

A Cadeia Hoteleira em Quixadá: Hospedagem de Turistas Estrangeiros Falantes de Inglês

Nicolai Henrique Dianim BRION

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, Campus de Quixadá, Estrada do Açude Cedro, km 5, Cedro Novo, Quixadá-CE, nicolaidianim@ifce.edu.br

RESUMO

Levando-se em consideração as ações políticas voltadas para a interiorização do turismo, com destaque para o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), e os consequentes resultados positivos que alguns municípios do interior do estado têm conseguido alcançar, o presente estudo tem por objetivo investigar, através de uma pesquisa de campo predominantemente quantitativa, de que forma os turistas estrangeiros, mais precisamente aqueles falantes de língua inglesa, estão sendo acolhidos pela cadeia hoteleira da cidade de Quixadá, no tocante às suas especificidades linguísticas. Em outras palavras, se os hotéis dispõem de um aparato mínimo para bem servi-los. Como instrumento de pesquisa, foram realizadas entrevistas com proprietários/gerentes e funcionários dos maiores estabelecimentos de hospedagem do município, com base em seu número de unidades habitacionais. Os principais resultados apontam para o despreparo linguístico da maioria dos proprietários/gerentes e funcionários, além da falta de estrutura dos próprios estabelecimentos – ausência de sinalização bilíngue, por exemplo. Há de se ressaltar, porém, que parece haver consciência de que é preciso empreender significativas melhorias, a fim de que Quixadá possa progredir social e economicamente, por meio do turismo.

Palavras-chave: turismo, interiorização, estrangeiros, língua inglesa, Quixadá.

1. INTRODUÇÃO

As atividades ligadas ao segmento do turismo, compreendidas pelo setor terciário da economia, têm sido responsáveis por significativa parcela de crescimento do produto interno bruto (PIB) brasileiro, bem como pela geração de novos empregos, diretos e indiretos, nos últimos anos.

Em nível mundial, dados estatísticos indicam que essas atividades têm crescido mais rapidamente que o PIB em aproximadamente 1,3 vezes. Enquanto o índice médio de crescimento do turismo atingiu em torno de 4,7% ao ano, de 1975 a 2000, o PIB obteve, no mesmo período, média de 3,5% ao ano (SEBRAE, 2005).

No entanto, a maneira de se desenvolver e trabalhar com turismo tem mudado, especialmente nas últimas duas décadas. Pereira (2008) destaca a criação do Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) pelo Governo Federal, em 1987, o que possibilitou o crescimento de atividades turísticas em diversas cidades do interior do país.

Diante desse paradigma alternativo, regiões antes tidas como inóspitas, isto é, que apresentavam baixa viabilidade para o recebimento de turistas – como o sertão nordestino, com seu áspero clima semi-árido –, vêm conseguindo mostrar resultados ao mesmo tempo positivos e inspiradores. Essas mudanças, de certa forma corrigem, ou pelo menos suavizam, a disparidade de investimentos entre regiões costeiras e interioranas praticados até então.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Ecoturismo e Turismo de Eventos e Negócios

Brito (1999), em sua caracterização das práticas turísticas denominadas alternativas, aponta o declínio do turismo massificado, que cede lugar ao individualizado (e também de pequenos grupos); o tratamento padronizado dá espaço ao personalizado. Assim, existe uma tendência ao turismo sustentável, que busca

conhecer de modo respeitador e responsável, ao mesmo tempo em que preserva a autenticidade local. Atitudes como essas vão de encontro às negativas práticas turistificadas, que degradam o meio ambiente e depredam a cultura.

Entre as modalidades desse turismo inovador, o ecoturismo tem papel primordial, na medida em que, de acordo com o documento interministerial “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo”, constitui:

segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas (BNDES, 2000, p. 1).

Há de se ressaltar ainda que o bem-estar das populações locais advém não somente de sua consciência ecológica de espírito preservador, mas também da oportunidade de alcançar melhor qualidade de vida por meio dos benefícios econômicos que a conservação e a exploração responsável do ambiente podem oferecer.

No estado do Ceará, exemplo prático de bons resultados na área do ecoturismo é o município de Ubajara, localizado na mesorregião do Noroeste Cearense, na divisa com o estado do Piauí.

