construa as habilidades necessárias ao futuro graduado, mas que também o ensine a definir o seu lugar no mercado e primar por sua colocação. Para Trigo (1998, p.76) “preparar profissionais para o setor terciário às sociedades pós-industriais implica compreender os paradigmas dessas sociedades e toda complexidade e o pluralismo existente”.

A discussão ao redor do tema é ampla. Nos últimos anos alguns avanços foram alcançados, como a regulamentação da profissão “turismólogo” com a lei nº 12.591 pela Presidência da República em 2012<sup>7</sup>. Embora essa lei defina detalhadamente o papel desse profissional no mercado de trabalho, atribuindo a ele funções de planejamento, gestão,

---

<sup>7</sup> O texto completo da lei encontra-se no Anexo A.

orientação e avaliação (BRASIL, 2012), os artigos que tratavam da obrigatoriedade do profissional habilitado ter diploma em curso superior de Bacharelado em Turismo ou Hotelaria foram vetados<sup>8</sup>.

Ainda assim o avanço foi considerável, haja vista as ações do Instituto Brasileiro de Turismólogos (IBT), juntamente ao Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), que conseguiu a inclusão do turismólogo na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) em 12 de março de 2012. Os benefícios desta ação estendem-se até a inclusão da profissão nas bases de dados do IBGE, Receita Federal e lista de ocupações da Carteira de Trabalho.

Infelizmente, porém, os avanços conquistados para a categoria ainda não apresentam o retorno pretendido. Tais benefícios ainda não podem ser constatados em termos práticos. Espera-se que com o aumento de estudos na área de turismo e as melhorias curriculares nos respectivos cursos de formação, ocorra a elaboração de planos de cargos e carreiras tanto no setor público quanto no setor privado, aprimorando assim a relação entre a formação do turismólogo e a sua inserção no mercado de trabalho (IBT, 2017).

---

<sup>8</sup> O texto do veto e a sua justificativa podem ser encontrados no Anexo B deste trabalho.

## 4 ANÁLISE CONTEMPORÂNEA DO CURRÍCULO

Neste capítulo faremos uma análise do currículo, visto que, ao analisarmos um curso de graduação de uma universidade, precisamos necessariamente levar em consideração toda a estrutura que fundamenta o funcionamento do mesmo. Trazemos as vozes de alguns autores para o trabalho, a fim de se fazer uma abordagem teórica fundamentando de forma conceitual o currículo e o histórico do mesmo no Brasil. Em um segundo momento, faremos uma análise da importância dessa ferramenta na formação do profissional de turismo, perpassando por um breve relato acerca do surgimento do curso de turismo no Brasil.

### 4.1 VISÃO GERAL

Discorrer sobre a como a desigualdade se emaranha no tecido social brasileiro constitui para muitos, tema repetitivo e já desgastado. Os dados e índices atestando o alastramento da pobreza, danos ambientais, precariedade da saúde pública, escândalos de corrupção em instituições públicas e privadas, desigualdade entre gêneros dentre outros já não se apresentam mais como novidade nas principais manchetes do país. Resta agora lançar mão dos recursos disponíveis no esforço para remediar as mazelas que nos afligem enquanto povo, ao passo que nos encontramos distantes de atingir as Oito Metas do Milênio, frutos do acordo entre os 191 Estados-Membros da Organização das Nações Unidas para o ano de 2015 (ANAYA; TEIXEIRA, 2007, p. 5).

Se desejamos reduzir a nossa discrepância entre a formulação e o cumprimento das metas supracitadas é imprescindível reconhecer o papel vital desempenhado pelas instituições de ensino. Poucas instituições possuem capacidade de alcançar as famílias e de promover o diálogo nas mais diversas esferas da sociedade – seja na rede pública ou privada. Cabe, inclusive, refletir não apenas sobre a capacidade que a escola possui de acessar uma infinidade de espaços físicos e abstratos, mas também na responsabilidade que possuem os seus agentes de promover a reflexão sobre as chagas que se alastram sobre a sociedade, ratificando, assim, a relevância da função emancipatória da escola, conforme Anaya e Teixeira (2007):

A relevância da função e do papel da escola é reconhecida quando lhe cabe desencadear, no seu meio, reflexões que facilitem discernir a dimensão emancipatória, incorporando as mais diversificadas situações para as quais os desafios atuais da sociedade contemporânea requerem posicionamentos e alternativas de seus cidadãos. (ANAYA; TEIXEIRA 2007, p. 5).

A escola protagoniza, portanto, não só como um espaço para construção de conhecimento técnico-científico, mas também um espaço de emancipação política e transformação sociocultural. O desempenho satisfatório desse papel da escola está intrinsecamente atrelado à afinação entre professores, diretores, coordenadores e demais agentes no sentido de discutir formas de democratizar processos educacionais. Considerando-se que a educação é construída por elementos humanos que estão, por sua vez, imbuídos de diversos valores históricos, sociais, culturais, políticos, ideológicos e econômicos, faz-se mister pensar em formas de garantir a representatividade de interesses afins, abarcando as diversas expressões de pensamento e direcionando-as para a obtenção do bem comum.

Surge daí, a necessidade de contar com um instrumento que leve em consideração as diferenças entre todos os atores do processo educacional enquanto representantes dos mais diversos segmentos da sociedade, e que norteie a condução das atividades de reflexão dentro do âmbito institucional, visando a construção de uma sociedade mais igualitária e justa. Tal instrumento deve funcionar como mediador no processo de troca de informação e conhecimento, considerando elementos externos e internos aos espaços de discussão e levando em conta as diversas experiências de vida compartilhadas pelos agentes educacionais.

De natureza fluida, versátil e multifacetada o currículo emerge justamente como essa ferramenta de reunião das diversas expressões de pensamento, unindo esforços em torno de um objetivo comum, assumindo, assim, o papel de instrumento harmonizador e norteador no processo de pensar e fazer educação. Corroborando com essa análise, Sacristán (1999, p. 61) afirma que “o currículo é a ligação entre a cultura e a sociedade exterior à escola e à educação; entre o conhecimento e cultura herdados e a aprendizagem dos alunos; entre a teoria (idéias, suposições e aspirações) e a prática possível, dadas determinadas condições.”

Como ferramenta de apoio pedagógico, tem o poder de definir que reflexões e práticas serão adotadas em uma instituição de forma a alcançar a realização de metas previamente estabelecidas. Quando bem implementado, o currículo pode servir como pilar para compreensão não só dos processos exógenos ao seu escopo, mas também compreensão de si mesmo e do movimento de interesses presentes dentro da instituição (TEIXEIRA, 2005).

Segundo Silva (1996, p. 179) o currículo “[...] está no centro mesmo da atividade educacional. Afinal, a escola não está apenas histórica e socialmente montada para organizar as experiências de conhecimento de crianças e jovens com o objetivo de produzir uma determinada identidade individual e social”. Assim, o currículo se posiciona num papel de suma importância de mediação entre a escola e a comunidade.



É importante ressaltar que o currículo, por mais que se proponha a ser imparcial, carrega em si a missão de transmitir uma ideologia, filosofia e intencionalidade da educação (ARAÚJO; MARTINS, s.d). O currículo é, dessa maneira, indissociável de cultura. Numa sociedade hegemônica e dominadora, a hierarquização entre manifestações das esferas sociais, culturais, políticas e econômicas é marcante. Justamente daí advém a necessidade de trazer as relações de poder para discussão e pensar formas de atrelá-las ao processo de ensino-aprendizagem através do currículo.

Segundo Sacristán (1999, p. 147), atrelar as relações de poder é essencial, uma vez “[...] que ao falar de escola e de educação escolarizada situamo-nos diante de fenômenos que ultrapassam o âmbito da transmissão da cultura como conjunto de significados ‘desinteressados’ que nutrem os currículos escolares”.

O currículo é uma práxis antes que um objeto estático emanado de um modelo coerente de pensar a educação ou as aprendizagens necessárias das crianças e dos jovens, que tampouco se esgota na parte explícita do projeto de socialização cultural nas escolas. É uma prática, expressão, da função socializadora e cultural que determinada instituição tem, que reagrupa em torno dele uma série de subsistemas ou práticas diversas, entre as quais se encontra a prática pedagógica desenvolvida em instituições escolares que comumente chamamos de ensino. O currículo é uma prática na qual se estabelece diálogo, por assim dizer, entre agentes sociais, elementos técnicos, alunos que reagem frente a ele, professores que o modelam. (SACRISTÁN, 2000, apud MENEZES; ARAÚJO, p.15-16, 200?).

O momento de construção do currículo constitui-se, portanto, como a crucial etapa em que se define que tipo de sociedade se quer construir e que tipo de cidadão se deseja formar, além de definir quais estratégias serão utilizadas pela escola. Dessa forma, pensar um currículo eficaz constitui-se não apenas um ato técnico-pedagógico isolado, mas também um ato político embasado na dimensão sociocultural, como atestado pelas ideias de Apple (2006):

O currículo nunca é apenas um conjunto neutro de conhecimentos [...] Ele é sempre parte de uma tradição seletiva, resultado da seleção de alguém, da visão de algum grupo acerca do que seja conhecimento legítimo. É produto de tensões, conflitos e concessões culturais, políticas e econômicas que organizam e desorganizam um povo. (APPLE, 2006, p.59).

#### 4.1.1 Histórico do currículo no Brasil

No Brasil, a forma de pensar o currículo tem se modificado notoriamente com transcorrer do tempo. De acordo com Moreira e Silva (1997), o pensamento curricular no Brasil teve início nas primeiras décadas do século XX, inspirado em teorias diversas, mas principalmente em ideias disseminadas nos Estados Unidos, influenciadas por John Dewey e Kilpatrick. Com o decorrer do tempo, outras ideias foram agregadas, a exemplo do Taylorismo, que forjaram a natureza do currículo e, conseqüentemente, as suas finalidades (SANTOS; CASALI, 2009).

É importante ter em mente que um currículo surge sempre de uma necessidade social e, sobretudo, econômica. No Brasil, a história do currículo não foi diferente, tendo sido esse historicamente moldado por uma série de ideologias, tendências e interesses diversos. Passando por abordagens teóricas, até mesmo contraditórias, por vezes, nos anos 70 – como, por exemplo, a contraposição entre correntes psicológicas de cunho behaviorista e a teoria do capital humano proposta por T. W. Schultz – chegamos aos anos 80 sob a luz de abordagens etnográficas, sociointeracionistas e interpretativas. Segundo Moreira e Silva (1997) o foco político na teorização crítica e o foco no pós-modernismo abrem espaço para um hibridismo de discursos críticos e pós-críticos no campo do currículo no Brasil (CASALI; SANTOS, 2009, p. 222). Esse cenário que se descortina desde então tem oportunizado uma leitura mais crítica e transformadora do currículo, abrindo espaço para o Currículo Reconstrucionista Social.

Segundo Casali e Santos (2009, p. 221) “o currículo Reconstrucionista tem como concepção teórica e metodológica a tendência histórico-crítica, e como objetivo principal a transformação social e a formação crítica do sujeito.” Dentro dessa visão, a educação passa a ser vista como agente social promotora de mudança. O homem, por sua vez, adquire consciência crítica num contexto social, econômico, cultural e político para protagonizar o próprio destino por meio da reflexão e a sociedade injusta e alienada pode ser transformada.

Ainda sob a perspectiva do reconstrucionismo social, comungam entre si as correntes que encaram o ensino como atividade crítica, olhando para o processo de ensino aprendizagem como uma prática social imbuída de posturas e opções de caráter ético visando a emancipação do cidadão e a transformação da realidade.

Assim, o currículo passa a ser um instrumento não só de representação de diversas formas de pensamento da sociedade e sua conseqüente tradução em normas e diretrizes, mas também um aliado no processo de pensar criticamente e desafiar o educando frente às situações e temas vivenciados na comunidade na qual ele está inserido. Tal currículo cumpre o seu papel de mediador entre escola e comunidade, extrapolando os limites da sala de aula e efetivando a

interação do educando com os seus pares externos à instituição educacional, incentivando a participação e cooperação de todos os agentes do processo educacional.

Essa nova paisagem ideológica que se descortina no século XXI apresenta também um desafio aos docentes. Segundo Giroux (1993, p. 15) “a contemporaneidade assinala uma mudança em direção a um conjunto de condições sociais que estão reconstituindo o mapa social, cultural e geográfico do mundo e produzindo, ao mesmo tempo, novas formas de crítica cultural.” Faz-se imprescindível, portanto, discutir o currículo com um olhar multiculturalista, primando por um caráter inclusivo e que incorpore as tradições dos diferentes grupos culturais e sociais.

## 4.2 A MATRIZ CURRICULAR E SUA IMPORTÂNCIA NA FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE TURISMO

Visto que o objetivo da presente pesquisa é abordar a habilidade comunicativa em língua inglesa desde formação acadêmica em Turismo até a inserção do profissional no mercado de trabalho, julgou-se necessário perpassar pela matriz curricular dos Cursos de Turismo, levando-se em consideração os aspectos histórico, teórico e pragmático correlatos.

### 4.2.1 Surgimento do curso de turismo no Brasil

A formação educacional superior em Turismo no Brasil começou na década de 1970, quando foi criada, em São Paulo, a Faculdade de Turismo do Morumbi (atualmente Universidade Anhembi-Morumbi), no ano de 1971. Era um momento de intensa transformação social, econômica e política no país, uma vez que se encontrava em pleno andamento o Regime Militar (1964 – 1985), especialmente numa época que ficou conhecida como “Milagre Brasileiro” (1968 – 1973), quando houve um espantoso crescimento econômico – uma ampliação média de 11%.

Nessa mesma época a oficialização do turismo também se destacou. Entre os anos de 1960 a 1967, começou-se a desenvolver os trabalhos iniciais para implantação da EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo. O Decreto-Lei 55 de 18 de novembro de 1966 definiu a Política Nacional de Turismo (PNT), criou o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). O contexto era propício, pois com o crescimento econômico acelerado e o surgimento de uma classe média propensa a viajar, via-

se no turismo um grande propulsor do desenvolvimento econômico (HALLAL; MULLER, GARCIA; RAMOS, 2010, p. 4).

A partir dos anos 90, observa-se um crescimento expressivo dos cursos de graduação em turismo, vinculados, em sua maioria, ao setor privado de educação. De acordo com o Ministério da Educação (MEC), há atualmente 632 cursos de turismo no Brasil dentre os quais 6 no grau sequencial, 167 no grau tecnológico, 2 no grau licenciatura e os demais 457 no grau bacharelado.<sup>9</sup>

A velocidade no aumento da quantidade de cursos leva inevitavelmente à discussão quanto à qualidade e disponibilidade de profissionais capacitados para ministrar as disciplinas; o movimento da produção bibliográfica consistente para constituir base para ações norteadoras nesses cursos; a subordinação da área aos valores mercadológicos e puramente financeiros, deixando-se de lado fatores sociais, culturais, políticos, pedagógicos e científicos.

É importante lembrar que o turismo não tem os seus reflexos apenas no plano econômico, sendo capaz de gerar divisas, emprego, renda e impactar mercados econômicos inteiros por todo o mundo. O turismo também possui uma capacidade expressiva de aproximar nações, promover a troca de experiências nos níveis sociais, culturais e com base nesses, influenciar até mesmo a construção de políticas. Essa natureza dicotômica do turismo se consolida no reconhecimento dele pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e também pelo Ministério do Turismo no Brasil como um fenômeno não só econômico como também social.

Percebe-se, no entanto, uma tendência constante dos órgãos oficiais de desenvolverem propostas e análises fundamentais para o turismo focalizando mais o aspecto econômico que sociocultural. Rodrigues (1999) concorda com esse olhar mais plural em direção ao turismo. Segundo ele, há escassez de estudos específicos que não estejam primariamente atrelados ao seu viés econômico ou a sua dimensão técnica.

Moesch (2000), seguindo um raciocínio similar, recomenda a expansão da percepção do turismo para algo além do campo meramente econômico e técnico. É preciso lançar mão de novas categorias de análise e incluir elementos de outras áreas do conhecimento, adotando uma abordagem que propicie a análise multi/interdisciplinar e mais abrangente do turismo. Essa visão pode ser percebida dado o pensamento de Gastal (2007), quando afirma que o turismo é:

[...] um campo de práticas histórico-sociais que pressupõem o deslocamento dos sujeitos em tempos e espaços diferentes daqueles dos seus cotidianos. É um deslocamento coberto de subjetividade, que possibilita afastamentos concretos e simbólicos do cotidiano, implicando, portanto, novas práticas e novos comportamentos diante da busca do prazer. (GASTAL, 2007, p. 11).

---

<sup>9</sup> Dados do Ministério da Educação. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 07 de agosto de 2017.

A OMT (Organização Mundial do Turismo) atesta a natureza multifacetada do turismo e a necessidade da interdisciplinaridade ao se pensar sobre turismo quando afirma

[...] [que] o turismo apresenta uma grande diversidade e heterogeneidade de atividades que dificultam o tratamento conjunto [...] . Isso também repercute no aspecto formativo. As ações devem ramificar-se de forma a marcar as diferenças entre essas atividades, embora a partir de uma idéia (sic) conjunta e coesa do setor. (OMT, 1995).

#### 4.2.2 O curso de turismo e o seu currículo

A forma de pensar, conceber e definir está intimamente relacionada ao processo de construção do currículo, uma vez que, de acordo com teóricos que escrevem sobre teoria crítica do currículo, como Apple (1982), Giroux (1997), Goodson (1995, 1997), Sacristán (2000) e Silva (1999), a construção do mesmo “é guiada por marcos conceituais; pressupostos teóricos que orientam a área e campos de formação; objetivos do curso e competências gerais e específicas do profissional que se pretende formar.” (GOMES et al, 2008, p. 6). Isso reafirma a ideia de que não há construção de currículo completamente imparcial ou desinteressada, uma vez que esse processo de construção está ligado a relações de poder.

A formulação do currículo está, dessa forma, impregnada de inúmeras construções sociais e culturais que, por sua vez, compreendem uma gama de aspectos que perpassam por elementos organizacionais, administrativos, políticos, discursivos, dentre outros. Isso influi diretamente na hierarquização, sequenciamento, preferência e disposição de conteúdos presentes em um determinado currículo em detrimento de outros.

Uma vez compreendidos os fatores citados acima, pode-se compreender o currículo como um conjunto de diversas vivências organizadas de maneira tal que possibilite uma formação profissional sólida. Conforme Gomes et al (2008):

[...] uma visão ampliada de currículo no Ensino Superior precisa prever o reconhecimento de variadas experiências: participação em programas de monitoria; em projetos de iniciação científica e aperfeiçoamento; em estágios supervisionados; em eventos científicos; em cursos realizados por outros Institutos de áreas afins; em grupo de estudos e em projetos de ensino, pesquisa e extensão, dentre outras. (GOMES et al, 2008, p. 7).

Essa natureza multidisciplinar é prevista em instrumentos legais que norteiam a construção do currículo para os cursos de Turismo em Instituições de Ensino Superior (IES), dentre elas as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Turismo (DCN). A

Resolução N° 13, de 24 de novembro de 2006, proposta pela Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior (CNE/CES), que institui as DCN, reza:

Art. 5º Os cursos de graduação em Turismo deverão contemplar, em seu Projeto Pedagógico e em sua organização curricular, os seguintes campos interligados de formação:

I - Conteúdos Básicos: estudos relacionados com os aspectos sociológicos, antropológicos, históricos, filosóficos, geográficos, culturais e artísticos, que conformam as sociedades e suas diferentes culturas. (CNE, 2006, p. 5).

Esse documento busca expressar um consenso geral acerca dos princípios e conteúdos que devem embasar a formação superior em turismo, atingido após discussões e sugestões conjuntas provenientes das IES, levando em consideração diálogos com órgãos de classe e setor produtivo, sistematizados pelos devidos especialistas em cada área organizados através de comissões.

