

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ERICK HENRIQUE ALVES SOUZA SANTOS

**A NECESSIDADE DE PROFISSIONAIS BILÍNGUES: O CASO DO CURSO DE GESTÃO
DE TURISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, SETOR LITORAL**

**Matinhos
2024**

ERICK HENRIQUE ALVES SOUZA SANTOS

A NECESSIDADE DE PROFISSIONAIS BILÍNGUES: O CASO DO CURSO DE GESTÃO
DE TURISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, SETOR LITORAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de graduação em Gestão de Turismo, setor litoral, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Lara Brunelle Almeida Freitas.

Matinhos
2024

TERMO DE APROVAÇÃO

ERICK HENRIQUE ALVES SOUZA SANTOS

A NECESSIDADE DE PROFISSIONAIS BILÍNGUES: O CASO DO CURSO DE GESTÃO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, SETOR LITORAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Gestão de Turismo, Setor de Litoral, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Profa. Dra. Lara Brunelle Almeida Freitas - Orientadora
Câmara de Gestão de Turismo, UFPR

Profa. Msc. Beatriz Cabral – Membro interna
Câmara de Gestão de Turismo, UFPR

Prof. Dra. Elizabe Sayuri Kushano – Membro interna
Câmara de Gestão de Turismo, UFPR

Prof. Dra. Ursula Gomes Rosa Maruyama – Membro externa
Curso de Gestão de Turismo, CEFET-RJ

UFPR Matinhos, 09 de Dezembro de 2024.

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, sem ele eu nem estaria aqui neste momento, toda honra e toda glória primeiramente a ele, que me guiou e me cuidou em todas as dificuldades e desafios que tive ao longo desses anos. Aos meus pais, amigos que dividiram os dias comigo durante esse período da graduação e a duas professoras que foram fundamentais no processo de desenvolvimento deste trabalho, gostaria de agradecer imensamente a professora Dra. Elizabete Sayuri Kushano que me orientou na maioria dessa jornada e a professora Dra. Lara Brunelle Almeida Freitas a qual foi a responsável por me orientar na parte final.

RESUMO

Em um contexto globalizado, a comunicação eficaz é essencial para atender às expectativas dos turistas e fortalecer a competitividade dos destinos turísticos. Assim, este trabalho objetiva verificar a necessidade de adesão ao aprendizado de um segundo idioma pelos estudantes de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral. Por meio de uma metodologia aplicada e abordagem quali-quantitativa, com revisão bibliográfica e questionário semiestruturado direcionado aos discentes de Gestão de Turismo, egressos e profissionais do turismo. Identificou-se que a falta de capacitação linguística é um desafio recorrente, e que existe uma alta demanda pelo público investigado no referido estudo da inclusão desse conhecimento no cotidiano acadêmico, seja por meio da volta dos módulos na matriz curricular, seja por oficinas e atividades extracurriculares. Conclui-se que a integração de módulos de língua estrangeira na formação acadêmica e treinamentos profissionais é uma estratégia indispensável para atender às demandas do mercado e consolidar destinos turísticos como acolhedores e competitivos, numa realidade em que o domínio de idiomas eleva a percepção de qualidade e fidelização dos turistas.

Palavras-chave: Turismo; Língua Estrangeira; Universidade.

RESUMEN

En un contexto globalizado, una comunicación eficaz es esencial para atender las expectativas de los turistas y fortalecer la competitividad de los destinos turísticos. Este trabajo tiene como objetivo comprobar la necesidad de adherencia al aprendizaje de una segunda lengua por parte de estudiantes de Gestión Turística de la Universidad Federal de Paraná, sector costero. A través de una metodología y abordaje cualicuantitativo, con revisión bibliográfica y cuestionario semiestructurado dirigido a los discentes de gestión de turismo, salidas y profesionales del turismo. Se identificó que la falta de formación lingüística es un desafío recurrente, y que existe una alta demanda por parte del público investigado en el citado estudio por la inclusión de estos conocimientos en la vida académica cotidiana, ya sea a través del retorno de módulos en el currículo, o a través de talleres y actividades extraescolares. Concluyendo que la integración de módulos de lengua extranjera en la formación académica y los entrenamientos profesionales es una estrategia indispensable para atender las demandas del mercado y consolidar destinos turísticos como académicos y competitivos, en realidad que el dominio de idiomas eleva la percepción de calidad y fidelidad de los turistas.