A principal atração da cidade é, sem dúvida, o Parque Nacional de Ubajara, famoso, entre outros motivos, por ser o menor parque nacional do país, com apenas 563 hectares de extensão. Além disso, no território do parque, os turistas podem contemplar cachoeiras, plantas e animais silvestres, participar de trilhas guiadas, fazer uma visita à Gruta de Ubajara e aproveitar a vista panorâmica proporcionada pelo passeio de teleférico.

Aliado ao ecoturismo, o turismo de eventos e negócios é outra modalidade que vem crescendo em importância e geração de renda. A Organização Mundial do Turismo (OMT) estima que esse segmento seja responsável por 850 bilhões dos 3,4 trilhões de dólares arrecadados, a cada ano, pelo setor de turismo, em todo o mundo. Ademais, sua taxa de crescimento anual está avaliada em cerca de 30% (SEBRAE, 2005).

Foi através do desenvolvimento dessa modalidade turística que o município de Tejuçuoca ganhou reconhecimento como a “Capital Cearense do Bode”. Essa cidade é prova concreta de que a ação conjunta entre o poder público e a sociedade civil organizada, mediante um plano estratégico de metas, pode modificar completamente a realidade de lugares interioranos, antes sem grandes perspectivas de melhoria da qualidade de vida de seus cidadãos.

A maioria das famílias da região sobreviviam do plantio de milho e feijão, enquanto o cultivo de algodão ajudava a sustentar a economia. Com o declínio da cultura algodoeira, na década de 1990, a prefeitura começou a formular um plano de desenvolvimento sustentável que privilegiasse as belezas naturais da cidade, como o conjunto de cavernas “Furna dos Ossos”, e concomitantemente organizasse e fortalecesse o arranjo produtivo local, criando novas alternativas de trabalho para a população.

Nascia naquele momento, embora não se tivesse plena consciência disso, o “Projeto Tejubode”. O próximo passo foi a consolidação de parcerias que contribuíssem para sua execução. Assim, entidades e empresas ministraram cursos de capacitação em várias áreas, desde liderança e empreendedorismo, passando pela instrução de produtores rurais, até a formação de guias de turismo, produção de artesanato e hotelaria.

Desde a realização do primeiro festival de caprinos e ovinos, em abril de 2002, a cidade tem apresentado visível desenvolvimento econômico, comprovado pelo significativo aumento da renda local. Houve também melhoria na qualidade dos benefícios sociais oferecidos à população, bem como sua diversificação.

Outro festejo, que teve início na mesma época, em uma região serrana do estado, foi o Festival de *Jazz e Blues* de Guaramiranga, realizado em um município cuja economia gira em torno da agropecuária e do turismo.

Como atividade turística, o Festival de *Jazz e Blues* é um evento que já faz parte da tradição dessa cidade. Acontece anualmente, no período do carnaval, desde 2000. Nas palavras de Torres (2007, p. 69), o festival “[...] é uma ferramenta que impulsiona o turismo na época de sua realização, bem como pelo tempo de sua existência, serviu e serve de alavanca para o turismo em outras épocas do ano, em toda a região”.

É possível perceber claramente, ainda segundo Torres (2007), a influência positiva de uma variedade do turismo – nesse caso, o turismo de eventos – sobre outras atividades turísticas que vieram a ser desenvolvidas na região, tais como: ecoturismo e turismo de aventura (trilhas, rapel, tirolesa), turismo cultural (encontro de cordelistas, mostra junina, festival de flores, festival de teatro amador) e turismo

gastronômico (festival de vinho, festival de *fondue*, festival de gastronomia).

Semelhantemente ao que aconteceu em Tejuçuoca, o turismo foi responsável, em grande parte, pela geração de emprego e renda para os habitantes de Guaramiranga e para a população do Maciço de Baturité, em geral.

2.2 Caracterização de Quixadá e de Seus Potenciais Turísticos

Em Quixadá, assim como nos municípios do interior do Ceará apresentados acima, o turismo poderá abrir portas para o progresso local e regional, desde que algumas condições sejam observadas.

Embora a economia quixadaense dependa fundamentalmente do setor terciário, o segmento do turismo, em particular, é ainda pouco explorado. Além de belas paisagens e trilhas propícias à prática do ecoturismo e de esportes de aventura, a cidade dispõe de várias atrações para os visitantes, como o próprio Açude do Cedro, o Chalé da Pedra, o Santuário Nossa Senhora Imaculada Rainha do Sertão, entre outras.