A ideia é que essas diretrizes sejam utilizadas como norteadores nas reformas curriculares dentre de cada IES. Por ocasião da construção e reforma curricular, busca-se também primar pelo aspecto flexível dos processos, não encarando as DCN como “um corpo normativo, rígido e engessado”, mas como um construto aliado norteador das políticas a serem implementadas de acordo com as dimensões socioculturais e mais próximas da necessidade real do contexto acadêmico. Isso visa ainda aprimorar o desempenho do profissional de turismo induzindo

[...] a criação de diferentes formações e habilitações para cada área do conhecimento, possibilitando ainda definirem múltiplos perfis profissionais, garantindo uma maior diversidade de carreiras, promovendo a integração do ensino de graduação com a pós-graduação, privilegiando, no perfil de seus formandos as competências intelectuais que refletem a heterogeneidade das demandas sociais [...]. (CNE, 2003, p.1).

Conforme esse parecer, cada IES é responsável por definir quais elementos servirão de alicerce para a construção do curso, levando em consideração as suas peculiaridades e contextualização, bem como os seus métodos avaliativos e operacionais. As IES também são responsáveis pelo estabelecimento e manutenção da qualidade dos seus cursos e pelo compromisso com a formação de profissionais aptos para atender as demandas não só do mercado, mas para contribuir com a melhoria da sociedade, tendo autonomia intelectual suficiente para serem adaptáveis a demandas emergentes.

As Diretrizes Curriculares apoiam a necessidade de pensar a flexibilidade e a multidimensionalidade na formação profissional quando demonstram que o turismo abrange várias dimensões, gerando impactos nos âmbitos social, cultural, econômico e ambiental. Isso

atesta a necessidade de uma formação que leve em consideração tanto os aspectos gerais quanto os específicos das áreas afins.

Ainda segundo a CES/CNE, o conteúdo dos cursos de Turismo deve compreender um equilíbrio entre a teoria e o desenvolvimento prático de habilidades. Por isso a matriz curricular não deve visar apenas a transmissão dos conteúdos teóricos, mas também as habilidades de interpretação, avaliação e análise de informações para tomada de decisões nas esferas públicas e privadas, contribuindo, dessa maneira, para uma formação mais rica e cabal.

O conteúdo que estrutura e sistematiza a construção da educação em Turismo encontra-se pautado também nos moldes da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) e nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), elaborados pelo MEC a partir de 1995. Os PCNs para a área de Turismo e Hospitalidade constituem um documento relativamente extenso e abordam cenários, interfaces e orientações para a construção de currículos na formação em turismo.

Visando alcançar os objetivos propostos e percorridos acima, a Matriz Curricular dos cursos de Turismo vem sofrendo atualizações constantes desde o ano de criação do primeiro curso superior em Turismo aprovado pelo Ministério da Educação, que teve como base o Parecer CFE nº 35/1971, de 28 de janeiro de 1971. Tal Parecer subsidiou a edição da Resolução CFE s/nº, de 28 de janeiro de 1971, que fixou como requisitos mínimos em termos de conteúdo o seguinte:

Art. 1º - A formação em nível superior de profissionais para o planejamento e a organização do turismo será feita em curso de graduação em Turismo.

Art. 2º - O currículo do curso compreenderá, no mínimo, as seguintes matérias e atividades:

a) Matérias

1. Sociologia
2. História do Brasil
3. Geografia do Brasil
4. História da Cultura
5. Estudos Brasileiros
6. Introdução à Administração
7. Noções de Direito
8. Técnica Publicitária
9. Planejamento e Organização do Turismo

b) Estágio em entidades oficiais e privadas de turismo e hotelaria.

Art. 3º - No ensino da matéria Geografia terá ênfase a Cartografia.

Art. 4º - No estudo da matéria História da Cultura terá ênfase a Cultura Brasileira, com especial referência às Artes.

Art. 5º - A matéria Noções de Direito incluirá o Direito Constitucional, Direito Fiscal Alfandegário, da Legislação Trabalhista, Estatuto Jurídico do Estrangeiro e da Legislação Específica do Turismo.

[...]

Art. 7º - Ao organizar o currículo pleno, a instituição responsável poderá desdobrar as matérias do currículo mínimo e acrescentar disciplinas complementares.

Dez anos mais tarde, em 1981, durante o III Encontro Nacional dos Bacharéis e Estudantes de Turismo, criou-se uma “Comissão de Currículos e Programas” que propôs ao Conselho Federal de Educação (CFE) alterar o currículo mínimo para englobar as seguintes matérias:

- [...] a) Matérias do Currículo Mínimo: Sociologia, História, Geografia, Administração, Direito, Ciências e Técnicas de Comunicação, Planejamento e Organização do Turismo, Estatística, Metodologia Científica, Economia, Psicologia, Antropologia e Contabilidade;
- b) Habilitações: Administração de Empresas Turísticas, Planejamento do Turismo e Animação Turística. [...] (PROPOSTA... apud BERNADINELLO, 2012, p. 59).

No ano de 1996 novas discussões acerca do currículo nos cursos de Turismo foram conduzidas pela Associação Brasileira de Dirigentes de Escolas de Turismo e Hotelaria (ABDETH), juntamente com a ABBTUR. Juntas, promoveram uma série de encontros que resultou no “[...] Seminário Nacional de Reformulação Curricular dos Cursos de Turismo e Hotelaria, em São Paulo, no segundo semestre de 1996”. Nesse seminário propôs-se um novo currículo mínimo para os cursos de formação em turismo:

- [...] a) carga horária mínima 3.000 horas/aula;
- b) o tempo de duração mínima do curso seria de quatro anos e no máximo sete anos;
- c) a distribuição da Estrutura Curricular seria: formação básica – 25% (750 horas/aula), formação profissional – 45% (1.350 horas/aula), formação complementar – 20% (600 horas/aula) e estágio – 10% (300 horas/aula);
- d) matérias de formação básica: Sociologia, Geografia, História, Administração, Economia, Direito, Estatística, Metodologia Científica, Psicologia;
- e) matérias de formação profissional: Planejamento e Organização do Turismo, Teoria Geral do Turismo, Marketing, Eventos, Lazer, Hospedagem, Alimentos e Bebidas, Agenciamento, Transportes, Informática, Contabilidade e Língua Estrangeira;
- f) matérias de formação complementar: Antropologia, Língua Portuguesa e Matemática. (PROPOSTA... apud BERNADINELLO, 2012, p. 61).

Embora não tenha sido oficializada, essa proposta foi usada como referência para a construção dos projetos pedagógicos dos cursos superiores em Turismo.

Em 1996, foi promulgada a Lei nº 9.394/96, conhecida Nova LDB 9394/96, que fixou as Diretrizes e Bases da Educação Nacional, através de seus 92 artigos, divididos em 19 assuntos ou títulos. Um dos objetivos desse novo ato foi conceder flexibilidade e autonomia na elaboração dos currículos em cada uma das instituições de ensino superior. Para assegurar a autonomia na formulação dos cursos de formação superior em Turismo, foi criada Comissão de Especialistas de Ensino de Turismo através da Portaria nº. 1518, de 16 de junho de 2000 (BERNADINELLO, 2012, p. 64).

O perfil comum desejado do profissional egresso dos cursos de bacharelado em Turismo, assim como o de outras profissões atuais, “[...] é aquele que proporcione uma



formação generalista e particularizada, ou seja, um profissional com os conhecimentos técnicos necessários ao exercício de suas funções, apto para atuar em um mercado competitivo e em constante transformação.” (SHIGUNOV NETO; MACIEL, 2002, p. 42-43 apud BERNADINELO, 2012, p. 67).

[...] Art. 3º O curso de graduação em Turismo deve ensejar, como perfil desejado do graduando, capacitado e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais, econômicas e culturais, relacionadas com o mercado turístico, sua expansão e seu gerenciamento, observados os níveis graduais do processo de tomada de decisão, apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação profissional. (BRASIL, 2006, art. 3º).

A formação em Turismo passa a ser, assim, generalista. Isso visa oportunizar ao graduando a construção de conhecimentos diversificados e a capacidade de análise para comparar as informações adquiridas no curso às suas próprias vivências, uma vez sendo ele agente na própria comunidade onde está inserido.

Portanto, esta formação profissional não se pauta mais por matérias específicas engessadas num currículo mínimo, mas numa série de competências e habilidades, a saber:

- [...] I - compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;
- II - utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
- III - positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;
- IV - domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais;
- V - domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;
- VI - adequada aplicação da legislação pertinente;
- VII - planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento;
- VIII - intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados;
- IX - classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- X - domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana;
- XI - domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;
- XII - comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social;
- XIII - utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais;

- XIV - domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida;
- XV - habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
- XVI - integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares, interagindo criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- XVII - compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem;
- XVIII - profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas do êxito de qualquer evento turístico;
- XIX - conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética. (BRASIL, 2006, art. 4º).

As matérias agora passam a ser não mais impostas, mas sugeridas pela Comissão de Especialistas de Ensino de Turismo, como as disciplinas de conteúdos básicos: a “[...] administração, antropologia, direito, economia, estatística, estudos brasileiros, filosofia, geografia, língua portuguesa, metodologia científica, psicologia, sociologia e contabilidade” (SHIGUNOV NETO; MACIEL, 2002, p. 54 apud BERNADINELLO, 2012, p. 68). E como disciplinas de conteúdos específicos:

[...] língua estrangeira, planejamento e organização do turismo, teoria geral do turismo, *marketing*, eventos, lazer, meios de hospedagem, nutrição e dietética, alimentos e bebidas, restaurante, agenciamento, transportes, informática, ecologia, relações públicas, ética profissional. (SHIGUNOV NETO; MACIEL, 2002, p. 54 apud BERNADINELLO, 2012, p. 68).

Os membros desta Comissão também sugeriram para compor o projeto curricular dos cursos de Turismo as disciplinas de cunho profissionalizante:

[...] legislação turística, legislação ambiental, *marketing* de serviços, *marketing* turístico, técnicas publicitárias, cerimonial, técnicas de recreação, parques temáticos e aquáticos, organização de roteiros, formação do empreendedor, gestão de empresas turísticas, administração de recursos humanos, gestão financeira e estudos de viabilidade, qualidade em serviços turísticos, projetos turísticos, patrimônio natural, planejamento ambiental, espaço turístico, problemas contemporâneos, matemática financeira, história da arte, turismo de segmentos. (SHIGUNOV NETO; MACIEL, 2002, p. 55 apud BERNADINELLO, 2012, p. 68).

As transformações que vem ocorrendo na matriz curricular dos cursos de Turismo, orientadas por esses documentos constituem um atestado da importância da construção curricular de maneira multidisciplinar. Aliada às habilidades e competências extraescolares, também incentivadas pelas Diretrizes Curriculares, as orientações têm buscado atingir a formação pessoal, acadêmica e profissional dos estudantes de Turismo.

## **5 UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA (UNEB): UM ESTUDO DE CASO**

O presente capítulo diz respeito à parte empírica do trabalho. Nele, trataremos de fornecer informações em referência à matriz curricular do curso de turismo da UNEB, visto que o nosso estudo de caso trata-se de uma averiguação da relação existente entre a língua inglesa e o mercado de trabalho junto aos formandos e egressos do curso de turismo da referida universidade. Assim, buscamos caracterizar a instituição levando em consideração o seu papel educacional e social ante a sociedade baiana, bem como levantar as suas principais características de multicampia, sendo a primeira e única universidade a oferecer o curso superior de turismo na Bahia. Em seguida, apresentamos dados que revelam a dinâmica do curso, tendo como base fundamental o seu currículo. Por fim, expomos o resultado da pesquisa realizada com os entrevistados, através de um questionário aplicado como ferramenta de pesquisa. Apresentamos, assim, a amostragem dos dados em forma de tabelas e gráficos estatísticos.

### **5.1 CARACTERIZANDO A INSTITUIÇÃO**

Através da Lei Delegada nº 66 de 01 de junho de 1983, promulgada pelo então governador João Durval Carneiro, foi fundada a Universidade do Estado da Bahia (UNEB), uma instituição pública de ensino superior multicampi que se tornou a maior do segmento na região Norte-Nordeste. Oferta atualmente mais de 150 cursos de graduação, pós-graduação, mestrados e doutorados, nas modalidades presencial e alguns EaD, possuindo 24 campi distribuídos pelos principais centros urbanos da Bahia. Os municípios contemplados pela UNEB são Alagoinhas, Barreiras, Bom Jesus da Lapa, Brumado, Caetité, Camaçari, Conceição do Coité, Euclides da Cunha, Eunápolis, Guanambi, Ipiaú, Irecê, Itaberaba, Jacobina, Juazeiro, Paulo Afonso, Salvador, Santo Antônio de Jesus, Senhor do Bonfim, Serrinha, Teixeira de Freitas, Valença, Seabra e Xique Xique.

A maioria desses municípios é central em suas respectivas regiões turísticas, ampliando o alcance dos benefícios de uma instituição do porte da UNEB. Para além da comunidade nativa dessas regiões, a Universidade alcança a comunidade turística e tem impacto direto nas relações que se estabelecem em cada uma dessas regiões. Segundo o Estatuto Geral da Universidade do Estado da Bahia a missão e objetivos da mesma são:

A UNEB tem como missão a produção, difusão, socialização e aplicação do conhecimento nas diversas áreas do saber. Objetiva a Universidade do Estado da Bahia a formação integral do cidadão e o desenvolvimento das potencialidades econômicas, tecnológicas, sociais, culturais, artísticas e literárias da comunidade baiana, sob a égide dos princípios da ética, da democracia, das ações afirmativas, da justiça social - dos direitos humanos -, pluralidade étnico-cultural e demais princípios do Direito Público. (Art 1º e 2 do Estatuto da UNEB).

Seguindo seu objetivo proposto em Estatuto, a UNEB se propõe buscar e alcançar a formação de pessoas respeitando as pluralidades étnico-culturais do território baiano promovendo, através das práticas de extensão universitária, o que a Assessoria de Comunicação da mesma enumera como: alfabetização e capacitação de jovens e adultos em situação de risco social; educação em assentamentos da reforma agrária e em comunidades indígenas e quilombolas; projetos de inclusão e valorização voltados para pessoas deficientes, da terceira idade, GLBT, entre outros.

Em seu brasão das armas, a universidade carrega os dizeres em latim "*Hominem augere*" o que segundo Boaventura significa “para o aperfeiçoamento do homem”, uma marca do trabalho que a universidade vem perpetrando no território baiano e a razão de ser da mesma. Segundo o autor, o forte impacto social da implantação da UNEB para a Bahia pode ser ilustrado quando se percebe que:

A Bahia em menos de 20 anos criou e organizou um senhor sistema de educação universitária. Partiu, em 1968, de apenas 3 Faculdades de Formação de Professores, para 4 universidades, no final de 1991, com a estadualização da Universidade de Santa Cruz, no terceiro governo de Antônio Carlos Magalhães. (BOAVENTURA, 2006, p. 31).

Sendo um dos fundadores da UNEB, Boaventura (2009) afirma que ainda há muito para se promover através da universidade quando externa sua inquietação diante da discrepância na proporção de pessoas que conseguem alcançar o ensino superior:

Preocupa-me a desproporção entre a população geral e os efetivos de estudantes universitários. A Bahia tem cerca de 12 milhões de habitantes e menos de 50 mil universitários, apenas. O contingente das quatro universidades estaduais está por volta dos 15 mil, equivalente ao da Universidade Federal, a Universidade Católica contribui com 12 mil, o restante fica a cargo dos estabelecimentos de ensino superior isolados. A desproporção demonstra que temos de empreender um extraordinário esforço de formação de recursos humanos. (BOAVENTURA, 2009, p. 43).

Uma das mais notáveis contribuições da UNEB para a capacitação de pessoas aliada as particularidades socioculturais e econômicas do estado, foi a criação de um curso voltado para turismo e hotelaria. A fim de mensurar o impacto que a criação do mesmo teve para a Bahia, relatamos um pouco da história da educação acadêmica para o turismo.

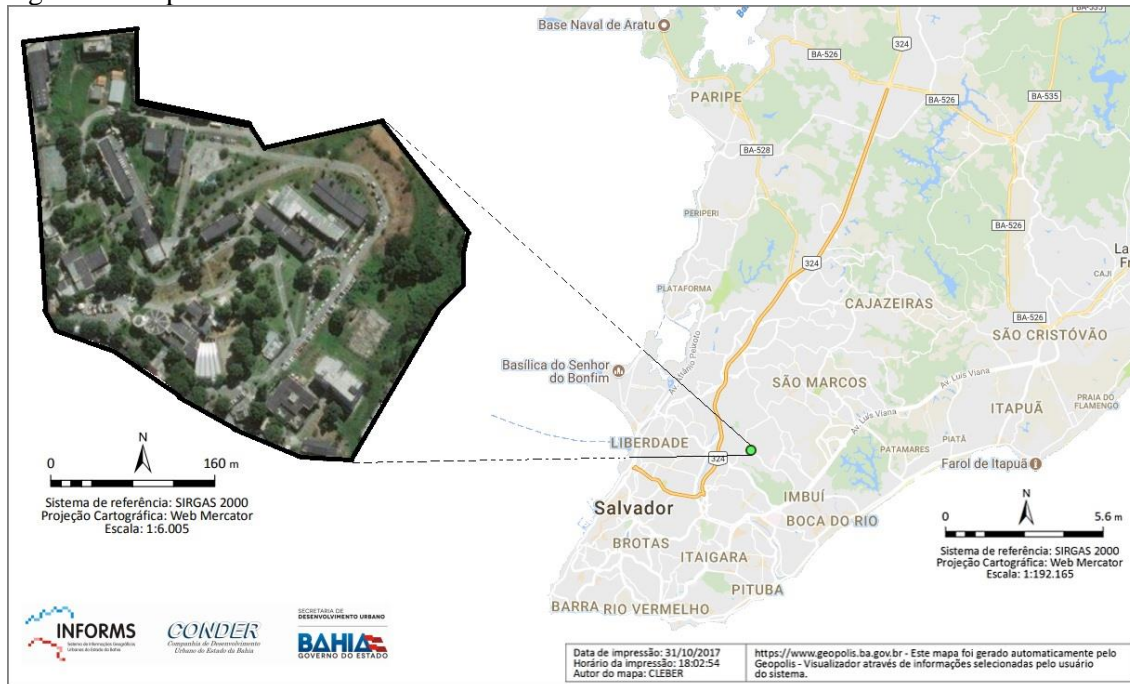
Com o crescimento de fenômeno turístico a partir dos anos 20, iniciou-se um movimento para o estudo desse fenômeno complexo a fim de formar um profissional que fosse capaz de abarcar conhecimentos e práticas de diversas áreas de maneira a favorecer um processo econômico e sociocultural tão singular como a atividade turística.

O começo dos estudos teóricos de turismo tem sido estabelecido em 1925, com a criação da cátedra de turismo na Universidade de Roma, por Ângelo Mariotti; o primeiro instituto específico para o estudo do turismo funcionou na Alta Escola de Economia de Berlim a partir de 1929. A partir de 1950 registram-se institutos específicos de hotelaria e turismo em vários países da Europa; na década de 1960, nos Estados Unidos, e, na de 1970, na América Latina. (BARRETTO, 1995, p. 146).

Como já relatado neste trabalho, especificamente no Brasil, esse estudo começou pela Faculdade Anhembi Morumbi, em 1971, ofertando curso de Bacharelado em Turismo e Hotelaria. Diante do crescimento exorbitante do campo de turismo a partir dos anos 90, os cursos para formação de bacharéis em turismo passaram a ser muitas vezes, os mais concorridos das universidades, como analisado por Trigo (1998) tendo como base as estatísticas dos vestibulares da PUC-São Paulo e PUC-Campinas.

Como o estudo de caso desta pesquisa trata da averiguação da relação empregatícia dos egressos e formandos do curso de Turismo da UNEB, na cidade de Salvador-Ba, julgamos indispensável, localizar geograficamente a instituição supracitada. Está instalada à Rua Silveira Martins, 2555, Cabula. Salvador-BA. CEP: 41.150-000.

Figura 1 - Mapa Georeferenciado da Universidade do Estado da Bahia – UNEB



Fonte: Elaborado pelo autor desta dissertação (2017).

Figura 2 - Foto da entrada principal do Campus I da Universidade do Estado da Bahia – UNEB



Fonte: Google Imagens (2017).