Duarte (2008) lista pelo menos sete segmentações turísticas possíveis de ser exploradas no município: ecoturismo, turismo cultural, turismo religioso, turismo de estudo e intercâmbio, turismo de esporte, turismo de aventura e turismo rural. A autora destaca, também, o quão paradoxal é o fato de Quixadá estar fora de roteiros turísticos nacionais e internacionais, se for levado em consideração o enorme potencial daquela região.

Todavia, de nada adianta o potencial se não se traçarem caminhos para tirar proveito dele. De acordo com Duarte (2008), sem um número mínimo de atividades básicas, não se pode desenvolver o turismo em uma região. Entre tais atividades, temos: infraestrutura de transportes, agenciamento, hospedagem, alimentação, recepção, eventos, recreação, entretenimento, acessibilidade ao local, saúde e segurança.

Não obstante a falta de organização do poder público local, dos empresários e da sociedade civil como um todo, o turismo sobrevive em Quixadá. Naturalmente que dentro de padrões muito inferiores aos que de fato poderiam existir, mas ao menos não se extinguiu por completo. Uma vez que as dificuldades mais evidentes sejam solucionadas, esse município certamente poderá se tornar referência turística nos Sertões Cearenses.

Por ora, duas das modalidades de maior destaque são: o turismo de esporte e o turismo de aventura. O distrito de Juatama é famoso, nacional e internacionalmente, por abrigar um dos melhores locais do mundo – quiçá o melhor – para a prática de voo livre. Nessa localidade tem acontecido, anualmente, desde 1992 (de acordo com seus organizadores), um desafio que reúne os melhores atletas dessa categoria esportiva: o “X Ceará”.

Em uma das edições do evento, metade dos 40 participantes vinha de fora do país. Ao tomar conhecimento desse e de outros fatos ligados à visita estrangeira à região, surgiu o interesse em investigar, no contexto da deficitária estrutura turística municipal, de que maneira esses visitantes estão sendo recepcionados.

2.3 O Turista Estrangeiro no Brasil: Algumas Limitações Nacionais

Seria insensato pensar em atividades turísticas voltadas para o público estrangeiro sem levar em consideração a necessidade de adaptações. Afinal, a regra de ouro das relações comerciais pontua: o cliente sempre tem razão. Com o turismo, não é diferente. Se um determinado local, quer seja todo um município, quer seja uma pequena pousada, deseja abranger essa fatia do mercado, precisará se adequar às suas exigências.

Um estudo desenvolvido pelo BNDES (1999), tomando por base pesquisas realizadas pela EMBRATUR, em 1997, aponta as principais insatisfações dos turistas estrangeiros em relação à visita ao Brasil. Entre elas, destacamos: sinalização turística (21,7%), comunicações (17,3%) e informação turística (13,3%). Outras reclamações incluem também limpeza urbana, transporte urbano, segurança pública, aeroportos e hotelaria.

Embora os dados apresentados não sejam tão recentes, outra publicação, mais atual, de autoria da mesma entidade, confirma que pouco mudou desde então:

Ademais, apesar de ter evoluído sobremaneira em infra-estrutura, tecnologia, opções de lazer, comodidade, serviço e atendimento humano, inclusive com a entrada de diversas bandeiras hoteleiras internacionais, o Brasil ainda fica muito aquém em diversos itens fundamentais para que seja considerado um destino à altura dos turistas mais exigentes,

como segurança, infra-estrutura, limpeza urbana, informação turística e pessoal habilitado à comunicação em línguas estrangeiras (BNDES, 2005, p. 131) [grifo do autor].

Como é possível notar, o turista estrangeiro encontra-se em uma situação bem mais delicada, quando comparado ao brasileiro, uma vez que o volume de informações de que carece em língua não-nativa é bastante grande. É relativamente comum encontrarmos *folders*, produzidos pelas secretarias de turismo municipais, promovendo as belezas de determinada cidade; há também informações no *site* oficial de cada prefeitura. Porém, encontrar os mesmos textos publicados em língua estrangeira é mais raro, o que dá ao público que vem de fora uma sensação de desassistência.

2.4 O Inglês Como Língua Franca Mundial

A falta de auxílio aos estrangeiros torna-se ainda mais evidente se levarmos em consideração que a língua inglesa assume hoje, indiscutivelmente, condição de língua franca mundial, isto é, língua não vernácula utilizada para mediar relações políticas, econômicas e sócio-culturais entre diversos países. Nas palavras de Schütz (2007 apud COSTA, 2009, p. 222), o inglês é o latim contemporâneo, tamanha a sua importância e alcance territorial.

A expansão da língua inglesa e, conseqüentemente, sua elevação à posição que correntemente ocupa, explica-se, em grande parte, devido ao poderio econômico atingido pela Inglaterra, com a Revolução Industrial, ao fortalecimento político-militar dos EUA, após a Segunda Guerra, e ao aprimoramento das telecomunicações, ao longo do século XX.

Crystal (1998 apud COSTA, 2009, p. 222) afirma que “[...] as estimativas mais radicais, incluindo falantes com níveis de menor percepção e fluência, sugerem que atualmente existem cerca de um bilhão de falantes de língua inglesa [...]”. Além disso, segundo Schütz (2007 apud COSTA, 2009, p. 223), “[...] há estimativas de que 75% de toda comunicação internacional por escrito, 80% da informação armazenada em todos os computadores do mundo e 90% do conteúdo da Internet estão em língua inglesa”.

Assim, não é possível conceber o mercado global constituído pelo turismo, atualmente, de forma desvinculada desse idioma, uma vez que sua “[...] articulação, ou, principalmente, o acesso a ele pode se dar pelo domínio oral e escrito da língua inglesa” (COSTA, 2009, p. 219). Logo, torna-se claro que turismólogos e demais profissionais ligados ao segmento turístico devem buscar, em sua formação, o domínio do inglês.

3. DESCRIÇÃO DA PROPOSTA

Diante do quadro exposto, esta pesquisa assume como principal objetivo investigar o grau de preparo dos hotéis do município de Quixadá para receber e hospedar turistas estrangeiros falantes de inglês, quer seja como língua nativa, segunda língua ou língua estrangeira.

Além disso, objetivamos identificar o nível de preparo linguístico de funcionários dos hotéis, analisar a presença de sinalização e instruções específicas para turistas estrangeiros falantes de inglês e, finalmente, diagnosticar as dificuldades mais comuns de funcionários ao lidar com esse tipo de público.

4. METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS

Para desenvolver a pesquisa, foram selecionados oito estabelecimentos hoteleiros na cidade de Quixadá, com base em seu número de unidades habitacionais, isto é, cada apartamento disponível para hospedagem. Portanto, os maiores estabelecimentos fizeram parte da amostragem. Na prática, por tratar-se de um município de pequeno porte, estima-se que poucos hotéis, pousadas ou pensionatos tenham ficado à margem do estudo, o que nos permite, até certo ponto, generalizar os resultados como um paradigma da realidade quixadaense.

É importante deixar claro que, por tratar-se de uma pesquisa com fins exclusivamente científicos e educacionais, foi assumido um compromisso de não-divulgação dos nomes dos estabelecimentos hoteleiros ou dos funcionários que tomaram parte nesta investigação. Logo, os hotéis e demais estabelecimentos serão referidos apenas por letras maiúsculas (de “A” a “H”), enquanto os funcionários terão suas identidades preservadas mediante codinomes.

A coleta de dados, efetuada durante o mês de dezembro de 2009, utilizou-se de entrevistas com base em dois

roteiros pré-estruturados: o primeiro destinado ao proprietário e/ou gerente do estabelecimento hoteleiro; o segundo direcionado a um empregado do local que tivesse contato com turistas estrangeiros, ao desempenhar suas atividades de trabalho.