## 5.2 A MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE TURISMO DA UNEB

Na Bahia, ela foi a primeira e única universidade a ofertar um curso superior em Turismo, quando em 1998 foi autorizado pelo Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE), através da Resolução nº 188 de 20 de março de 1998. Como a atividade turística estava em plena ascensão, faculdades particulares e outras modalidades de instituições de ensino criaram cursos técnicos e tecnológicos em turismo e nas áreas específicas do turismo como Recreação e Lazer, Alimentos e Bebidas, Organização de Eventos, Hotelaria e Hospitalidade, Guiamento e Roteiros Turísticos entre outros. Porém um movimento em sentido contrário começava a dar seus indícios ainda nos anos 90, quando existe uma tendência ao desequilíbrio entre a quantidade de instituições formando profissionais de turismo, e a absorção desses no mercado.

[...] na América Latina há muitos institutos de formação de profissionais em turismo, mas apresentam vários problemas, entre eles de que não há suficiente diversidade de programas curriculares para formar profissionais específicos. Por outro lado, observa-se uma relação inversa entre a mão-de-obra requerida pelo mercado e a oferta de cursos. (BARRETO, 1995, p. 146).

Conforme analisado, a diversidade na estrutura curricular das instituições não era ainda suficiente para a formação de profissionais específicos, anunciando um problema no perfil do profissional de turismo que sairia para enfrentar disputa por um mercado que também já não estava dando conta de aderir à oferta. No início dos anos 2000, os egressos dos cursos não estavam sendo absorvidos pelo mercado, havia mais capacitação de profissionais do que demanda desses profissionais capacitados no mercado, conseqüentemente a oferta de cursos na área também começou a diminuir.

Mesmo em meio a esse cenário de incertezas o curso de Bacharelado em Turismo e Hotelaria da UNEB obteve o seu reconhecimento em 2006, pelo Conselho Estadual de Educação através do Parecer CEE 183/2006 de 08 de junho de 2006, publicado no Diário Oficial através do Decreto Governamental Nº 10.028 de 14 de junho de 2006. Nesse mesmo ano, o curso passou por mudança na grade curricular, especialmente após essa atualização, segundo informações disponibilizadas pela própria universidade, o egresso estará apto para:

[...] atuar nas seguintes áreas: empresas de turismo, meios de hospedagem, meios de transporte, alimentação, eventos, entretenimento, marketing, pesquisa, educação e planejamento em instituições e organizações governamentais e não governamentais, fundações, associações e entidades de classe e consultoria de projetos /empreendimentos turísticos nos âmbitos de gestão pública municipal, estadual e federal. (UNEB, 2017).

No âmbito da pesquisa e extensão, até outubro de 2017 conforme as informações disponibilizadas no site oficial da universidade, o curso promoveu os seguintes projetos:

Quadro 1 - Relação de projetos de Pesquisa e Extensão no bacharelado em Turismo e Hotelaria da UNEB – Campus I

PESQUISA E EXTENSÃO NO BACHARELADO EM TURISMO E HOTELARIA DA UNEB CAMPUS I				
	TEMA	INÍCIO	SITUAÇÃO	NATUREZA
PESQUISA	“Turismo na Bahia: resgate sociohistórico”	2009	Em andamento	Pesquisa
	“Roteiros Turísticos Alternativos, Responsáveis, Solidários e Sustentáveis – RTUARSS”	2009	Em andamento	Desenvolvimento
	“Configuração do Turismo na Bahia”	2008	Em andamento	Pesquisa
	“Caracterização, Avaliação E Gestão de Resíduos Sólidos no Campus I da UNEB”	2007	Em andamento	Pesquisa
	“Projeto A Caminho dos Sertões de Canudos”	2006	Em andamento	Outra
	“Turismo e Internacionalização no Litoral Norte da Bahia”	2006	Em andamento	Pesquisa
EXTENSÃO	“Antônio Conselheiro e o episódio Canudos”	Não informado	Em andamento	Extensão

Fonte: UNEB (2017).

Nota: Elaboração do autor.

Segundo as informações disponibilizadas no site da UNEB para o curso de Bacharelado em Turismo e Hotelaria em 2017, a estrutura curricular, após a última atualização em 2006 é a seguinte: no primeiro período os estudos norteiam os princípios gerais das disciplinas que compõem o turismo como área de conhecimento. Sendo um estudo intermultidisciplinar, o turismo na UNEB começa a ser estudado pela Introdução a Administração, Sociologia Geral e do Lazer, Teoria Geral do Turismo, Introdução a Hospitalidade, História da Bahia, Fundamentos de Geografia e Comunicação, Linguagem e Turismo. Neste momento inicial apenas uma disciplina introdutória visa à comunicação e a linguagem, mas de uma perspectiva geral e não voltada para um idioma especificamente.

No segundo período, os estudos das ciências humanas e sociais começam a ser direcionados para a prática do bacharel em Turismo e Hotelaria com as disciplinas Antropologia e Turismo, Lazer e Recreação, História da Cultura, Sistema



Turístico, Meios de Hospedagem, Geografia do Turismo, Leitura e Produção do Texto Científico. No terceiro semestre, apresenta-se no currículo Metodologia do Trabalho Científico, Psicologia Social, Filosofia e Ética Profissional, Economia do Turismo, Estrutura e Funcionamento da Hotelaria, Estatística Aplicada ao Turismo e Língua Inglesa Aplicada ao Turismo e Hotelaria I. Neste período é ofertada uma única disciplina voltada para o ensino do idioma: Língua Inglesa Aplicada ao Turismo, dividida em duas partes, tendo a sua segunda oferta no quarto semestre.

As duas fases da disciplina de Língua Inglesa aplicada possuem uma carga horária de 60h cada, totalizando 120h de Língua Inglesa Aplicada em toda a grade curricular para a formação do profissional. Na descrição da disciplina, a informação sobre a estrutura curricular do Bacharelado em Turismo e Hotelaria que estão disponíveis no site oficial da universidade, destaca-se: "Introdução às estruturas básicas da Língua Inglesa em situações necessárias ao profissional da área de turismo" e o "aprofundamento do conhecimento de Língua Inglesa relacionado com a atuação do aluno em sua futura profissão.", apontando para o estudo da estrutura linguística, e posteriormente a aplicação da estrutura estudada na prática diária do profissional, indicando possivelmente, uma disciplina mais voltada para a comunicação, na atuação em turismo.

Nos dois semestres seguintes, a língua estrangeira estudada é a Língua Espanhola, com uma estrutura semelhante à da proposta da disciplina de Língua Inglesa. O componente é dividido em duas partes, com 60h cada, visando o estudo mais direcionado à estrutura da Língua Espanhola relacionada ao Turismo.

Dentre todas as disciplinas que compõem a grade curricular do curso, nota-se que a Língua Inglesa não é trabalhada com foco comunicativo, sobretudo na oralidade. , tampouco aparece como tema central dos componentes obrigatórios, e não há nenhuma outra disciplina, dentre as optativas que são ofertadas, voltadas para o inglês.

De acordo com a ementa das disciplinas de Língua Inglesa I e II, os tópicos são estritamente voltados para as estruturas gramaticais e a aquisição de vocabulários. Um método mais aproximado com o de Tradução e Gramática, popular nos anos 60, do que da abordagem comunicativa que preconiza o ensino-aprendizagem da língua, voltado para a comunicação. Na primeira parte da disciplina os conteúdos programáticos propostos são:

1. Revisão da gramática básica;
2. Revisão de vocabulário básico e expansão de vocabulário específico para as áreas de estudo do turismo e da hotelaria;
3. Estratégias de leitura e de compreensão oral Leitura em nível básico;

4. Interpretação de textos orais e escritos em língua inglesa relacionados às áreas de turismo e hotelaria;
5. Utilização em língua inglesa, de *sites* profissionais e de informações gerais e de viagens e de hospedagem. (UNEB, 2012, p. 111).

Nos conteúdos acima, nota-se como direcionamento para a comunicação em inglês, apenas dois tópicos, o três e o quatro, referentes à compreensão e interpretação de textos orais em nível básico. Pensando a comunicação como o produto da utilização da competência comunicativa, os tópicos citados referem-se à competência estratégica, ou seja, a habilidade de compreender aquilo que é dito dentro duma variada tipologia textual. Os outros tópicos são voltados para a aquisição e treinamento iniciais das competências gramaticais, sociolinguísticas assim como dos mecanismos psicofisiológicos.

Na segunda etapa do componente curricular, o objetivo passa a ser mais centralizado na aplicação a área de formação. Um inglês instrumental em Turismo e Hotelaria. Os tópicos são:

1. Desenvolvimento das habilidades e estratégias de leitura e de compreensão oral na área do turismo e da hotelaria;
2. Leitura, audição e interpretação de textos de maior complexidade lexical e estrutural em língua inglesa, relacionados às áreas de turismo e hotelaria;
3. Revisão das estruturas em nível intermediário da língua inglesa aplicada aos textos;
4. Estudo de formação e derivação de palavras em contexto através de justaposição, prefixos e sufixos;
5. Informações gerais e de viagens e hospedagem, comunicação profissional;
6. Visita a sites profissionais em língua inglesa em nível intermediário. (UNEB, 2012, p. 123).

No tópico cinco dos conteúdos propostos para a disciplina Língua Inglesa Aplicada II, lê-se comunicação profissional, junto a 'informações gerais e de viagens e hospedagem', indicando uma relação maior da comunicação com o âmbito profissional do que na comunicação no idioma.

Considerando o alinhamento da aprendizagem das estruturas linguísticas, das variações textuais, do vocabulário instrumental, o domínio do contexto de utilização do código linguístico, estaria o Bacharel em Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia, capacitado a comunicar-se em inglês? A carga horária de 120h dividida em duas disciplinas seria suficiente para a consolidação da comunicação em segunda língua? A partir das informações disponíveis no projeto pedagógico do curso, dá-se muito mais atenção ao conhecimento linguístico para o turismo, do que para a comunicação de um modo geral. Para ser proficiente, o egresso precisa aprender a relacionar os conhecimentos linguísticos e as expressões idiomáticas e palavras específicas para a área de formação com o contexto, ou seja, saber o que fazer com os recursos linguísticos aprendidos. Como o teórico Perrenoud (1981) defende, são as situações cotidianas da comunicação que permitem

ao aprendiz da língua estrangeira, constituam num registro formal ou informal, determinados esquemas de utilização dessa língua. A luz da ideia de esquemas de uso da língua, a proficiência nasceria da prática da língua. Mais precisamente, a comunicação em inglês, a conversação.

Para Perrenoud (1999)

Só há competência estabilizada quando a mobilização dos conhecimentos supera o tatear reflexivo ao alcance de cada um e aciona esquemas constituídos. [...] Tais esquemas são adquiridos pela prática, o que não quer dizer que não se apoiem em nenhuma teoria. (PERRENOUD, 1999, p. 24).

Embora a aquisição e aplicação desses esquemas não signifiquem adquirir a competência comunicativa propriamente dita, essa viria da habilidade em manejar esses esquemas dentro das expectativas que o ouvinte tem diante da interação. Em sua tese de doutorado, o Prof. Marcos Baltar, relacionando o pensamento dos conceitos de Perrenoud, com os de Chomsky e Hymes conclui que:

Trazendo isso para o campo da linguagem diríamos que a competência discursiva é a capacidade de mobilizar saberes das mais variadas ordens. Desde a apropriação dos elementos contextuais dos gêneros textuais: unidade composicional, unidade temática e estilo ou a escolha das unidades linguísticas a serviço da textualização; até a apropriação dos elementos contextuais que envolvem uma atividade de linguagem: o conhecimento do ambiente discursivo onde se dá a interação, o conhecimento das posições de sujeito dos interlocutores, etc. Trata-se de mobilizar recursos de vários níveis para, através de um texto empírico, interagir sócio discursivamente. (BALTAR, 2010, p. 224).

Considerando a Língua Inglesa Aplicada como componente curricular de um curso voltado para nativos cuja língua materna não é o inglês, se faz necessário mais do que o ensino das estruturas da língua e dos contextos e vocábulos próprios da área de atuação em Turismo e Hotelaria, é importante, principalmente, o treinamento prático da capacidade de mobilizar as competências necessárias para comunicação em inglês.

O ensino das línguas estrangeiras tem evoluído para métodos orais, precisamente para superar a conhecida contradição entre o estudo e a prática. Ninguém pode negar que isso seja um progresso. Porém, essa evolução já chegou ao nível do necessário, para desenvolver em todos os alunos competências reais de comunicação em uma língua estrangeira? Oito anos de estudo de inglês à razão de quatro horas semanais, 35 semanas por ano, são 140 horas por ano, e um total de 1.120 horas. [...] contudo, o que representam 1.120 horas, tão descontínuas e divididas, quando aprendemos a nossa língua materna por uma imersão diária, desde o nascimento, em um "banho de língua" tanto mais eficaz que devemos comunicar-nos para obter o que queremos, de preferência imediatamente. [...] A competência constrói-se com a prática de uma língua estrangeira, na qual se multiplicam as situações de interação em uma conjugação feliz, portanto aleatória, da repetição e da variação, graças a um engajamento pessoal em seguidos intercâmbios e um forte desejo de entender e fazer-

se entender. Esse exercício enriquece e consolida os conhecimentos sintáticos e lexicais dos falantes. Sobretudo, desenvolve esquemas que permitem contextualizá-los com base no nível de língua, no assunto da conversa, nos interlocutores presentes, na situação de comunicação. (PERRENOUD, 1999, p. 21 – 22).

Diante deste cenário, é necessário refletir se há necessidade de implantação ou criação de projetos de extensão no curso Bacharel em Turismo e Hotelaria da UNEB, que estejam voltados para a língua inglesa, ou ainda, a possibilidade de ofertar disciplinas optativas voltadas para a comunicação efetiva em inglês. Cento e vinte horas (120h) de estudo em língua estrangeira, nos seus diversos aspectos, no período de quatro anos de formação do estudante, está longe de ser satisfatório para promover conhecimento básico, tampouco atender as demandas diárias da profissão que, na sua maioria, requer domínio e competência comunicativa de uma segunda língua a fim de que haja interação.

### 5.3 AMOSTRAGEM DOS DADOS – RESULTADO DA PESQUISA

Antes de darmos início à codificação dos dados obtidos na pesquisa, através de tabelas e gráficos num sistema estatístico, gostaríamos de caracterizar o nosso público investigado quanto à faixa etária e o sexo. O curso é frequentado predominantemente por mulheres, das quais dezesseis temos 80% entre os formandos e 85% entre os egressos. Quanto à faixa etária, 80% dos formandos informaram ter até 25 anos, e 90% dos egressos estão entre têm entre 26 e 35 anos de idade.

A seguir, com o intuito de dar dinamicidade à leitura imagética, decidimos pela composição de gráficos, que foram elaborados após a tabulação feita a partir das informações preenchidas pelos egressos e formandos. Apresentamos as validações e análises para interpretação e verificação das respostas, levando em consideração os objetivos específicos desta dissertação. Realizamos o agrupamento de algumas questões do próprio questionário aplicado para que fosse possível um melhor entendimento do que foi proposto em cada um desses objetivos específicos.

Para compreensão da importância da língua inglesa na globalização e as implicações sociais e econômicas advindas da mesma, foram considerados alguns questionamentos: o primeiro busca fazer um levantamento em sobre o domínio de alguma língua estrangeira; apropriação do grupo de pesquisa que relaciona a dialética da língua inglesa no curso de turismo, no sentido de averiguar qual a importância que esse público deu para o domínio da língua na sua área de formação; seguido pela questão de nível de domínio da língua, e, logo, a origem do aprendizado. Dessa forma a análise apresentou os seguintes dados.

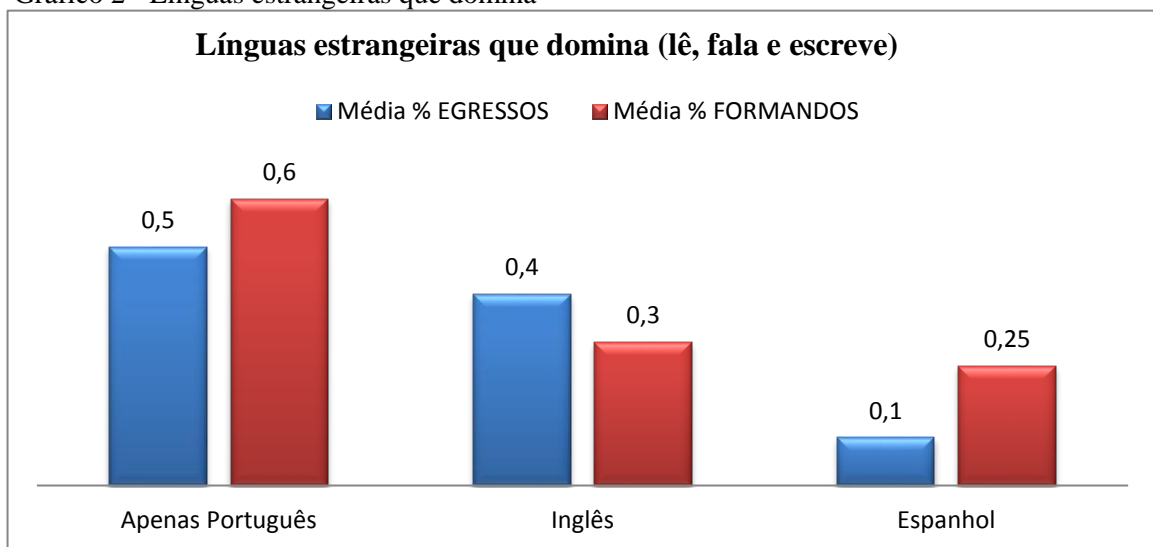
Tabela 1 - Importância da Língua Inglesa

EGRESSOS				FORMANDOS			
Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Variável	Observações	Média	Desvio padrão
E_8_Apen_PORT	20	0,500	0,513	F_8_Apen_PORT	20	0,600	0,503
E_8_INGLES	20	0,400	0,503	F_8_INGLES	20	0,300	0,470
E_8_SPAN	20	0,100	0,308	F_8_SPAN	20	0,250	0,444
E_8_FRANC	20	0,000	0,000	F_8_FRANC	20	0,000	0,000
E_8_ITALY	20	0,000	0,000	F_8_ITALY	20	0,000	0,000
E_9_poucimport	20	0,000	0,000	F_9_poucimport	20	0,000	0,000
E_9_Important	20	0,000	0,000	F_9_Important	20	0,000	0,000
E_9_MuitImport	20	0,350	0,489	F_9_MuitImport	20	0,350	0,489
E_9_essencial	20	0,650	0,489	F_9_essencial	20	0,650	0,489
E_10_Fala_S	20	0,750	0,444	F_10_Fala_S	20	0,300	0,470
E_11_auto	20	0,000	0,000	F_11_auto	20	0,100	0,308
E_11_CursLivre	20	0,900	0,308	F_11_CursLivre	20	0,200	0,410
E_11_Aula_Partici	20	0,050	0,224	F_11_Aula_Partici	20	0,050	0,224
E_11_Fora	20	0,000	0,000	F_11_Fora	20	0,000	0,000
E_11_Outra	20	0,050	0,224	F_11_Outra	20	0,000	0,000

Fonte: Formulário de Pesquisa, elaborado pelo autor (2017).

Nota: *Variável* corresponde à opção de resposta das perguntas realizadas no formulário; *Observações* indica a quantidade de indivíduos entrevistados; *Média* é o cálculo médio de resposta por variável dividida pela quantidade de observações da questão e; *Desvio Padrão* é uma medida de dispersão em torno da média da amostra.