Nos quadros 1 e 2, logo abaixo, estão reproduzidos ambos os roteiros:

Quadro 1 – Roteiro para proprietário/gerente

<p>1. O senhor(a) já hospedou em seu estabelecimento turistas estrangeiros falantes de inglês? A. SIM B. NÃO</p> <p>2. Em caso de resposta afirmativa, com que frequência os hospeda? A. Mensalmente B. Trimestralmente C. Semestralmente D. Anualmente E. Outra: _____</p> <p>3. Em que período do ano é mais comum a presença de turistas estrangeiros falantes de inglês em seu estabelecimento? A. Primeiro trimestre B. Segundo trimestre C. Terceiro trimestre D. Quarto trimestre</p> <p>4. De que países se originam esses hóspedes? A. EUA B. Canadá C. Inglaterra D. Austrália E. Outros: _____</p> <p>5. Que motivos os trazem a Quixadá? A. Negócios B. Turismo Regular C. Turismo de Aventura D. Outros: _____</p> <p>6. O senhor(a) mantém em seu estabelecimento um livro de registros com a assinatura dos hóspedes? A. SIM B. NÃO</p> <p>7. Em caso de resposta afirmativa, quantos turistas estrangeiros falantes de inglês o senhor(a) hospedou ao longo deste ano de 2009?</p> <p>8. Quantos funcionários trabalham em seu estabelecimento?</p>	<p>9. Quantos deles têm contato direto com os hóspedes em situações comunicativas?</p> <p>10. Algum dos funcionários do item 9 possui conhecimento da língua inglesa? A. SIM B. NÃO</p> <p>11. Em caso de resposta afirmativa, em que nível? A. Básico B. Intermediário C. Avançado D. Proficiente</p> <p>12. De que maneira esses funcionários aprenderam inglês? A. Treinamento feito pelo estabelecimento B. Estudo em curso de idiomas patrocinado pelo estabelecimento C. Estudo em curso de idiomas por iniciativa própria D. Contato com os turistas estrangeiros E. Outra: _____</p> <p>13. O senhor(a) conhece algum curso/treinamento que privilegie o ensino de inglês para fins especificamente turísticos no município de Quixadá? A. SIM B. NÃO</p> <p>14. Em caso de resposta afirmativa, cite seu nome: _____</p> <p>15. Em seu estabelecimento, existe sinalização e/ou instruções escritas (cardápio, toaletes, placas de locais) bilíngues – português/inglês? A. SIM B. NÃO</p> <p>16. Em caso de resposta afirmativa, quem foram os responsáveis por sua elaboração?</p> <p>17. Essas pessoas têm conhecimento da língua inglesa? Em que nível? De que maneira aprenderam?</p>
---	--

Fonte: Elaboração própria

Quadro 2 – Roteiro para funcionário

<p>1. O senhor(a) já teve necessidade de se comunicar com turistas estrangeiros falantes de inglês enquanto exercia seu trabalho neste estabelecimento? A. SIM B. NÃO</p> <p>2. O senhor(a) possui conhecimento da língua inglesa? A. SIM B. NÃO</p> <p>3. Em caso de resposta afirmativa, em que nível? A. Básico B. Intermediário C. Avançado D. Proficiente</p> <p>4. De que maneira o senhor(a) aprendeu inglês? A. Treinamento feito pelo estabelecimento B. Estudo em curso de idiomas patrocinado pelo estabelecimento C. Estudo em curso de idiomas por iniciativa própria D. Contato com os turistas estrangeiros E. Outra: _____</p> <p>5. Em caso de resposta negativa para a pergunta de</p>	<p>número dois, de que forma o senhor(a) procurou se comunicar com os turistas estrangeiros falantes de inglês? A. Gestos B. Linguagem escrita e/ou simbólica C. Solicitou ajuda a alguém D. Outra: _____</p> <p>6. A comunicação foi eficiente? Isto é, houve compreensão da mensagem que o senhor(a) tentou veicular? A. Totalmente B. Parcialmente C. Não houve compreensão</p> <p>7. Além das dificuldades linguísticas, que outras dificuldades existem ao se lidar com turistas estrangeiros, quando comparados aos brasileiros?</p> <p>8. Que sugestões o senhor(a) daria para solucionar o problema linguístico-comunicativo?</p>
---	--

Fonte: Elaboração própria

Tendo em vista o maior volume de informações apuradas através das entrevistas realizadas com os proprietários/gerentes dos estabelecimentos hoteleiros e o caráter mais generalista dessas informações, optou-se por iniciar a análise dos dados coletados a partir desses relatos.

No que diz respeito ao recebimento de turistas estrangeiros falantes de língua inglesa, todos os oito hotéis pesquisados (100%) já os hospedaram ao menos uma vez durante seu período de existência no mercado. Em relação à frequência com que esses turistas se hospedam, três dentre as oito hospedarias (37,5%) os recebem semestralmente, ou seja, esse público se faz presente pelo menos duas vezes por ano; duas hospedarias (25%) os recebem anualmente; uma (12,5%) os recebe trimestralmente; e duas outras (25%) os recebem com frequência bastante pequena, inferior a uma vez por ano.

Esses turistas, em sua maioria, visitam Quixadá durante o terceiro e o quarto trimestres do ano, conforme foi registrado em quatro dos oito estabelecimentos pesquisados (50%); um deles (12,5%) registra maior número de estrangeiros falantes de inglês durante o primeiro trimestre; outro (12,5%), durante o segundo trimestre; dois dos hotéis pesquisados (25%) não dispunham dessa informação.

Quanto à origem do público estrangeiro, três das hospedarias (37,5%) recebem mais turistas de países que adotam o inglês como língua oficial, como Estados Unidos e Inglaterra; quatro outras (50%) os recebem vindos de outros países, como Itália, Alemanha, Suíça e França; duas (25%) não souberam informar a origem de seus hóspedes.

Entre os motivos de visita a Quixadá, o turismo regular, ou seja, apenas para conhecer o município e suas atrações, foi um dos mais mencionados: quatro dos proprietários/gerentes entrevistados (50%) disseram ser esse o principal motivo; em seguida, aparece o turismo de aventura, com duas (25%) das menções; dois dos proprietários/gerentes (25%) que responderam turismo de aventura citaram também o turismo de negócios como razão para visita à cidade.

Seis dos estabelecimentos hoteleiros (75%) mantêm um livro de registros com a assinatura dos hóspedes; um deles (12,5%) mantém um sistema de fichas, mas este se encontra desatualizado; outro (12,5%) não mantém registro de seus hóspedes. Ao longo de 2009, o hotel “B” hospedou apenas dois turistas estrangeiros falantes de inglês; o hotel “E”, por sua vez, registrou que dois entre dez hóspedes recepcionados em 2009 pertenciam a esse grupo; o hotel “F” recebeu quatro hóspedes com essas características; o hotel “G”, entre oitenta e cem; o hotel “H”, menos de dez; por fim, os hotéis “A”, “C” e “D” não possuíam essa informação.

No que concerne ao número de funcionários de cada local, o hotel “A” tem onze trabalhadores; o hotel “B” conta com quatro empregados; o hotel “C” possui seis colaboradores; o hotel “D”, cinco; o hotel “E”, quinze; o hotel “F”, quatro; o hotel “G”, dezesseis; e o hotel “H” tem nove funcionários, além de quatro voluntários.

Do total de funcionários que compõem o quadro de cada estabelecimento, perguntamos quantos deles realizavam contato direto com os hóspedes em situações comunicativas. No hotel “A”, todos os onze empregados (100%) encaixavam-se nesse perfil; no hotel “B”, apenas três (75%); no hotel “C”, todos os seis trabalhadores (100%); no hotel “D”, quatro (80%); no hotel “E”, todos os quinze servidores (100%); no hotel “F”, apenas dois (50%); no hotel “G”, dez dos funcionários (62,5%); no hotel “H”, dois empregados, além dos quatro voluntários (46,2%).

Em quatro (50%) das hospedarias, os funcionários que necessitam se comunicar com os hóspedes não possuem qualquer noção da língua inglesa; nas outras quatro (50%), pelo menos um dos empregados tem conhecimento de inglês, mas todos eles (100%) em nível básico. Quando perguntados sobre como esses trabalhadores aprenderam a língua, três dos proprietários/gerentes (75%) responderam que por iniciativa própria, através de um curso de idiomas; outro (25%) respondeu que pelo contato com os próprios turistas e o estudo da língua durante o ensino médio.

Em relação a um curso de inglês voltado para fins turísticos, em Quixadá, seis dos proprietários/gerentes (75%) desconhecem a existência de alguma instituição que ofereça esse tipo de qualificação; dois (25%) declararam conhecer um curso com essas características. Quando questionados sobre seu nome, um deles (50%) não se lembrava; o outro (50%) citou o curso oferecido pela Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central (FECLESC), ligada à Universidade Estadual do Ceará (UECE).