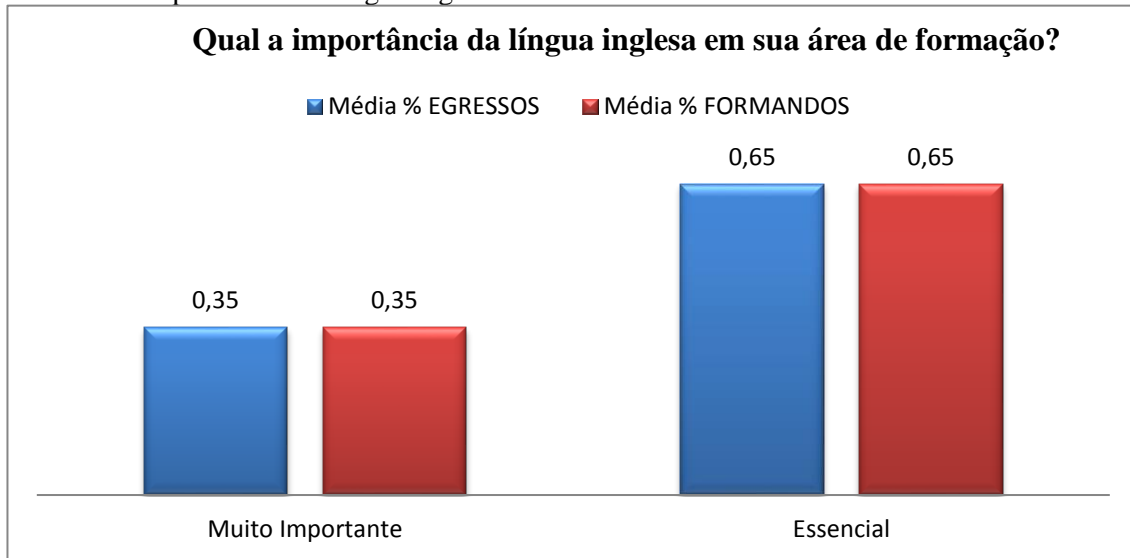
Gráfico 2 - Línguas estrangeiras que domina



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Os dados refletem a questão da média percentual, onde visualizamos que alguns dos entrevistados, tanto egressos quanto formados, em números distintos, afirmam possuir domínio de alguma língua estrangeira, seja inglês ou espanhol. Há um maior impacto na correlação da Língua Inglesa com uma média de 40% para os egressos e 30% para os formados.

Gráfico 3 - Importância da Língua Inglesa

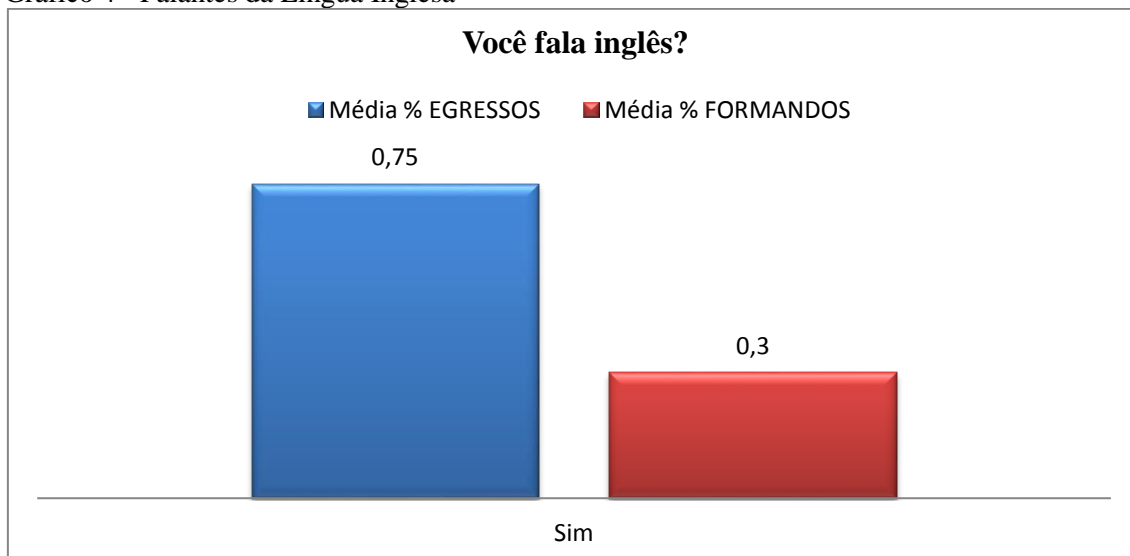


Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Seguindo com a análise, ambos os atores consideraram o domínio da língua inglesa para o mercado de trabalho e em sua formação, com um tratamento considerado “Muito Importante” e “Essencial”, chegando a um percentual médio de 35% e de 65% respectivamente na amostra dos dois cenários.

Apesar de reconhecer a importância que o idioma tem em sua área de formação, bem como ser considerado um diferencial no mercado de trabalho, ainda assim, apenas 30% dos formandos buscou de algum modo suprir essa necessidade.

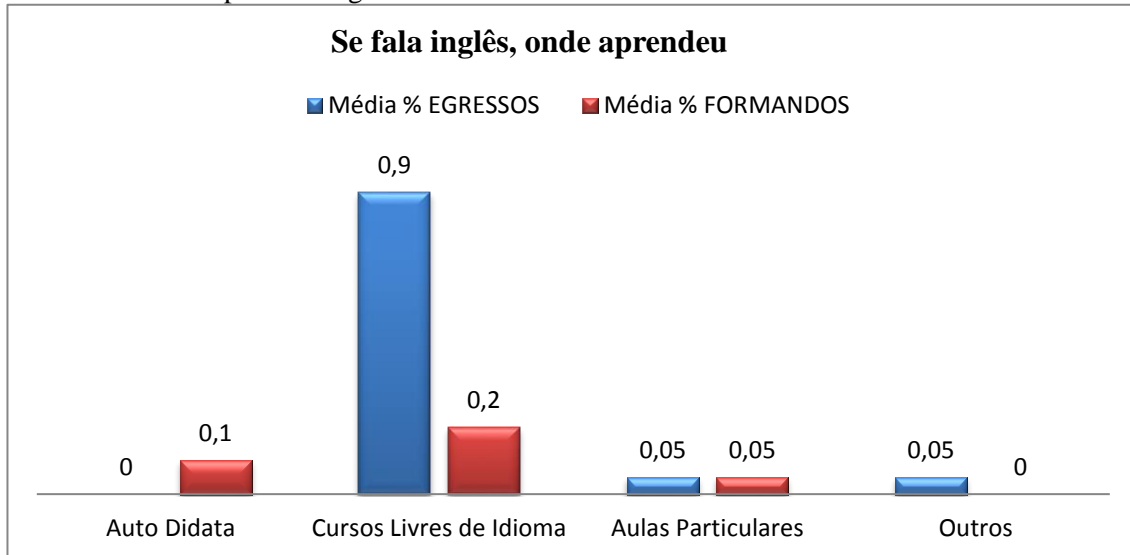
Gráfico 4 - Falantes da Língua Inglesa



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Dentre os participantes, há uma considerável discrepância entre egressos e formandos, quando os mesmos são questionados se dominam a língua inglesa. 75% dos egressos falam inglês, ao passo que apenas 30% dos formandos afirmam dominar a língua.

Gráfico 5 - Onde aprendeu inglês



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Descrevendo a forma de aprendizado, o que se destacou é uma dissonância, ou seja, não apresentou apenas uma fonte central de aprendizado, mas sim, três formas. Para os EGRESSOS, a sua inicialização foi baseada em 90% por Cursos Livres, os demais 10% distribuídos entre aulas particulares com 5% e outras opções com 5%, que é o caso de uma das entrevistadas que afirma ter aprendido a língua durante trabalho exercido num cruzeiro.

Já para os FORMANDOS, temos 10% da amostra indicados com Autodidata, seguindo por 5% em aulas particulares e uma concentração de 20% que adquiriram o conhecimento em Cursos Livres.

Analisando as informações, os egressos apresentaram concentração pela ordenação média diferente dos formandos. Há uma maior incidência para os egressos quanto aos aspectos referentes à adoção dos Cursos Livres, o domínio da língua, a questão essencial de dominar um idioma. Para os formandos, a significância está relacionada à postura essencial da língua no seu cotidiano, quando acreditam ser muito importante ter domínio de uma língua estrangeira, principalmente da língua inglesa.

Para a análise estatística descritiva a seguir, buscou-se ponderar a questão da oralidade da língua inglesa, e se esse fato pode se tornar uma ferramenta facilitadora para a inserção no mercado de trabalho do turismo. Entende-se que o domínio da língua, bem como a importância

que ela possui, a partir dos resultados obtidos na amostragem anterior, é indiscutível a necessidade de dominar as habilidades de escrita, leitura e, sobretudo, a oralidade.

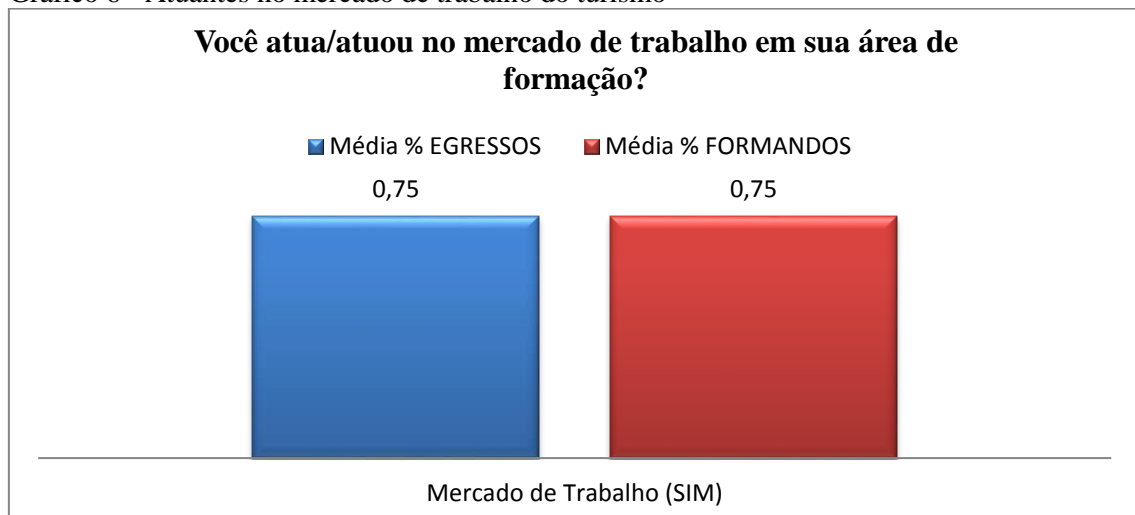
Para tanto, se faz necessário uma relação empírica das informações respondidas no formulário. Buscamos agregar além das questões de compreensão e importância do idioma, que foram trabalhadas nas análises anteriores, o acréscimo da observação relacionada ao mercado de trabalho nas ocupações das atividades da área de turismo, o impacto da língua inglesa na função profissional e se houve alguma perda de oportunidade profissional devido ao não domínio da língua. Seguindo a mesma lógica das análises anteriores, veremos a seguir na Tabela 2 da estatística descritiva.

Tabela 2 - Oralidade e fator de inserção no mercado de trabalho do turismo

EGRESSOS				FORMANDOS			
Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Variável	Observações	Média	Desvio padrão
E_18_MercTrab_S(1)_n(0)	20	0,750	0,444	F_18_MercTrab_S(1)_n(0)	20	0,750	0,444
E_22_Ocup_Turis_S(1)_N(0)	20	0,450	0,510	F_22_Ocup_Turis_S(1)_N(0)	20	0,550	0,510
E_20_Import_N_houv	20	0,150	0,366	F_20_Import_N_houv	20	0,300	0,470
E_20_Pouco_Impor	20	0,150	0,366	F_20_Pouco_Impor	20	0,200	0,410
E_20_Import	20	0,400	0,503	F_20_Import	20	0,150	0,366
E_20_MuitImpor	20	0,200	0,410	F_20_MuitImpor	20	0,050	0,224
E_20_Essenc	20	0,100	0,308	F_20_Essenc	20	0,150	0,366
E_21_PerdOport_S(1)_N(0)	20	0,700	0,470	F_21_PerdOport_S(1)_N(0)	20	0,650	0,489

Fonte: Formulário de Pesquisa, elaborado pelo autor desta dissertação (2017).

Gráfico 6 - Atuantes no mercado de trabalho do turismo

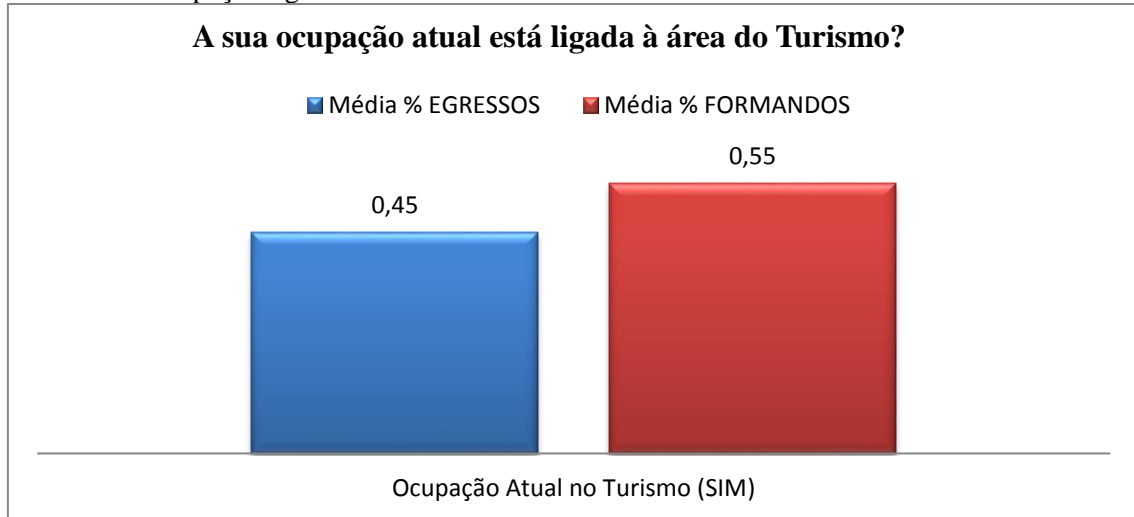


Fonte: Cleber Nogueira (2017).



Foram entrevistados os egressos e formandos se já haviam trabalhado na área de sua formação, ou seja, Turismo. Desse total, ambos obtiveram as mesmas médias, 75% já trabalharam ou trabalham na área.

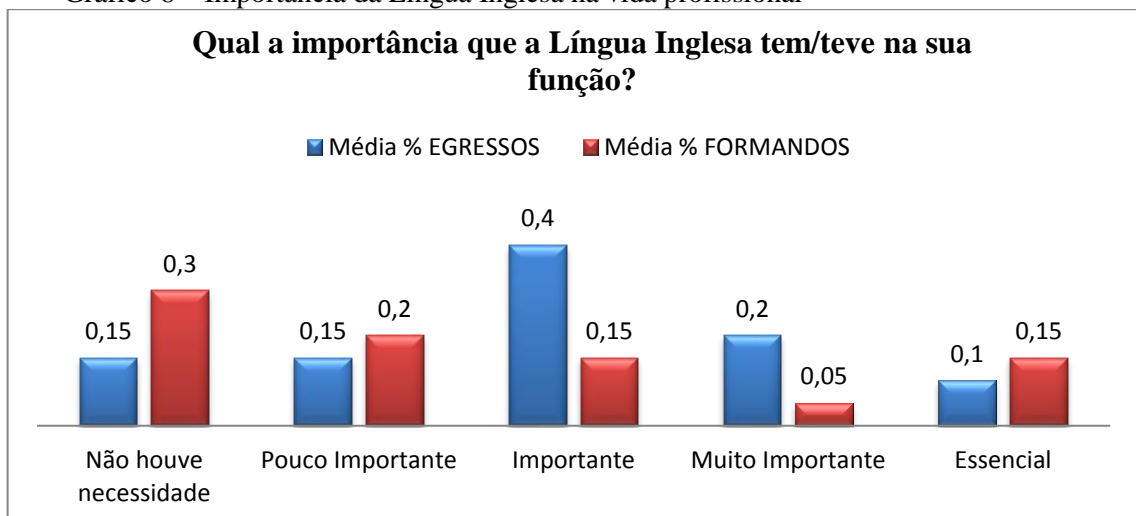
Gráfico 7 - Ocupação ligada ao Turismo



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Desses, 45% dos egressos estão atualmente trabalhando com turismo, e os formandos, 55%. Alguns dos formandos relataram que atuam no mercado de trabalho voltado para o turismo na modalidade de estagiários, talvez isso, justifique um número um pouco superior quando comparamos com os egressos que atuam nesse campo.

Gráfico 8 – Importância da Língua Inglesa na vida profissional

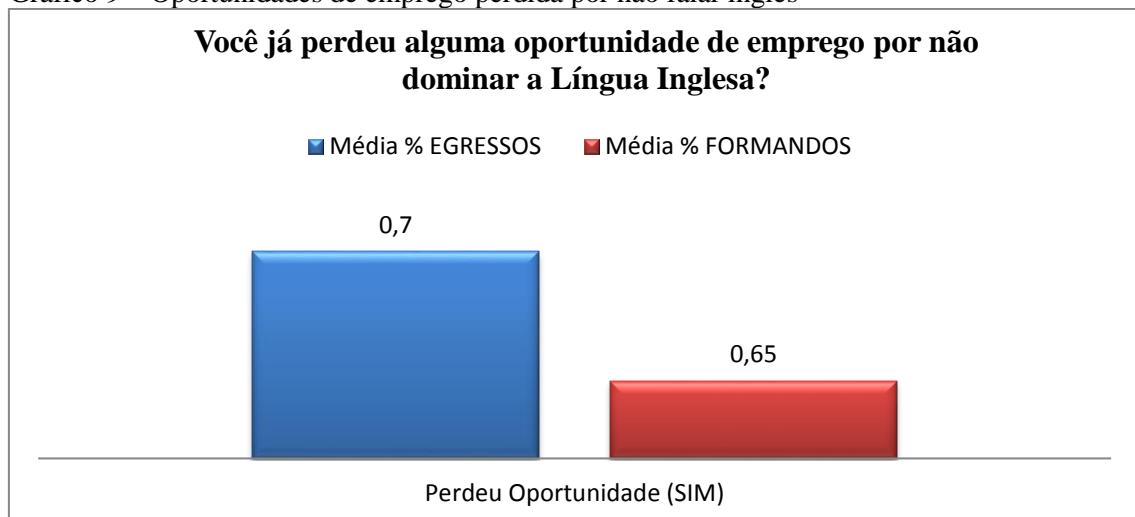


Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Quando os atores foram questionados sobre a importância que a língua inglesa tem ou teve na sua função profissional, especificadamente correlacionada a “oralidade como fator de Inserção no mercado de trabalho do turismo”, percebe-se que o fato de domínio oral é considerado uma ferramenta diferencial. Isso pode ser percebido nos seguintes números: 40% da amostra dos egressos consideram “Importante”, seguido por 20% “Muito Importante”, 10% vão além, entendem como “Essencial. Chama atenção na análise que 15% da amostra considerou que é “Pouco Importante” ou “Não houve necessidade”, totalizando 15% cada, ou seja, para 30% desses egressos, em suas funções profissionais, dominar a língua inglesa não era, necessariamente, relevante. Há que se levar em consideração que apenas 45% deles, atuam na sua área de formação.

Para os formandos, 30% responderam que “Não houve necessidade”, seguidos de 20% que consideraram “Pouco Importante” o fator falar inglês na sua função profissional. Já 15% da amostra indica que é “Importante” o domínio oral, principalmente quando se trata do mercado de trabalho da área de turismo. 5% informam ser “Muito Importante”, finalizando com 15% que afirmam ser “Essencial”, dominar o idioma para atender as demandas exigidas em sua funções.

Gráfico 9 – Oportunidades de emprego perdida por não falar inglês



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Para finalizar esse grupo de perguntas que estão ligadas à língua inglesa e o mercado de trabalho, a análise trouxe dados bastante relevantes, num caráter revelador, porém compreensíveis. Em ambos os casos, tanto egressos como formandos, já passaram por situações de perda de oportunidade no mercado de trabalho, pelo não domínio de língua inglesa. Isso mostra um índice consideravelmente alto, ao passo que evidencia a grande importância de se falar inglês, e como esse fator, em alguns casos pode ser decisivo para o sucesso profissional,

dada a concorrência no mercado, que se mostra cada vez mais exigente. Dessa forma 70% dos egressos e 65% dos formandos indicaram que já perderam alguma oportunidade de trabalho.

Rocha (2010) lembra que aprender um idioma se torna indispensável, uma necessidade primária para profissionais de diferentes áreas e, certamente para aqueles que se preparam para ingressar em um mercado de trabalho que mostra cada vez mais competitivo. Ampliando esta análise, evidenciamos que tanto para egressos como formandos, o domínio da oralidade da língua inglesa impacta no mercado de trabalho de forma direta, visto que “o inglês é uma ferramenta essencial não somente na vida acadêmica desde os cursos de graduação até os de pós-graduação, como também em termos profissionais e assim à inserção no mercado de trabalho em geral e no turismo”. (SILVA, 2015, p. 25).

Dando seguimento a esta investigação científica, e partindo do entendimento das análises dos resultados que já foram aqui já apresentados, é possível estabelecer um de alto grau de correlação dos dados obtidos.

Com as respostas alcançadas, algumas questões necessitam ser investigadas. Até que ponto o desempenho dos atores poderia ter sido diferente levando-se em consideração o histórico curricular de ensino de língua inglesa no curso de Turismo da UNEB? Tal fator pode ter influenciado na transição desses agentes tanto no mercado profissional quanto nas oportunidades que o turismo demandou?

Aplicando as mesmas análises, obtivemos na tabela abaixo as médias percentuais acuradas na pesquisa.

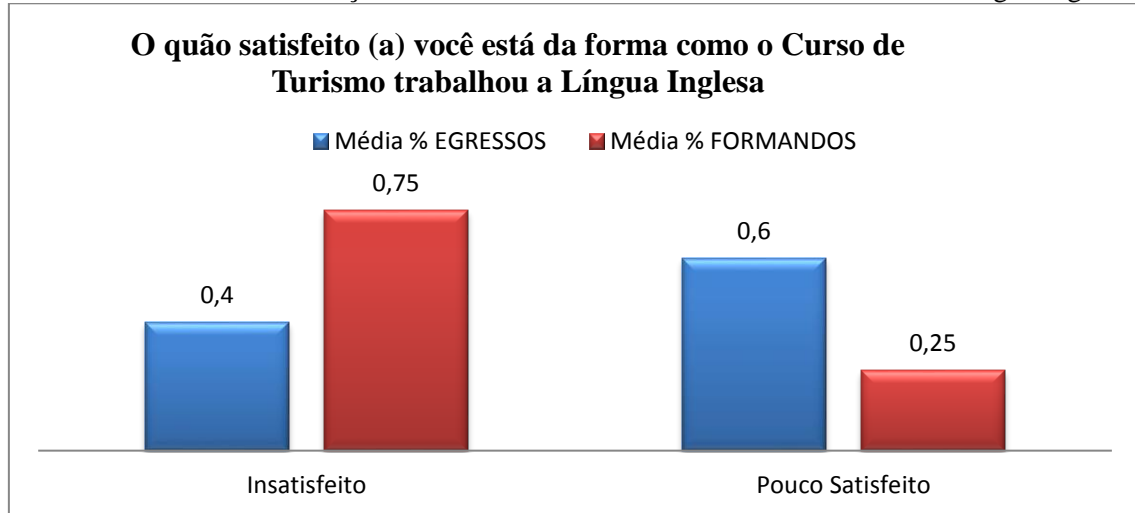
Tabela 3 – Avaliação do histórico curricular de ensino de língua inglesa no curso de Turismo da UNEB

<b>EGRESSOS</b>				<b>FORMANDOS</b>			
Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Variável	Observações	Média	Desvio padrão
E_12_Sim(1)_N(0)	20	1,000	0,000	F_12_Sim(1)_N(0)	20	1,000	0,000
E_13_Sim(1)_N(0)	20	0,000	0,000	F_13_Sim(1)_N(0)	20	0,050	0,224
E_14_Instr/tec	20	0,300	0,470	F_14_Instr/tec	20	0,200	0,410
E_14_pouca	20	0,600	0,503	F_14_pouca	20	0,650	0,489
E_14_outros	20	0,100	0,308	F_14_outros	20	0,150	0,366
E_15_Dific_S(1)_N(0)	20	0,150	0,366	F_15_Dific_S(1)_N(0)	20	0,350	0,489
E_16_Voc_N_Sufic	20	0,005	0,224	F_16_Voc_N_Sufic	20	0,005	0,224
E_16_N_Acomp_Cont	20	0,010	0,308	F_16_N_Acomp_Cont	20	0,005	0,224
E_16_Ingles_Tec	20	0,000	0,000	F_16_Ingles_Tec	20	0,010	0,308
E_16_Didatica_Prof	20	0,000	0,000	F_16_Didatica_Prof	20	0,015	0,366
E_17_OferProg_S(1)N(0)	20	0,000	0,000	F_17_OferProg_S(1)N(0)	20	0,100	0,308
E_25_ConcorPlena	20	0,150	0,366	F_25_ConcorPlena	20	0,050	0,224
E_25_ConcorParcia	20	0,200	0,410	F_25_ConcorParcia	20	0,250	0,444
E_25_DiscorPlena	20	0,400	0,503	F_25_DiscorPlena	20	0,450	0,510
E_25_DiscorTOTAL	20	0,250	0,444	F_25_DiscorTOTAL	20	0,250	0,444

EGRESSOS				FORMANDOS			
Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Variável	Observações	Média	Desvio padrão
E_27_Insastis	20	0,400	0,503	F_27_Insastis	20	0,750	0,444
E_27_PoucSatis	20	0,600	0,503	F_27_PoucSatis	20	0,250	0,444
E_27_Satisf	20	0,000	0,000	F_27_Satisf	20	0,000	0,000
E_27_Muit_satisf	20	0,000	0,000	F_27_Muit_satisf	20	0,000	0,000

Fonte: Formulário de Pesquisa, elaborado pelo autor.

Gráfico 10 – Nível de satisfação da forma como o curso de Turismo trabalhou a Língua Inglesa

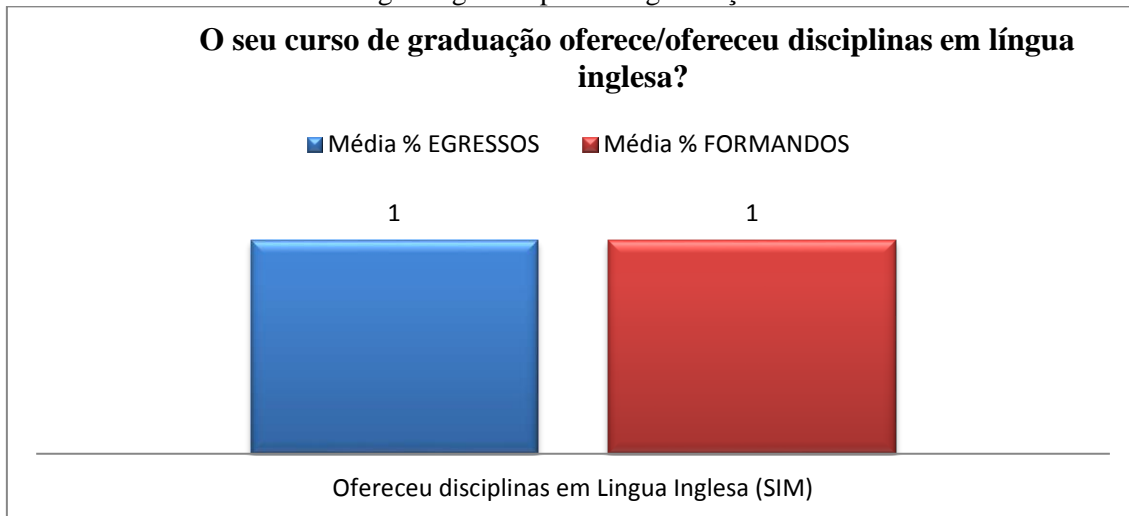


Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Em síntese, observou-se grau de relevância dos atores (egressos e formandos) neste ponto. Foi questionado se estavam satisfeitos pela forma como a grade curricular e o curso, de forma geral, tratou a língua inglesa. Ambos apresentaram alto índice de insatisfação, sendo 75% entre os formandos e 40% entre os egressos. Esses números revelam um resultado preocupante, visto que dentre as opções, as respostas se concentraram em “Insatisfeito” e “Pouco Satisfeito”. Ninguém apontou estar de acordo à forma como o curso conduz e trata a língua Inglesa no programa.

Para registro, o seguinte gráfico confirma que todos os atores têm em sua grade curricular oferta de disciplinas em língua inglesa, tanto para os egressos quanto os formandos.

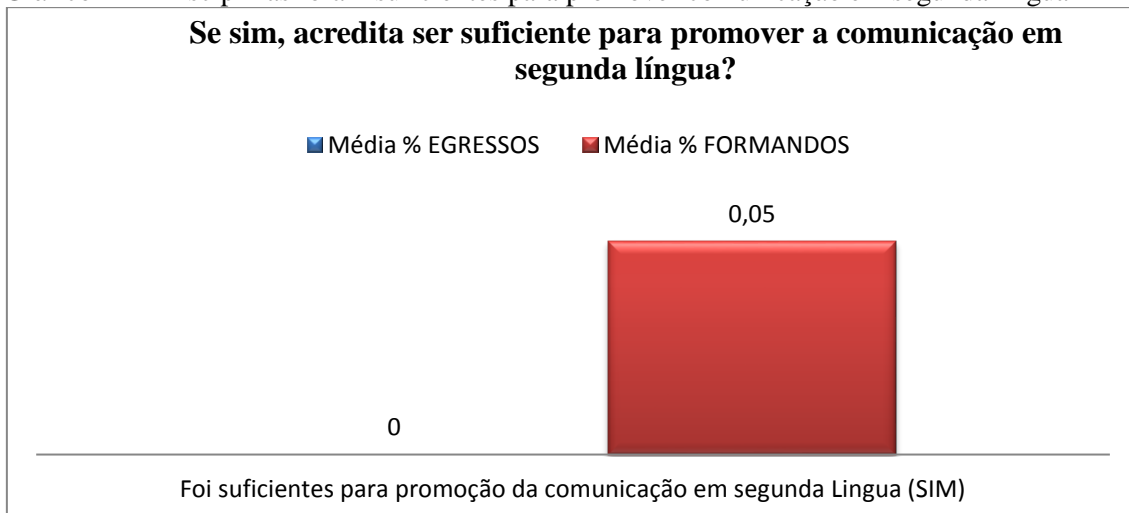
Gráfico 11 – Contato com a Língua Inglesa a partir da graduação em Turismo



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

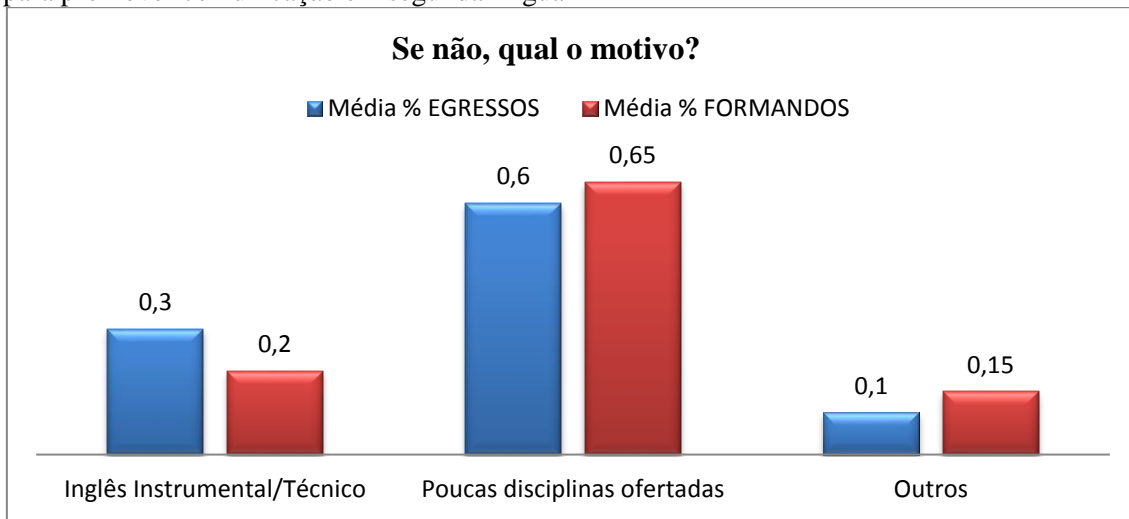
É evidente a carência na promoção e desenvolvimento da comunicação em língua estrangeira. Apenas um formando, o que correspondente a 5% da amostra respondeu que estava satisfeito e que houve crescimento a contento para o desenvolvimento da comunicação em segunda língua no curso.

Gráfico 12 – Disciplinas foram suficientes para promover comunicação em segunda língua



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

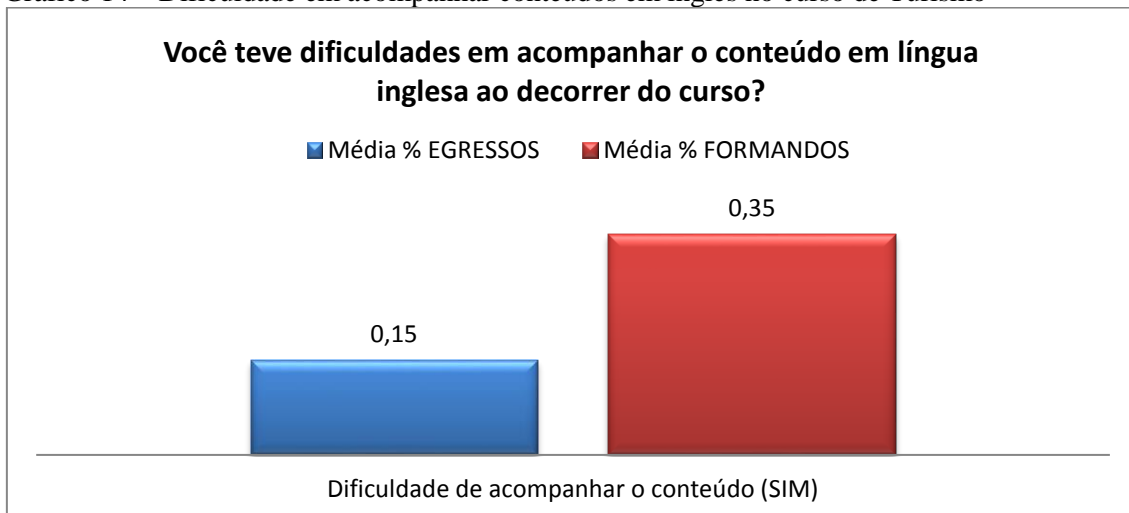
Gráfico 13 – Entrevistados que acreditam que as disciplinas ofertadas em inglês não foram suficientes para promover comunicação em segunda língua



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Analisando do ponto de vista da Universidade, e questionando os agentes se no decorrer do curso tiveram dificuldades em acompanhar o conteúdo e se esse mesmo material foi o suficiente para promover a comunicação, temos uma identificação singular, ou seja, tanto os egressos como os formandos, apontaram que existem “poucas disciplinas ofertadas” em língua inglesa no curso de Turismo. Precisamente, 60% dos egressos e 65% dos formandos sinalizaram essa situação. Isso indica a necessidade de uma intervenção tanto de material quanto de quantidade de oferta que estimulem a oralidade, a escrita e a leitura em língua inglesa.

Gráfico 14 – Dificuldade em acompanhar conteúdos em inglês no curso de Turismo



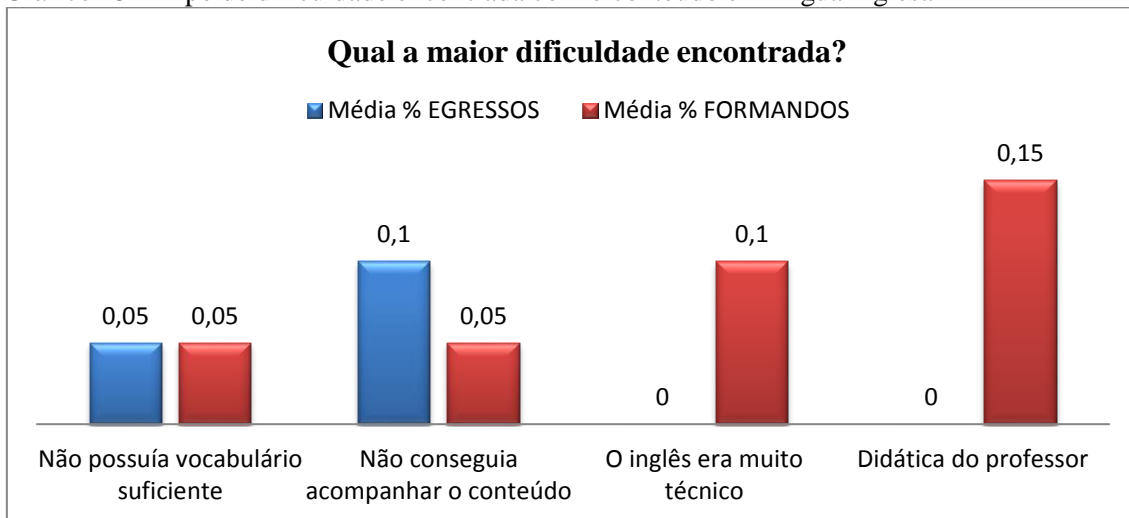
Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Esses índices apresentaram dados altamente relevantes, mesmo havendo uma concepção que evidencia a necessidade de uma maior ação, junto à questão linguística, tanto na

disponibilidade quanto na qualidade de ferramentas para uma total imersão na língua, o método adotado para o aprendizado. Conforme 15% dos egressos e 35% dos formandos mostraram ter dificuldades em acompanhar o conteúdo da língua inglesa no decorrer do curso, conforme gráfico abaixo.

A partir desses dados, uma pergunta se faz necessária, a fim de interpretar os motivos que geram tal percentual de dificuldade em acompanhar os conteúdos em língua inglesa. A seguir, mostramos os pontos mais apontados como fatores de barreira no aprendizado.

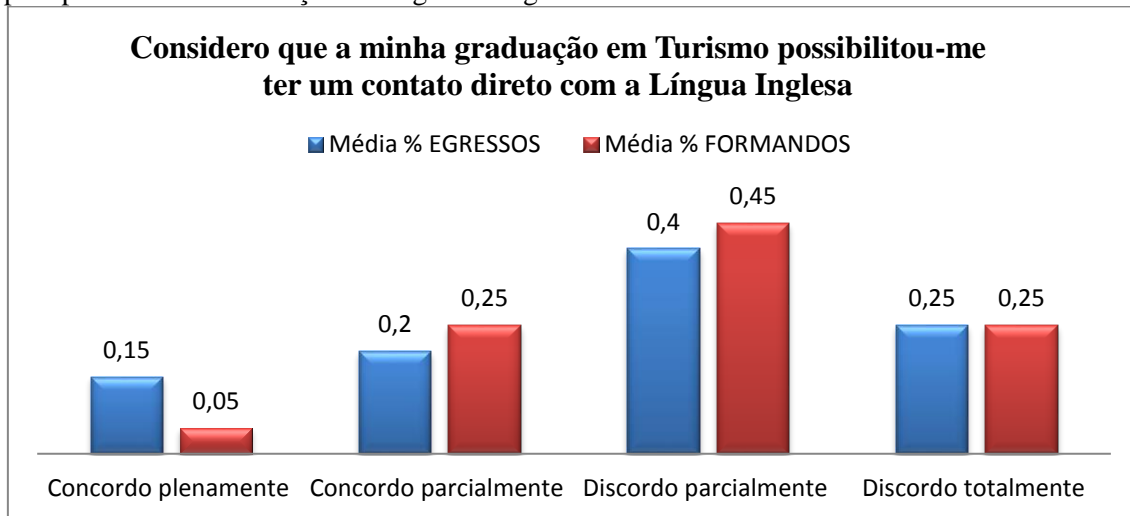
Gráfico 15 – Tipo de dificuldade encontrada com o conteúdo em língua inglesa



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Para 15% dos formandos, a didática adotada pelo corpo docente influenciou de forma desfavorável no aprendizado e na evolução do domínio da língua inglesa no curso. Outro ponto interessante foi que ambos, egressos e formandos, 5% (considerado baixo), ao serem questionados, afirmaram que o vocabulário adquirido era ou foi suficiente. Entre os entrevistados, 10% dos egressos e 5% dos formandos indicaram que não conseguiam acompanhar o conteúdo em sala de aula.