Não há registro de sinalização e/ou instruções escritas bilíngues (português/inglês) em cinco dos oito estabelecimentos hoteleiros (62,5%); os três restantes (37,5%) apresentam o seguinte quadro: no hotel “E”, o próprio dono, que diz possuir nível intermediário de inglês, aprendido através de cursos de idiomas, foi o

responsável pela elaboração da sinalização; nos hotéis “G” e “H”, os entrevistados não souberam informar quem foram os responsáveis pela elaboração das instruções escritas bilíngues e, por conseguinte, não sabiam o grau de estudo que essas pessoas têm da língua inglesa.

Prosseguindo com a análise, voltamos-nos neste momento para os relatos dos funcionários dos estabelecimentos hoteleiros. Sete dos empregados entrevistados (87,5%), em algum momento durante seu trabalho, precisaram se comunicar com turistas estrangeiros falantes de inglês; somente em um dos hotéis o entrevistado (12,5%) ainda não havia tido oportunidade de entrar em contato com esse tipo de público.

No tocante ao conhecimento da língua inglesa, quatro dos colaboradores (50%) afirmaram ter noções básicas do idioma, enquanto os quatro remanescentes (50%) não o sabem. Entre aqueles que possuem nível básico, três (75%) disseram ter aprendido por meio de cursos de idiomas, por iniciativa própria; um deles (25%) aprendeu pelo estudo da língua ao longo do ensino médio e pelo contato com os próprios turistas.

Sobre as alternativas utilizadas pelos empregados que não dominam o inglês, temos: “alfa” solicitou ajuda a colegas que tinham algum entendimento da língua; “beta”, por vezes, solicitou ajuda a colegas ou fez uso de gestos para se comunicar; “gama” também utilizou gestos e, em alguns casos, valeu-se de noções que os hóspedes tinham da língua portuguesa; “delta” é o empregado que nunca teve oportunidade de atender turistas estrangeiros falantes de inglês, mas afirmou que, numa eventual necessidade, faria uso de gestos.

A respeito da eficiência da comunicação, considerando, em primeiro lugar, os funcionários que possuem certo conhecimento da língua, dois deles (50%) acreditam que as mensagens que tentaram veicular foram compreendidas totalmente; os outros dois (50%) creem que apenas um entendimento parcial foi possível. Por outro lado, considerando os três funcionários que precisaram recorrer a outras estratégias para se comunicar, dois deles (66,7%) pensam que sua comunicação com os turistas foi apenas parcial; o outro (33,3%) afirma ter conseguido se fazer entender completamente.

A questão de número sete, de viés um tanto cultural, tinha por objetivo sondar, entre os entrevistados, se o atendimento aos turistas estrangeiros, quando comparado aos brasileiros, apresentava quaisquer outras dificuldades, além das linguísticas. Apenas dois empregados responderam a essa questão: “teta” declarou que os estrangeiros, em geral, são menos exigentes e mais educados que os brasileiros; “capa” reforçou que esse público é menos exigente que os turistas nacionais, mas acrescentou que alguns deles se sentiram desconfortáveis com o clima local.

Finalmente, quando questionados acerca de possíveis sugestões para solucionar o problema linguístico-comunicativo, quatro dos servidores (50%) foram enfáticos ao recomendar um curso/treinamento para os funcionários do hotel, organizado pelo proprietário/gerente do estabelecimento; um deles (12,5%) foi além: sugeriu que os hotéis do município se unissem com o objetivo de treinar seus empregados no atendimento a turistas estrangeiros falantes de inglês; dois outros (25%), que não dominam a língua, indicaram que suas inscrições em cursos de idiomas, por iniciativa própria, amenizariam o problema; o último (12,5%) afirmou que o hotel deveria contratar um funcionário que dominasse bem a língua para servir a esse público.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o fenômeno da interiorização do turismo, os potenciais de exploração dessa atividade no município de Quixadá, as limitações deste mesmo município e os dados levantados por este estudo, podemos chegar a algumas conclusões e delinear certas reflexões sobre que caminhos a cidade dos monólitos poderá trilhar para sanar algumas de suas deficiências – em especial aquelas que dizem respeito ao objeto desta pesquisa, isto é, à recepção e hospedagem de turistas estrangeiros falantes de inglês.

Primeiramente, parece-nos claro que o município de Quixadá precisa passar por uma série de transformações, em diversas esferas, antes de atingir o patamar de cidades turísticas como Ubajara e Guaramiranga, no próprio estado, ou de outras localidades interioranas, com infraestrutura ainda mais avançada.

Em segundo lugar, uma vez resolvidas as deficiências de infraestrutura de transportes, agenciamento, restauração e conservação do patrimônio, saúde, segurança, acessibilidade, entre outras (que definitivamente promoverão Quixadá à categoria de cidade-polo do turismo, na mesorregião dos Sertões Cearenses), é necessário também investir na qualificação dos profissionais que fazem parte da cadeia turística, para que possam zelar pelas conquistas do município e bem atender aos visitantes, brasileiros e estrangeiros.

É importante destacar também que, através da pesquisa, tivemos acesso ao perfil dos turistas estrangeiros que visitam Quixadá – pelo menos daqueles que se comunicam utilizando a língua inglesa. Conhecemos os períodos de maior visitação, de que países se originam e os motivos que os trazem à cidade.

Quanto ao preparo linguístico dos funcionários das hospedarias, apurou-se uma evidência preocupante: pelo menos metade deles não possui qualquer conhecimento da língua inglesa, e a outra metade não está apta a se comunicar com os turistas estrangeiros além do nível mais básico de interação verbal. Além disso, mais de 60% dos hotéis não estão dotados de sinalização e/ou instruções escritas em português e inglês.

Por fim, cabe realçar que os empregados dos hotéis parecem estar conscientes de suas imperfeições profissionais, pois mostram o desejo de aprender e melhorar: mais da metade acredita que os proprietários/gerentes deveriam se responsabilizar pela organização de um treinamento para eles. Houve, inclusive, quem sugerisse, numa perspectiva bastante empreendedora, que os proprietários/gerentes poderiam se unir com essa finalidade, uma atitude que reduziria custos e estimularia ainda mais a sua qualificação.

Medidas como essa, apesar de representarem apenas um pequeno passo, são deveras significativas na caminhada de Quixadá rumo ao desenvolvimento do turismo como atividade econômica chave para alavancar seu progresso. É através da soma de pequenas ações que se poderá alcançar as almejadas mudanças, tão caras à população quixadaense, que luta para sobreviver aos desafios impostos pela aspereza dos sertões.

REFERÊNCIAS

Brasil. Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil / gerente setorial de turismo, comércio e serviços, William Saab. Rio de Janeiro: **BNDES**, 1999. 28p.

Brasil. Setor de turismo no Brasil: segmento de hotelaria / departamento de comércio, serviços e turismo / Ana Paula... [et al.]. Rio de Janeiro: **BNDES**, 2005. 40p.

BRITO, Brígida Rocha. O turista e o viajante: contributos para a conceptualização do turismo alternativo e responsável. In: CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, IV, 1999, Coimbra, **Actas electrónicas do IV Congresso Português de Sociologia**, Coimbra: Universidade de Coimbra, 2000. Disponível em: <http://www.aps.pt/cms/docs_docs/DPR462dea1a49422_1.PDF>. Acesso em: 20 abr. 2010.

COSTA, Ivana Mara Ferreira. Língua inglesa: um instrumento de comunicação global. In: BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro e ANDRADE, Adriano Bittencourt (Organizadores). **Turismo: academia e mercado**. Salvador: Ponto & Vírgula Publicações, 2009. 219-238.

DUARTE, Natália da Silva. **Sistemas produtivos locais solidários como estratégia de inserção da PEA rural na economia como sujeito da sua história: estudo de caso no município de Quixadá/CE**. 2008. 216f. Dissertação (Mestrado em Logística e Pesquisa Operacional) – Universidade Federal do Ceará – UFC, Fortaleza, 2008.

PEREIRA, Ronildo Alcântara. Turismo e desenvolvimento local nos cariris velhos: uma alternativa à melhoria da qualidade de vida no semi-árido. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 9, n. 28 (dez), 96-113, 2008.

SEBRAE. Estudo de segmento do turismo de eventos do DF/ Lucyara... [et al.]. Brasília: **SEBRAE / DF**, 2005. 96p.

TORRES, Ricardo Romcy. Festival de jazz e blues de Guaramiranga: percepções e oportunidades abertas. **Lectura / Faculdade Evolutivo**, Fortaleza, v. 3, n. 4 (jul / dez), 64-72, 2007.