Gráfico 16 – Entrevistados que acreditam que as disciplinas ofertadas em inglês não foram suficientes para promover comunicação em segunda língua

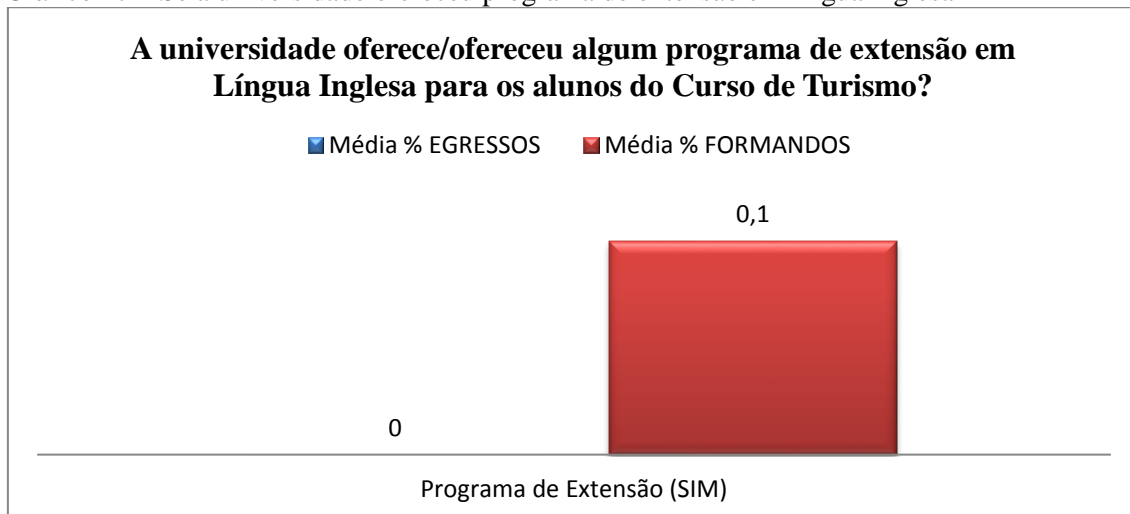


Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Outro dado importante investigado e que, talvez, vincule a questão descrita acima é o contato adjunto da língua e a qualidade do ensino. Segue a compreensão que o resultado dessa questão destacou a uniformidade das respostas, assim os entrevistados “Discordam Parcialmente”, ou seja, 40% dos egressos e 45% dos formandos entendem que a grade curricular não atende as expectativas em relação ao contato da língua com a formação.

Quando questionados se houve alguma ação da Universidade para corrigir tal necessidade, como por exemplo, o oferecimento de programas de extensão a fim de aprimorar a habilidade em língua inglesa, os egressos foram unânimes em afirmar a não existência de qualquer tipo de programa com este fim. Apenas 10% dos formandos, ou seja, dois alunos indicaram haver a iniciativa por parte da instituição.

Gráfico 17 – Se a universidade ofereceu programa de extensão em língua inglesa



Fonte: Cleber Nogueira (2017).



Diante do resultado acima, vale ponderar se esses fatos estão relacionados a alguma falta de percepção do próprio curso no que diz respeito à necessidade real de trabalhar a língua inglesa durante o processo de formação dos seus alunos.

Toda a investigação até o momento permitiu elaborar um retrato a partir de uma análise comparativa entre os egressos e formandos do curso de Turismo da UNEB. A realidade deles em relação à língua inglesa que apresenta alto valor de impacto no mercado de trabalho, não apenas no setor do Turismo, mas sim como um todo.

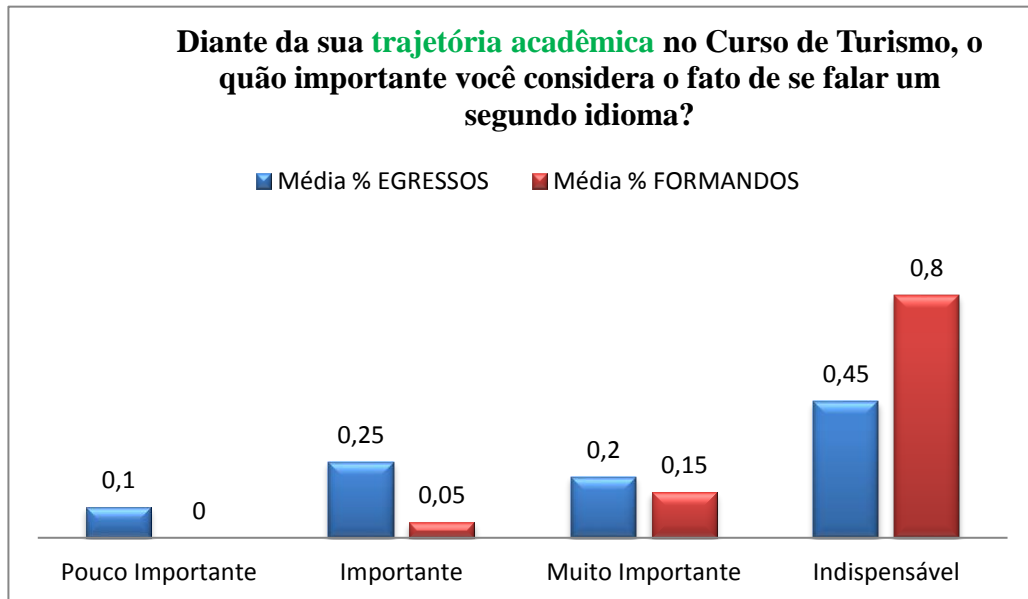
Buscou-se avaliar nessa etapa de que forma esses profissionais, egressos e formandos, se comportam em tal cenário, compreendendo a capacidade de inserção dos mesmos no mercado de trabalho na cidade de Salvador. Na tabela a seguir temos as seguintes informações:

Tabela 4 – Compreender da capacidade de inserção dos formandos e bacharéis em turismo graduados em Salvador

EGRESSOS				FORMANDOS			
Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Variável	Observações	Média	Desvio padrão
E_23_Nad_Import	20	0,000	0,000	F_23_Nad_Import	20	0,000	0,000
E_23_Pouc_Import	20	0,100	0,308	F_23_Pouc_Import	20	0,000	0,000
E_23_Important	20	0,250	0,444	F_23_Important	20	0,050	0,224
E_23_MuitImport	20	0,200	0,410	F_23_MuitImport	20	0,150	0,366
E_23_Indisp	20	0,450	0,510	F_23_Indisp	20	0,800	0,410
E_24_Nad_Import	20	0,000	0,000	F_24_Nad_Import	20	0,000	0,000
E_24_PoucImport	20	0,000	0,000	F_24_PoucImport	20	0,000	0,000
E_24_Import	20	0,150	0,366	F_24_Import	20	0,000	0,000
E_24_MuitIMpor	20	0,500	0,513	F_24_MuitIMpor	20	0,350	0,489
E_24_Indispens	20	0,350	0,489	F_24_Indispens	20	0,650	0,489
E_26_S(1)_N(0)	20	0,850	0,366	F_26_S(1)_N(0)	20	0,550	0,510
E_28_Nao_outrIdi	20	0,350	0,489	F_28_Nao_outrIdi	20	0,400	0,503
E_28_Exigenc	20	0,250	0,444	F_28_Exigenc	20	0,450	0,510
E_28_ElevCarHora	20	0,000	0,000	F_28_ElevCarHora	20	0,250	0,444
E_28_BaixRemun	20	0,250	0,444	F_28_BaixRemun	20	0,250	0,444
E_28_Outras	20	0,150	0,366	F_28_Outras	20	0,000	0,000

Fonte: Formulário de Pesquisa, elaborado pelo autor.

Gráfico 18 – Importância em se falar um segundo idioma na trajetória acadêmica no curso de Turismo



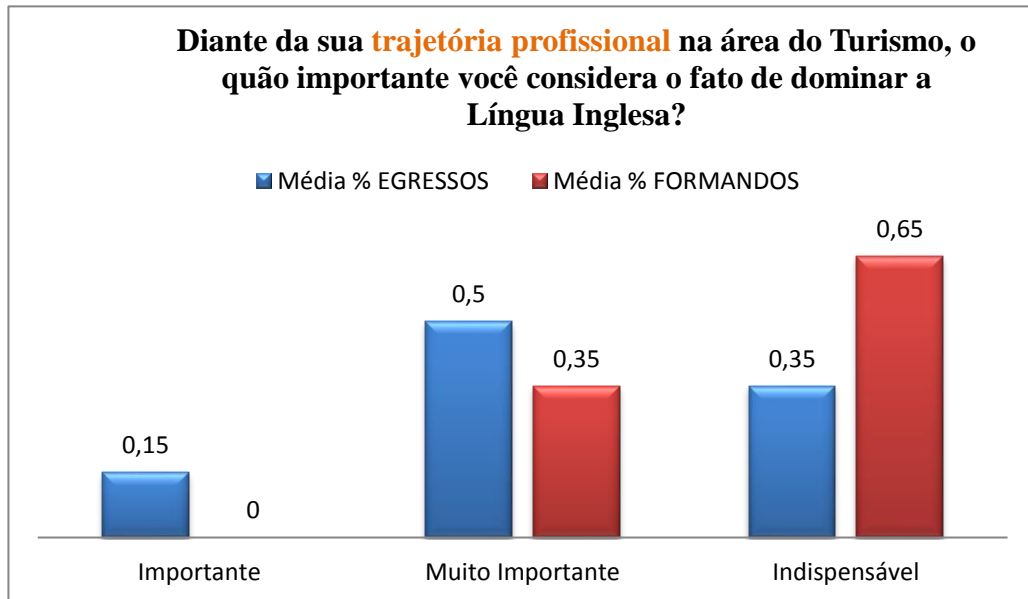
Fonte: Cleber Nogueira (2017).

O quanto importante é para os agentes de estudo, o fato de falar um segundo idioma? Essa questão apresentou resultados bastante marcantes. Entre os egressos, 25% consideram “Importante”, seguido de 20% “Muito Importante” e 45% deles acreditam ser “Indispensável”. Em contrapartida, o resultado obtido a partir das respostas dos formandos desenha outro cenário, no qual 80% deles apontam como “Indispensável” ter o domínio de um segundo Idioma.

Analisando esse quadro, fica evidente que os formandos possuem uma expectativa de realidade profissional mais arrojada. Os egressos, por sua vez, com a vivência pós-formação acadêmica tem outra visão. Entretanto, em ambos os grupos entrevistados, há uma harmonia no fato de considerarem o domínio de uma segunda língua relevante, porém o que chama atenção é a grande concentração dos formandos em relação aos egressos nessa consideração sob a ótica acadêmica.

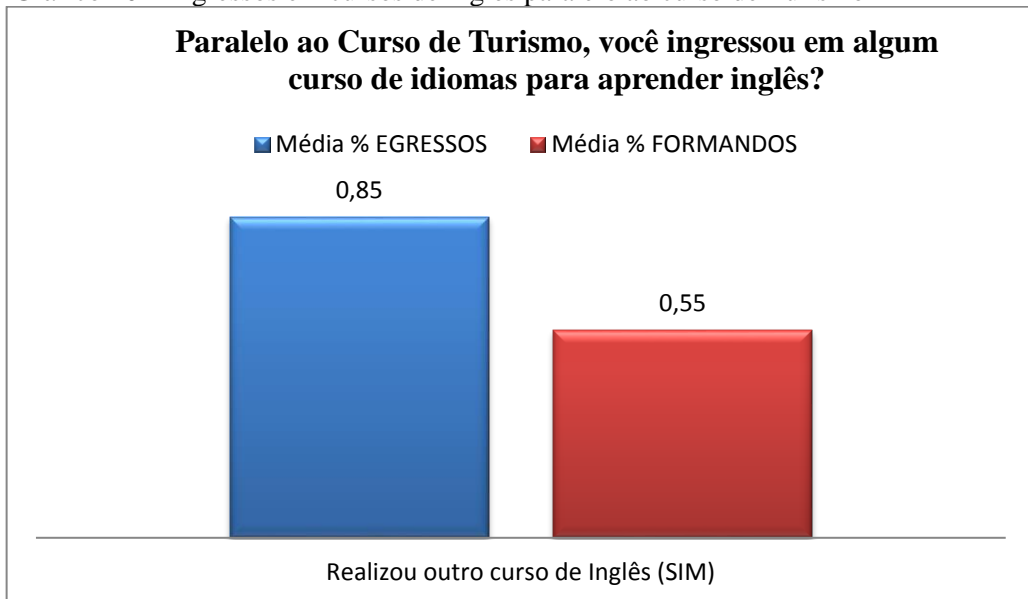
Interpretando o mesmo dado, porém com uma visão profissional a mesma característica descrita acima se repete.

Gráfico 19 – Importância em se falar um segundo idioma na trajetória profissional no campo do Turismo



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Gráfico 20 – Ingressos em cursos de inglês paralelo ao curso de Turismo



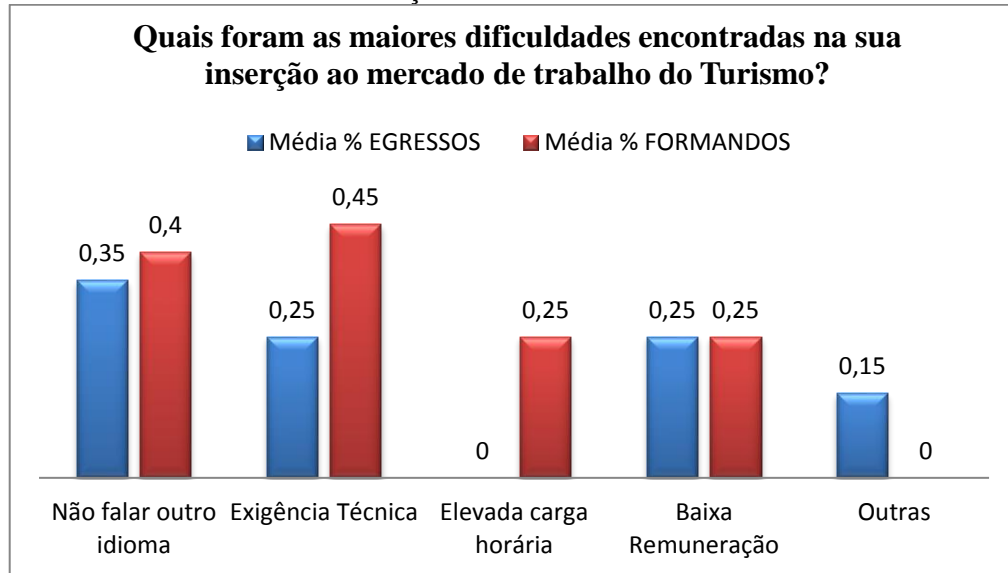
Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Os egressos, 35%, consideram o domínio de uma segunda língua “Indispensável”, já entre os formandos, esse número cresce exponencialmente, 65%. A maior concentração dos egressos, 50%, considera “Muito Importante”.

Outro fator que se harmoniza com todas as estatísticas investigadas e conclui com a condição apontada nesse momento, onde a maior parte dos participantes de ambos os grupos buscou outras formas de atender a necessidade de dominar a língua inglesa. Assim, temos 85%

dos egressos e 55% dos formandos que recorreram, paralelo ao Curso de Turismo, uma instituição que oferecia curso de inglês, a fim de aprender o idioma.

Gráfico 21 – Dificuldades na inserção ao mercado de trabalho do Turismo



Fonte: Cleber Nogueira (2017).

Focando especificamente no mercado de trabalho turístico, apresentamos as maiores dificuldades encontradas por esses agentes profissionais. A análise demonstrou que 35% dos egressos e 40% dos formandos tiveram dificuldades para a inserção profissional por não dominar outro idioma. Ademais, a exigência de qualificação técnica e prática foi outro fator relevante que contribuiu para o insucesso profissional. 25% dos egressos apontaram essa situação e 45% dos formandos registraram perda de oportunidade na área devido a esse fato.

Quando a Universidade forma profissionais com baixo nível de domínio de uma segunda língua, ele acabada se adequando a uma remuneração compatível ao seu nível de conhecimento e qualificação.

## 6 CONCLUSÃO

As análises e apurações de pesquisa desta dissertação foram inseridas num contexto amplificado, a partir de uma investigação multidisciplinar onde, varias visões e cenários foram contemplados permitindo uma conferência de natureza científica, para responder questões pertinentes como verificar a importância do domínio de uma língua já inserida no cotidiano de povos com características distintas, e que passou por diversas fases pela história do pensamento social, cultural e econômico. Com esse panorama partiu-se da percepção subjetiva para uma importância objetiva, sendo um dos principais fatores contemporâneos de sucesso profissional na área do estudo em questão e com ampla importância no mercado baiano, que é o setor do turismo.

Durante a pesquisa bibliográfica, nos foi permitido verificar a importância que a língua inglesa, em caráter comunicativo, exerce entre as comunidades mundo afora, sendo adotada como língua oficial nos tratados econômicos, assim como linguagem universal nos processos intercambiais que giram em torno do turismo em si. Desse modo, o inglês passa a assumir um papel de língua franca, sendo abraçada como idioma utilizado para que todos consigam sistematicamente comunicar-se uns com os outros.

Este trabalho preocupou-se, também, em fazer uma abordagem teórica, tendo o aparato de autores da área, do currículo do ensino superior no curso de turismo. Pensamos ser essencial averiguar o perfil do mesmo, visto que nosso intuito baseava-se em profissionais do setor do turismo nas condições de formandos e egressos. Partindo desse ponto, seguimos com uma cuidadosa e apurada investigação na matriz curricular do curso de turismo da UNEB, que foi o ponto do nosso estudo.

A partir da análise e estudo realizados nessa instituição, pudemos perceber que o currículo da mesma encontra-se pautado nos moldes da LDB e nos PCNs, quanto ao conteúdo que estrutura e sistematiza a construção da educação em turismo, a partir de 1995. Mas estaria o currículo apto a desenvolver, em seus discentes, a habilidade comunicativa em segundo idioma, especificamente em língua inglesa, a fim de prepará-los para o mercado de trabalho que se mostra tão competitivo?

Pensar em uma graduação, onde o curso prepara os seus formandos para ter contato direto com pessoas de outros locais, e, em muitos casos, oriundos de outros países nos faz refletir da necessidade real da imprescindibilidade desses discentes terem contato com, pelo menos, uma língua estrangeira. Se faz necessário ponderar até que ponto um curso com duração de quatro anos está cumprindo com o propósito de assegurar essa habilidade em seus cursistas,

uma vez que apenas dois componentes curriculares em língua estrangeira são oferecidos nesse período. Das três mil horas/aulas que devem ser o mínimo assegurado para o curso de turismo, seriam cento e vinte horas, ou seja, 4% de todo o curso, suficientes para a garantia plena do egresso ante as demandas do exercício da profissão, quanto à necessidade de se falar uma língua estrangeira?

A parte empírica dessa pesquisa traz uma colaboração, numa visão mais prática, a partir de algumas questões pertinentes que nos norteou e nos inquietou durante o processo de desenvolvimento do trabalho.

Tais como: a metodologia da língua inglesa utilizada nos cursos de turismo e o desenvolvimento da oralidade nos educandos, com vistas na inserção dos egressos ao mercado de trabalho; a visão dos discentes do curso de Turismo da UNEB em considerar o domínio da oralidade do inglês no atual contexto da globalização; a existência de políticas institucionais na UNEB voltadas para o ensino de língua inglesa no Curso de Turismo em caráter comunicativo.

Com o resultado que obtivemos, a partir da aplicação de questionário, percebemos que a instituição ora observada, não possui uma metodologia em seu curso específica para a aquisição de língua estrangeira. O inglês ensinado é meramente em caráter instrumental, não conferindo habilidade comunicativa. Com o auxílio da coordenação do curso, pudemos ter acesso a especificidades do curso e ter conhecimento de informações de forma mais amplificada, podendo comprovar a inexistência de programas específicos em aquisição da língua, voltados para o curso de turismo.

As evidências analisadas com a pesquisa aplicada apontaram considerações relevantes para afirmar as hipóteses citadas acima. O fato de que 90% dos entrevistados apontarem que necessitaram buscar alternativas fora da graduação para atender a demanda de educação e aprimoramento da língua através de “Cursos Livres” é de extrema relevância, e esse ponto correlaciona diretamente com outro percentual expressivo, 65% de ambos entrevistados consideraram que o domínio da língua no mercado de trabalho é decisivo, pois sua importância reflete no seu sucesso profissional.

E isso foi observado principalmente pelos formandos quando questionados se estavam satisfeitos com a grade curricular apresentada pelo curso, sendo essa a base do plano de ensino. Um alto grau de proeminência nesse ponto se destacou e 75% indicaram alto índice de insatisfação com as ferramentas de ensino. Quando foram questionados se houve alguma ação da universidade para corrigir tal necessidade, por exemplo, com o oferecimento de programa de extensão a fim de incrementar o desenvolvimento do idioma, nenhum dos egressos respondeu positivamente, e apenas 10% dos formandos indicaram haver a iniciativa. Ou seja,

um estado crítico que deixa evidente a necessidade de, talvez, repensar o currículo do curso em relação a oferta de mais disciplinas ou programas em língua inglesa, voltados especificamente para o Turismo.

No entanto, outra avaliação se faz necessária para aprofundar a reflexão com os resultados apontados, o que acaba reafirmando a necessidade de adequação quando os agentes foram questionados se no decorrer do curso tiveram dificuldades em acompanhar o conteúdo, e se o material utilizado foi o suficiente para promover a comunicação mesmo tendo apenas 4% de carga horária no total do curso. Tanto o egresso como o formando, 60% e 65% respectivamente apontaram que além da situação de pouca oferta, não apresentaram maior dificuldade de compreensão, porém a abordagem trabalhada compreendendo apenas o Inglês Instrumental e Técnico dificultou o desenvolvimento da oralidade de alto padrão que o mercado de trabalho requisita.

Essa circunstância de fragilidade aumenta o percentual massivo quando analisamos a informação pelo foco da importância dada pelos entrevistados do fato de dominar uma segunda língua. Uma parcela de 25% dos egressos considera “Importante”, seguindo de 20% “Muito Importante” e 45% apontam como “Indispensável”. Em contrapartida os Formandos, registram outro cenário, no qual 80% descreve como “Indispensável” ter o domínio de um segundo Idioma. Avaliando essas ponderações de comportamento, e considerando a diferença entre os grupos, percebe-se que os Formandos diferentes dos Egressos se mostram mais esperançosos a respeito do conhecimento necessário para o sucesso pós-graduação.

Partindo do estado atual desse grupo, no cenário profissional onde 75% já trabalharam ou trabalham na área do Turismo. Desses, 45% dos Egressos e 55% dos Formandos estão atualmente exercendo funções e atividades no mercado. Dentro desse cenário, podemos chegar a hipótese que mesmo com as dificuldades de ingressar no mercado de trabalho, ficou comprovado nas análises que 70% dos egressos e 65% dos formandos já passaram por situação de perda de oportunidade por não uma segunda língua.

E esses exemplos respondem outra característica, a remuneração e valoração desses profissionais não condizem com o esperado dos mesmos, porém vale recordar que o mercado, a globalização é competição pura, e que a necessidade de atender com alto padrão reflete um retorno substancial. Quando a Academia oferta bacharelís, profissionais com baixo nível de domínio da língua, o mercado se ajusta e o seu valor, que era esperado, acabada puxando a curva de remuneração para baixo. Gerando insatisfação e descrença, fenômeno que precisa ser muito bem discutido e mais que isso gerar ações de gestão para interpretação e tomada de decisões para correção de tal fato.

Saber absorver a complexidade do turismo como cadeia propulsora de pleno emprego e distribuição de renda de forma capaz de segurar no longo prazo resultados relevantes nesse setor é responsabilidade de toda gestão pública, e por meio da educação e qualificação maximizar o potencial e vocação turística da região.

Em virtude dos fatos mencionados, considerando os objetivos propostos e interagindo com as hipóteses o trabalho respondeu os diversos pontos, aonde a presença da língua inglesa se torna orgânica e que para o setor do turismo é uma ferramenta que assume um papel fundamental, podendo ser um divisor de sucesso. Atender as demandas do mercado profissional começa com um alto grau de investimento em educação de base, migrando para uma graduação focada na qualidade do ensino. É necessário ajustar à proposta de ensino da língua inglesa a realidade contemporânea do mercado no curso de turismo. Assim, esse estudo de caso evidenciou pontos cruciais que avaliam todas as ações até então propostas e executadas pelo modelo de ensino, porém nas conclusões levantadas, percebe-se um cenário de nível descompassado que necessita de ações breves, a fim de que haja harmonia e sucesso entre a academia e a inserção no mercado de trabalho. Este texto termina aqui, abrindo portas para um trabalho futuro e deixando espaço para que outros pesquisadores se sintam motivados a contribuir com suas produções voltadas para o tema explorado.



## REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE, Lillian Maria de Mesquita; BARROS NETO, Jaime José da Silveira. Projetos interdisciplinares em cursos de turismo de nível superior: um relato de experiência. Laranjeiras: In: COLÓQUIO INTERNACIONAL EDUCAÇÃO E CONTEMPORANEIDADE, 4., 2010. **Anais...** 2010.
- ARANHA, Kaline Cunha. Reflexões acerca do ensino no curso superior de turismo: realidade, desafios e tendências. **Revista Ibero-americana de Turismo – RITUR**, Penedo, v. 4, n. 2, p. 67-76, 2014.
- ALMEIDA FILHO, José Carlos Paes de. **Dimensões comunicativas no ensino de línguas**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2002.
- ANAYA, Viviane; TEIXEIRA, Regina Célia. A sociedade contemporânea e a flexibilidade curricular das escolas Plural e Kanamari: os estudos culturais e sua importância no currículo oficial. **Revista e-Curriculum**, v. 2, n. 2, jun. 2007.
- APPLE, M. **Ideologia e currículo**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- ARCE, Domitilla Medeiros, sobre OLIVEIRA, Luciano Amaral. Métodos de ensino de inglês: teorias, práticas, ideologias. **Odisseia**, Natal, RN, n. 15, p. 120-124, jul.-dez. 2015.
- ARIENTI, Wagner Leal; FILOMENO, Felipe Amin. Economia Política do moderno sistema mundial: as contribuições de Wallerstein, Braudel e Arrighi. **Ensaio FEE**, v. 8, n. 1, 2007.
- ARRIGHI, Giovanni. **O longo século XX: dinheiro, poder e as origens de nosso tempo**. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: UNESP, 1996.
- ASSIS-PETTERSON, Ana Antônia de, COX, Maria Inês Pagliarini. Inglês em tempos de globalização: para além de bem e mal. **Calidoscópio**, v. 5, n. 1, p. 5-14, jan./abr. 2007.
- AVENA, Biagio Mauricio. **Por uma pedagogia da viagem, do turismo e do acolhimento: itinerários pelos significados e contribuições das viagens à (trans)formação de si**. 2008. Tese (Doutorado)- Universidade Federal da Bahia (UFBA); Programa de Pós-graduação em Educação, Salvador, 2008.
- BACHMAN, Lyle F. **A habilidade comunicativa de linguagem (Communicative language ability)**. Traduzido por FONTANA, Niura Maria. UCS. **Revista Linguagem & Ensino**, v. 6, n. 1, p. 77-128, 2003.
- BAHIA. EMPRESA DE TURISMO DA BAHIA (BAHIATURSA). **Estatísticas do Turismo na Bahia**. Salvador, 2008. Disponível em: <[www.bahiatursa.ba.gov.br](http://www.bahiatursa.ba.gov.br)>. Acesso em: 13 ago. 2017.
- BALTAR, Marcos. A validade do conceito de competência discursiva para o ensino de língua materna. **Linguagem em (Dis)curso**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 209-228, set. 2010. ISSN 1982-4017. Disponível em: <[http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem\\_Discurso/article/view/308/324](http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/308/324)>. Acesso em: 30 out. 2017.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995. (Coleção Turismo).

BARROS, Carmen Dolores Branco do Rego. **Inglês, a língua global dos dias atuais**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Departamento de Letras, 2005.

BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BECKER, Marcia Regina. ELF: Inglês como língua franca. In: SIMPÓSIO DE REFLEXÕES SOBRE AS METODOLOGIAS E PRÁTICAS DE ENSINO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS MODERNAS, 1., 2009. **Anais...** 2009.

BENI, Mário Carlos. Histórico da formação no Brasil e a integração entre Academia e o Mercado de Trabalho no Turismo. In: ENCOTHUR – ENCONTRO NACIONAL DE COORDENADORES E DOCENTES DOS CURSOS SUPERIORES DE TURISMO E HOTELARIA, 2003, Porto Seguro. **Anais...** Porto Seguro, 2003.

BERNARDINELLO, Luciana. **Pesquisa na Graduação**: os sentidos discursivos e seus reflexos na formação acadêmica dos bacharéis em turismo. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2012.

BLOCK, R. Howard. **A needle in the right hand of God**: the Norman Conquest of 1066 and the Making and Meaning of the Bayeux Tapestry. New York: Random House, 2006.

BOAVENTURA, E. M. **A construção da universidade baiana**: objetivos, missões e afrodescendência [online]. In: \_\_\_\_\_. A criação da universidade do estado da Bahia Salvador: EDUFBA, 2009. p. 29-44.

BRASIL. Mensagem de veto. Mensagem nº 10, DE 18 de janeiro de 2012. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 19 jan. 2012. Seção I. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2011-2014/2012/Msg/VEP-010.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2012/Msg/VEP-010.htm)>. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). **Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)**. 2014. Disponível em: <<http://www.mtecho.gov.br/cbsite/pages/downloads.jsf>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

BRASIL. **Parecer CNE/CES nº 67, de 11 de março de 2003**. Referencial para as Diretrizes Curriculares Nacionais – DCN dos Cursos de Graduação. Brasília: Ministério da Educação, 2003. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0067.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

BRASIL. **Portaria Ministerial MTUR 100/2011**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/legislacao/?p=175>>. Acesso em: 5 set. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Lei Nº 12.591, de 18 de janeiro de 2012. Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício. **Diário Oficial [da República Federativa do Brasil]**, Brasília, DF, 19 jan. 2012. Seção I. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/112591.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112591.htm)>. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRASIL. Resolução Nº 13, de 24 de novembro de 2006. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, 2006.

BROWN, H. D. **Principles of Language Learning and Teaching**. 4. ed. New York: Longman, 2000.

CANO, Wilson. Crise e industrialização no Brasil entre 1929 e 1954: a reconstrução do Estado Nacional e a política nacional de desenvolvimento. **Revista de Economia Política**, v. 35, n. 3, p. 444-460, jul.-set. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rep/v35n3/1809-4538-rep-35-03-00444.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2017.

CASTRO E SILVA, Myrian Lacerda de. **A questão da afetividade no processo de ensino/aprendizagem de LE (inglês): o que leva ao sucesso ou frustração do aprendiz**. Brasília: UNB, 2007.

CHIAVENATO, IDALBERTO. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHOMSKY, Noam. **Knowledge of language: its nature, origin and use**. New York: Praeger, Série Convergence, 1986.

\_\_\_\_\_. **Aspects of language**. Cambridge, Mass: MIT Press, 1965.

COSTA, Márcia. S. Trabalho informal: um problema estrutural básico no entendimento das desigualdades na sociedade brasileira. **Caderno CRH**, Salvador, v. 23, n. 58, p. 171-190, jan./abr. 2010.

CRYSTAL, D. **English as a global language**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

\_\_\_\_\_. **English: the global language**. London: The US English Foundation, 1996.

DE LA TORRE, Oscar. **EL Turismo. Fenômeno Social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

DERWING, T.; MUNRO, M. J. Accent, intelligibility and comprehensibility: Evidence from Four L1s. **Studies in Second Language Acquisition**, n.19, p.1-16, 1997.

\_\_\_\_\_. Processing Time, accent, and comprehensibility in the perception of native and foreign-accented speech. **Language and Speech**, v.38, n.3, p.289-309, 1995.

DI LUCCIO, Flavia. **Do iluminismo à Web semântica: reflexões sobre a comunicação com base em uma única língua**. [S.l.]: [s.n.], 2010.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2008.

DURKHEIM, Émile. **De la division del trabajo social**. Uruguay: Shapire Editor, 1967.

ECO, Umberto. **Em busca da língua perfeita**. São Paulo: EDUSC, 2002.

FIGUEIREDO A. F.; MARZARI, G. Q. **A língua inglesa ao longo da história e sua ascensão ao status de língua global**. Disponível em: <<http://www.unifra.br/eventos/sepe2012/Trabalhos/6753.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2017.

FONSECA, Ana; FAGNANI, Eduardo. (Org.) **Políticas sociais, desenvolvimento e cidadania Economia, distribuição da renda e mercado de trabalho**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013. v.1.

FONSECA, Regina Baruki. ROJAS, Jucimara. **A formação de professores de língua estrangeira no Brasil sob o enfoque do Liberalismo e do Marxismo**. UFMS. Disponível em: <[http://www.histedbr.fe.unicamp.br/acer\\_histedbr/jornada/jornada7/\\_GT2%20PDF/A%20FORMA%C7%C3O%20DE%20PROFESSORES%20DE%20L%C3%93CDNGUA%20ESTRANGEIR A.pdf](http://www.histedbr.fe.unicamp.br/acer_histedbr/jornada/jornada7/_GT2%20PDF/A%20FORMA%C7%C3O%20DE%20PROFESSORES%20DE%20L%C3%93CDNGUA%20ESTRANGEIR A.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2017.

GASTAL, S.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007. (Coleção ABC do Turismo).

GIROUX, H. O pós-modernismo e o discurso da crítica educacional. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Teoria educacional crítica em tempos pós-modernos**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993. p. 41-69.

GOMES, Christianne Luce, et al. Currículo e diretrizes curriculares dos cursos de graduação em turismo: buscando fundamentos para compreender a inserção de conhecimentos sobre o lazer na graduação em turismo em Minas Gerais. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2008, Caxias do Sul. **Anais...** 2008.

GOODSON, I. F. **A construção social do currículo**. Lisboa: EDUCA, 1997.

\_\_\_\_\_. **Currículo: teoria e história**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

GOUIRAND, P. **L'accueil hotelier**. Paris: Editions BPI, 1994.

GRADDOL, D. **English Next: why global English may mean the end of English as a foreign language**. London: The British Concil. 2006. 128pp.

\_\_\_\_\_. **The future of English? A guide to forecasting the popularity of the English language in the 21st century**. London: The British Council, 1997.

HALLAL, Dalila Rosa, et al. O contexto de criação dos cursos de bacharelado em turismo no Brasil. In: COLOQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTIÓN UNIVERSITARIA EN AMÉRICA DEL SUR: BALANCE Y PROSPECTIVA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL MARCO DE LOS BICENTENARIOS DE AMÉRICA DEL SUR, 10., 2010, Mar del Plata. **Anais...** 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/XfoYRS>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

IBT - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMÓLOGOS. [Portal institucional]. 2010. Disponível em: <[https://www.facebook.com/IBTBr/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/IBTBr/info?tab=page_info)>. Acesso em: 20 ago. 2017.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

IZERROUGENE, B. A relação capital-trabalho na economia do conhecimento. **Revista de Economia Política**, v. 30, n. 4, p. 687-705, out.-dez. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rep/v30n4/v30n4a08.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2017.

JANNUZZI, Paulo et al. **CADERNOS DE ESTUDOS DESENVOLVIMENTO SOCIAL EM DEBATE**. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome; Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação, n. 25, 2016.

JENKINS, J. **The Phonology of English as an International Language**. Oxford: OUP, 2000.

KALVA, Julia Margarida. **Identidade nacional e inglês nacional e inglês língua franca: negociações no processo de ensino e aprendizagem de inglês**. 2012. 168 f. Dissertação (Mestrado em Linguagem, Identidade e Subjetividade) - UEPG, Ponta Grossa, 2012.

KOVALEK, O. A língua inglesa no mundo: análise dos cadernos da rede pública do estado de São Paulo. In: SILEL3., 2013, Uberlândia. **Anais...** Uberlândia: EDUFU, 2013.

KUMARAVADIVELU, B. A Linguística Aplicada na era da globalização. In: MOITA LOPES, L. P. da. (Org.). **Por uma linguística aplicada indisciplinar**. São Paulo: Parábola Editorial, 2006. p. 129-148.

LAGES, André Maia Gomes. Concorrência, globalização, e desenvolvimento: elementos para discussão à luz da experiência brasileira. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA POLÍTICA, 3., 1998, Rio de Janeiro. **Anais...** 1998.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.

LE BRETON, Jean-Marie. Reflexões anglófilas sobre a geopolítica do inglês. In: LACOSTE, Yves; RAJAGOPALAN, Kanavillil. **A geopolítica do inglês**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. p. 12-26.

LIMA, Nayra Silva. SILVA FILHO, Marcelo Nicomedes dos Reis. A abordagem comunicativa no processo de aquisição de língua inglesa. **Web-Revista SOCIODIALETO**. Bahc., Linc., Mestrado – Letras – UEMS, Campo Grande, v. 3, n. 9, mar. 2013.

LIMA, Rosangela Nunes de. **A utilização de uma abordagem comunicativa no ensino de inglês em turmas de adolescentes do ensino médio**. Maceió: [s.n.], 2007.

LOBO, Alexandre. **O processo de abolição e a transição para o trabalho assalariado**. WebHumanas. Disponível em: <<http://www.webhumanas.net/o-processo-de--abolio-e-a-transiao-para-o-trabalho-assalariado>>. Acesso em: 14 set. 2017.

MACIEL, Ruberval Franco. Globalização, reformas educacionais e ensino de línguas: colaboração de pesquisa Brasil/Canadá. **Interfaces Brasil/Canadá**, v. 12, p. 253-270, 2011.

MACIEL, Ruberval Franco; ONOFRE, Lidiany Soares Guimarães. Globalização e ensino de língua inglesa no contexto do turismo: considerações teórico-político-metodológicas. **Revista Philologus**, Rio de Janeiro: CiFEFiL, ano 21, n. 63, set./dez. 2015.

MAIO, Ivone dos Passos. **O mercado de trabalho e o bacharel em turismo – estudo das empresas turísticas do Vale do Paranhana e cidades vizinhas**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2010.

MARINGONI, Gilberto. História. O destino dos negros após a Abolição. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). **Revista de Informações e Debates**, n. 458, 24 set. 2011. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com\\_content&id=2673%3Acatid%3D28&Itemid=23](http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2673%3Acatid%3D28&Itemid=23)>. Acesso em: 14 set. 2017.

MARX, K. **Capítulo VI inédito de O Capital**. São Paulo: Siciliano, 2004.

\_\_\_\_\_. **Grundrisse: lineamientos fundamentales para la crítica de la economía política - 1857**. Tradução Fundo de la Cultura Económica. México: Fundo de la Cultura Económica, 1985. t I.

MENEZES, Ana Célia Silva; ARAUJO, Lucineide Martins. **Currículo, contextualização e complexidade: espaço de Interlocução de diferentes saberes**. Salvador: UNEB, [200?].

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. 2012. Disponível em: <[http://www.inf.ufsc.br/~verav/Ensino\\_2012\\_1/ELABORACAO\\_QUESTIONARIOS\\_PESQUISA\\_QUANTITATIVA.pdf](http://www.inf.ufsc.br/~verav/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf)>. Acesso em: 1 out. 2017.

MOREIRA, A. F. B. (Org.). **Currículos e programas no Brasil**. Campinas: Papirus, 1990.

MOTTA-ROTH, Desirée. **Competências comunicativas interculturais no ensino de inglês como língua estrangeira**. 2008. Disponível em: <[http://w3.ufsm.br/desireemroth/algumas\\_publicacoes/competencias.pdf](http://w3.ufsm.br/desireemroth/algumas_publicacoes/competencias.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2017.

\_\_\_\_\_. 'Nós' e os 'outros': competências comunicativas interculturais no ensino de língua estrangeira. São Leopoldo, RS: [s.n.], 2003.

MOURA, Guilherme V. Multiplicadores Fiscais e Investimento em Infraestrutura. **Revista Brasileira de Economia, RBE**. Rio de Janeiro, v. 69, n. 1, p. 75–104, jan.-mar. 2015.

OLIVEIRA, Adelaide Augusta Pereira de. **Verbete: competência comunicativa intercultural**. Pub. Mais definições em trânsito. Salvador: UFBA, 2017. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/COMPETENCIACOMUNICATIVAINTERCULTURAL.pdf>> Acesso em: 30 set. 2017.

OLIVEIRA, Tiago. Mercado de trabalho no Brasil – entre avanços e retrocessos. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese). **UNIVERSO**, n.61, dez. 2016 | Jan 2017. Disponível em: <<http://pre.univesp.br/mercado-de-trabalho-no-brasil#>>. Acesso em: 14 set. 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

\_\_\_\_\_. **O que todo gestor turístico deve saber**. Madrid (Espanha): OMT, 1995.

PAIVA, Carlos Águedo Nagel; CUNHA, André Moreira. **Noções de economia**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2008. p. 452. Disponível em: <[http://funag.gov.br/loja/download/411-Manual\\_de\\_Economia.pdf](http://funag.gov.br/loja/download/411-Manual_de_Economia.pdf)>. Acesso em: 14 set. 2017.

PENNYCOOK, A. **The cultural politics of English as an international language**. London: Longman, 1994.

PHILLIPSON, R. English for whose purposes in the new world order: going beyond national and corporate linguistic imperialism. In: LLURDA, E. (Ed.). **Non-native language teachers: empirical perspectives**. Dordrecht: Kluwer, 2003. p.16-34.

\_\_\_\_\_. **Linguistic imperialism**. Hong Kong: Oxford University Press, 1992.

\_\_\_\_\_. The linguistic imperialism of neoliberal empire. **Critical Inquiry in Language Studies**, Mahwah, v. 5, n. 1, p. 1-43, 2008.

PIRES, E. C. R; **A língua inglesa: uma referência na sociedade da globalização**. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, · 2002.

PERRENOUD, Phillipe. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PORTELA, Keyla Christina Almeida. Abordagem comunicativa na aquisição de língua estrangeira. **E-revista UNIOESTE**, v. 5, n. 5, 2006.

RIBEIRO, L. C. S. Ciclos sistêmicos de acumulação arrighianos e a crise econômica de 2008: será o fim do ciclo norte-americano? **Diálogo e Interação**, v.2, 2009. Disponível em: <<http://www.facrei.edu.br/dialogoeinteracao>>. Acesso em: 18 ago. 2017.

RIBEIRO, W. C. "Globalização e geografia em Milton Santos". El ciudadano, la globalización y la geografía. Homenaje a Milton Santos. **Scripta Nova. Revista electrónica**

de **geografía y ciencias sociales**, Universidad de Barcelona, v. 6, n. 124. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-124h.htm>>. Acesso em: 14 set. 2017.

ROCHA, Claudia Hilsdorf. **Reflexões e proposições sobre o ensino de LE para crianças no contexto educacional brasileiro**. 2006. Dissertação (Mestrado em Letras)- Universidade de Campinas. Campinas, 2006.

ROCHA, Farias Denise. **A importância do inglês no mundo**. Disponível em: <[http://www2.ucg.br/flash/.../A ImportânciaInglês.htm](http://www2.ucg.br/flash/.../A%20Import%C3%A2nciaIngl%C3%AAs.htm)>. Acesso em: 24 out. 2017.

RODRIGUES, A.B. (Org.). **Turismo, modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999.

SACRISTÁN, J. G. **Compreender e transformar o ensino**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 1999.

SANTOS, Adriana Regina de Jesus; CASALI, Alipio Marcio Dias. Currículo e educação: origens, tendências e perspectivas na sociedade contemporânea. **Olhar de professor**, Ponta Grossa, v. 12, n.2, p. 207-231, 2009. Disponível em: <<http://www.uepg.br/olhardeprofessor>>. Acesso em: 8 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. **O currículo uma reflexão sobre a prática**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

\_\_\_\_\_. **Poderes instáveis em educação**. Tradução de Beatriz Affonso Neves. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

SANTOS, Edimíria Góes César. **O despertar de um sonho: a inserção do turismólogo no mercado de trabalho de Salvador-BA**. Salvador: Unifacs, 2015.

SANTOS, Milton. A aceleração contemporânea. In: SANTOS, Milton et al. (Org.). **O novo mapa do mundo**. São Paulo : Hucitec, 1993.

SCHNEIDER, Maria Nilse. **Abordagens de ensino e aprendizagem de línguas: comunicativa e intercultural**. Pelotas-RS. **Revista de Setor de Alemão da UFRGS CONTIGENTIA**, v. 5, n. 1, 2010.

SCHÜTZ, Ricardo. **Assimilação Natural x Ensino Formal**. English Made in Brazil Disponível em: <<http://www.sk.com.br/sk-laxll.html>>. Acesso em: 20 set. 2017.

SCHÜTZ, Ricardo. **Communicative approach: abordagem comunicativa**. English Made in Brazil. Disponível em: <<http://www.sk.com.br/sk-comm.html>>. Acesso em: 4 ago. 2017.

SEIDLHOFER, B. **Understanding English as a lingua franca**. Oxford: Oxford University Press, 2011.

SILVA, Benedito (Coord.). **Dicionário de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: FGV, 1986.



SILVA, Cássio Jânio dos Santos. **Aquisição da competência comunicativa da língua inglesa como fator de inserção no mercado de trabalho e no turismo: exame do problema em uma escola soteropolitana.** Salvador: UNIFACS, 2010.

SILVA, Gisvaldo Bezerra Araujo. **A Língua Inglesa como Imperativo da Globalização. A Página da Educação**, Edição 185, 2009. Disponível em: <<http://www.apagina.pt/?aba=7&cat=522&doc=13507&mid=2>>. Acesso em: 9 ago. 2017.

SILVA, T. T. **Identidades terminais: as transformações na política da pedagogia e na pedagogia da política.** Petrópolis: Vozes, 1996.

SIQUEIRA, Sávio. Inglês como língua internacional: por uma pedagogia intercultural crítica. **Revista Estudos Linguísticos e Literários**, n.52, p. 231-256, ago.-dez.2015.

SOUZA, Melissa Lima de. **A abordagem comunicativa: influências e reflexos no Ensino-aprendizagem de Língua Inglesa.** São Luís: [s.n], 2005.

STAKE, Robert E. **A arte da investigação com estudos de caso.** Tradução de Ana Maria Chaves. USA:Fundação Calouste Gulbenkian, 1995.

TEIXEIRA, Célia Regina. Currículo escolar: um caso de dominação e reprodução social? Um breve esboço. **Revista Dialogia**, v. 4, p. 115-125, 2005. Disponível em: <[http://www3.uninove.br/mkt/publicacoes\\_cient\\_06.php?secao=pubcient&subsecao=6](http://www3.uninove.br/mkt/publicacoes_cient_06.php?secao=pubcient&subsecao=6)>. Acesso em: 4 ago. 2017.

TIRYAKIAN, Edward A. O trabalho em Émile Durkheim. In: MERCURE, D.; SPURK, J. (Orgs.). **O trabalho na história do pensamento ocidental.** Petrópolis (RJ): Vozes, 2005. p. 215-234.

TRENTIN, Cleci Irene. Ensino comunicativo de línguas estrangeiras e a abordagem natural. **Revista de Letras da UTFPR**, v. 4, 2001.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A Sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** – Campinas, SP: Papirus, 1998. (Coleção Turismo).

\_\_\_\_\_. **Cronologia do turismo no Brasil.** São Paulo: CTIITERRA, 1991.

UNEB – UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA. **Estatuto Geral da UNEB.** Salvador, 2012. Disponível em: <<http://www.uneb.br/files/2009/10/Estatuto-UNEB-2012.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Departamento de Ciências Humanas, Campus I. **Estrutura Curricular do Curso de Graduação em Turismo e Hotelaria – Bacharelado.** PROGRAD da UNEB. Salvador, 2012. Disponível em: <<http://www.uneb.br/salvador/dch/turismo-e-hotelaria/estrutura-curricular/>>. Acesso em: 30 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Departamento de Ciências Humanas, Campus I. **Projeto do Curso de Graduação em Turismo e Hotelaria – Bacharelado (Redimensionamento Curricular).** PROGRAD da UNEB. Salvador, 2012. Disponível em: <<https://portal.uneb.br/salvador/wp->

content/uploads/sites/3/2017/01/PROJETO-PEDAG%C3%93GICO-6.pdf>. Acesso em: 30 out. 2017.

VILELA JUNIOR, Guanis de Barros. **ESTATÍSTICA: Teste de Kruskal Wallis**. Disponível em: <<http://www.cpaqv.org/estatistica/kruskalwallis.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2017.

WALESKO, Angela Maria Hoffmann. **A interculturalidade no ensino comunicativo de língua estrangeira: um estudo em sala de aula com leitura em inglês**. Curitiba: UFPR, 2006.

WANDERLEY, L. A. Ciclos sistêmicos de acumulação de Arrighi e padrões de tecnologias. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA POLÍTICA, 14., 2009, São Paulo. **Anais...** 2009.

YAGUELLO, Marina. La langue universalle. **Science et Avenir**, v. 1, n. 428, jan. 2001.

**ANEXO A - LEI Nº 12.591, DE 18 DE JANEIRO DE 2012**

Presidência da República  
Casa Civil  
Subchefia para Assuntos Jurídicos

**LEI Nº 12.591, DE 18 DE JANEIRO DE 2012.**

Reconhece a profissão de Turismólogo e  
disciplina o seu exercício.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º (VETADO).

Art. 2º Consideram-se atividades do Turismólogo:

I - planejar, organizar, dirigir, controlar, gerir e operacionalizar instituições e estabelecimentos ligados ao turismo;

II - coordenar e orientar trabalhos de seleção e classificação de locais e áreas de interesse turístico, visando ao adequado aproveitamento dos recursos naturais e culturais, de acordo com sua natureza geográfica, histórica, artística e cultural, bem como realizar estudos de viabilidade econômica ou técnica;

III - atuar como responsável técnico em empreendimentos que tenham o turismo e o lazer como seu objetivo social ou estatutário;

IV - diagnosticar as potencialidades e as deficiências para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação;

V - formular e implantar prognósticos e proposições para o desenvolvimento do turismo nos Municípios, regiões e Estados da Federação;

VI - criar e implantar roteiros e rotas turísticas;

VII - desenvolver e comercializar novos produtos turísticos;

VIII - analisar estudos relativos a levantamentos socioeconômicos e culturais, na área de turismo ou em outras áreas que tenham influência sobre as atividades e serviços de turismo;

IX - pesquisar, sistematizar, atualizar e divulgar informações sobre a demanda turística;

X - coordenar, orientar e elaborar planos e projetos de marketing turístico;

XI - identificar, desenvolver e operacionalizar formas de divulgação dos produtos turísticos existentes;

XII - formular programas e projetos que viabilizem a permanência de turistas nos centros receptivos;

XIII - organizar eventos de âmbito público e privado, em diferentes escalas e tipologias;

XIV - planejar, organizar, controlar, implantar, gerir e operacionalizar empresas turísticas de todas as esferas, em conjunto com outros profissionais afins, como agências de viagens e turismo, transportadoras e terminais turísticos, organizadoras de eventos, serviços de animação, parques temáticos, hotelaria e demais empreendimentos do setor;

XV - planejar, organizar e aplicar programas de qualidade dos produtos e empreendimentos turísticos, conforme normas estabelecidas pelos órgãos competentes;

XVI - emitir laudos e pareceres técnicos referentes à capacitação ou não de locais e estabelecimentos voltados ao atendimento do turismo receptivo, conforme normas estabelecidas pelos órgãos competentes;

XVII - lecionar em estabelecimentos de ensino técnico ou superior;

XVIII - coordenar e orientar levantamentos, estudos e pesquisas relativamente a instituições, empresas e estabelecimentos privados que atendam ao setor turístico.

Art. 3º (VETADO).

Art. 4º (VETADO).

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 18 de janeiro de 2012; 191º da Independência e 124º da República.

DILMA ROUSSEFF

*José Eduardo Cardozo*

*Paulo Roberto dos Santos Pinto*

*Gastão Vieira*

*Luís Inácio Lucena Adams*

Este texto não substitui o publicado no DOU de 19.1.2012 e retificado em 20.1.2012

**ANEXO B - MENSAGEM Nº 10, DE 18 DE JANEIRO DE 2012**

Presidência da República  
Casa Civil  
Subchefia para Assuntos Jurídicos

MENSAGEM Nº 10, DE 18 DE JANEIRO DE 2012.

Senhor Presidente do Senado Federal,

Comunico a Vossa Excelência que, nos termos do § 1º do art. 66 da Constituição, decidi vetar parcialmente, por inconstitucionalidade, o Projeto de Lei no 290, de 2001 (no 6.906/02 na Câmara dos Deputados), que “Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício”.

Ouvidos, os Ministérios do Trabalho e Emprego, da Justiça e a Advocacia-Geral da União manifestaram-se pelo veto aos seguintes dispositivos:

Arts. 1º, 3º e 4º

“Art. 1º A profissão de Turismólogo será exercida:

I - pelos diplomados em curso superior de Bacharelado em Turismo, ou em Hotelaria, ministrados por estabelecimentos de ensino superior, oficiais ou reconhecidos em todo o território nacional;

II - pelos diplomados em curso similar ministrado por estabelecimentos equivalentes no exterior, após a revalidação do diploma, de acordo com a legislação em vigor;

III - por aqueles que, embora não diplomados nos termos dos incisos I e II, venham exercendo, até a data da publicação desta Lei, as atividades de Turismólogo, elencadas no art. 2º, comprovada e ininterruptamente há, pelo menos, cinco anos.”

“Art. 3º O exercício da profissão de Turismólogo requer registro em órgão federal competente mediante apresentação de:

I - documento comprobatório da conclusão dos cursos previstos nos incisos I e II do art. 1o, ou comprovação do exercício das atividades de Turismólogo, previsto no inciso III do art. 1o;

II - Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), expedida pelo Ministério do Trabalho e Emprego.”

“Art. 4o A comprovação do exercício da profissão de Turismólogo, de que trata o inciso III do art. 1o, far-se-á no prazo de cento e oitenta dias, a contar da publicação desta Lei.”

#### Razão dos vetos

“A Constituição, em seu art. 5o, inciso XIII, assegura o livre exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, cabendo a imposição de restrições apenas quando houver a possibilidade de ocorrer algum dano à sociedade.”

Essa, Senhor Presidente, a razão que me levou a vetar os dispositivos acima mencionados do projeto em causa, a qual ora submeto à elevada apreciação dos Senhores Membros do Congresso Nacional.

Este texto não substitui o publicado no DOU de 19.1.2012

## **ANEXO C - FORMULÁRIO DE PESQUISA APLICADO AOS FORMANDOS E EGRESSOS DO CURSO SUPERIOR EM TURISMO DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA, CAMPUS I**

Trata-se de uma ferramenta com o intuito de averiguar entre os alunos em processo de formação e os egressos do Curso de Turismo da Universidade do Estado da Bahia, Campus I, de que forma a Língua Inglesa contribuiu para sua inserção no mercado de trabalho, no contexto do Turismo na cidade de Salvador.

Prezado colaborador,

Essa pesquisa empírica visa obter dados relevantes a partir de sua vivência no âmbito acadêmico, sua relação com a Língua Inglesa como uma ferramenta facilitadora no seu setor empregatício. As suas respostas serão analisadas, agrupadas a outras para que possam, então, fazer parte do resultado de uma pesquisa que será exposta nessa Dissertação de Mestrado que tem como objeto de estudo: **“O contexto do turismo em Salvador e o domínio da língua inglesa: entre a academia e a inserção no mercado de trabalho”**.

Grato,  
Cleber Nogueira.

### **A. DADOS PESSOAIS**

1. Nome (Opcional):
2. Nome do Curso:
3. Ano de conclusão do curso:
4. Possui outra graduação? Se sim, qual?
  - a. sim
  - b. não
5. Sexo:
  - a. Masculino
  - b. Feminino
6. Faixa etária:
  - a. até 25 anos
  - b. 26 a 35 anos
  - c. 36 a 50 anos

- d. 51 a 65 anos
- e. acima de 65 anos

7. Maior titulação que possui:

- a. graduação
- b. especialização
- c. mestrado
- d. doutorado
- e. pós-doutorado

8. Línguas estrangeiras que domina (lê, fala e escreve):

- a. apenas Português
- b. Inglês
- c. Espanhol
- d. Francês
- e. Italiano

Outra (s) Qual (is)?

## **B. RELAÇÃO DIALÉTICA DA LÍNGUA INGLESA E O CURSO DE TURISMO**

9. Qual a importância da língua inglesa em sua área de formação?

- a. pouco importante
- b. importante
- c. muito importante
- d. essencial

10. Você fala inglês?

- a. sim
- b. não

11. Se fala inglês, onde aprendeu?

- a. autodidata
- b. cursos livres de idiomas
- c. aulas particulares
- d. fora do país
- e. outros (favor, especificar)

12. O seu curso de graduação oferece/ofereceu disciplinas em língua inglesa?

- a. sim
- b. não



13. Se sim, acredita ser suficiente para promover a comunicação em segunda língua?

- a. sim
- b. não

14. Se não, qual o motivo?

- a. inglês instrumental/técnico
- b. poucas disciplinas em língua inglesa ofertadas no curso
- c. outros

15. Você teve dificuldades em acompanhar o conteúdo em língua inglesa ao decorrer do curso?

- a. sim
- b. não

16. Se sim, qual a maior dificuldade encontrada?

- a. não possuía vocabulário suficiente
- b. não conseguia acompanhar o conteúdo
- c. o inglês era muito técnico
- d. a didática do professor
- e. outras

17. A universidade oferece/ofereceu algum programa de extensão em Língua Inglesa para os alunos do Curso de Turismo?

- a. sim
- b. não

### **C. LÍNGUA INGLESA E O MERCADO DE TRABALHO**

18. Você atua/atuou no mercado de trabalho em sua área de formação?

- a. sim
- b. não

19. Se sim, em que área atua/atuou?

20. Qual a importância que a Língua Inglesa tem/teve na sua função?

- a. não há/houve necessidade de usar o inglês
- b. pouco importante
- c. importante

- d. muito importante
- e. essencial

21. Você já perdeu alguma oportunidade de emprego por não dominar a Língua Inglesa?

- a. sim
- b. não

22. A sua ocupação atual está ligada à área do Turismo?

- a. sim
- b. não

#### **D. ENTRE A ACADEMIA E O MERCADO DE TRABALHO**

23. Diante da sua trajetória **acadêmica** no Curso de Turismo, o quão importante você considera o fato de se falar um segundo idioma?

- a. nada importante
- b. pouco importante
- c. importante
- d. muito importante
- e. indispensável

24. Diante da sua trajetória **profissional** na área do Turismo, o quão importante você considera o fato de dominar a Língua Inglesa?

- a. nada importante
- b. pouco importante
- c. importante
- d. muito importante
- e. indispensável

25. Considero que a minha graduação em Turismo possibilitou-me ter um contato direto com a Língua Inglesa.

- a. concordo plenamente
- b. concordo parcialmente
- c. discordo parcialmente
- d. discordo totalmente

26. Paralelo ao Curso de Turismo, você ingressou em algum curso de idiomas para aprender inglês?

- a. sim
- b. não

27. O quão satisfeito (a) você está da forma como o Curso de Turismo trabalhou a Língua Inglesa.

- a. insatisfeito
- b. pouco satisfeito
- c. satisfeito
- d. muito satisfeito

28. Quais foram as maiores dificuldades encontradas na sua inserção ao mercado de trabalho turístico? (Pode assinalar mais de uma opção.)

- a. não falar outro idioma
- b. exigência de qualificação técnica e prática não oferecida pelo curso
- c. elevada carga horária de trabalho
- d. baixa remuneração.
- e. outras

29. Deseja fazer algum comentário que possa contribuir para esta pesquisa?