Palabras-Clave: turismo, lengua extranjera, hospitalidad, universidad.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 A LINGUAGEM COMO ESSÊNCIA DOS ENCONTROS NO TURISMO:	
PERSPECTIVAS FILOSÓFICAS E CULTURAIS	13
2.2 A RELEVÂNCIA DOS PROFISSIONAIS BILÍNGUES NO TURISMO	14
3 METODOLOGIA	17
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	21
5 CONCLUSÃO	41
REFERENCIAS.....	43
APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO	46

1 INTRODUÇÃO

O turismo pode ser definido como a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes. “É um composto de atividades, serviços e setores que proporcionam uma experiência de viagem, como estabelecimentos de transporte, hospedagem, alimentação, compras, entretenimento e diversos serviços de hospitalidade disponíveis para indivíduos ou grupos que estejam numa dinâmica de viagem” (Goeldner; Ritchie; McIntosh, 2002, p.23).

O conceito geral de viajante internacional é definido como qualquer pessoa em viagem entre dois ou mais países, os viajantes envolvidos especificamente em turismo são descritos como visitantes, que são pessoas que viajam a um país no qual não moram, por um período de no máximo, 12 meses, em que o principal propósito seja não exercer uma atividade remunerada no local visitado. “Os visitantes são divididos em duas categorias, sendo elas “visitantes de um dia” que são aqueles que não pernoitam em um meio de hospedagem e “turistas” que são aqueles que permanecem no país visitado por, pelo menos, uma noite” (Goeldner; Ritchie; McIntosh, 2002, p.25).

Até 2019, o turismo internacional se sobressaiu como uma área em expansão. Em 2020, 1,5 bilhão de pessoas viajaram mundialmente, movimentando mais de US\$ 1,4 trilhão, o que equivale a 10,4% do Produto Interno Bruto (PIB) global, segundo a Organização das Nações Unidas para o Turismo e Lazer (UNWTO) em 2020. Também se notou esse aumento nos dados levantados no Brasil. De acordo com o Ministério do Turismo (2020), a quantidade de turistas internacionais que visitam o Brasil para lazer e descanso aumentou 14,6% entre os anos de 2015, 2018, 2019 e inclusive em 2020, época em que começou a pandemia, alcançando um total de 6.621.376 chegadas de turistas internacionais. Em relação ao valor gasto por turistas estrangeiros no Brasil, a receita acumulada de janeiro a dezembro de 2018 ultrapassa mais de 5,9 bilhões.

Segundo Santos (2002) apud Brocca (2022, p.6) “esse cenário reflete em um contexto de globalização ascendente e crescimento do turismo, no qual o aprendizado de um idioma estrangeiro se torna crucial para conectar indivíduos de diversos continentes, culturas e idiomas”. É notório que o ensino do espanhol vem ganhando cada vez mais destaque nas últimas décadas, devido ao grande número de países que o adotam como língua oficial, que atualmente são 22 (Castello, 2024).

Conforme Moreno Fernández (2005), apud Brocca (2022, p.6) “o aumento da sua popularidade no Brasil se deve a fatores como o fortalecimento do Mercosul e a presença de empresas espanholas, que proporcionaram novas oportunidades de emprego e despertaram o interesse pelo idioma”.

O aprendizado de idiomas, especialmente o espanhol, como uma das línguas mais faladas ao redor do mundo, contribui e influencia diretamente no turismo. Pois, o turismo é visto como um fenômeno social, cultural e econômico que envolve a movimentação de pessoas entre diversos locais, sendo essencial para entender as interações internacionais, Organização Mundial do Turismo (OMT, 2024).

Dessa forma, ao ter um objeto de estudo como um destino costeiro em ascensão, como é o litoral paranaense, com a presença de diversos meios de hospedagem, é evidente a relevância acerca do conhecimento ao setor da hospitalidade segmentado ao atendimento para o turista internacional. Considerando-se que, segundo a afirmação de Castelli (2010, p. 194), “para acolher o crescente número de viajantes [...] será necessário equipar os meios de hospedagem não apenas com equipamentos de alta qualidade e instalações, mas também pessoas qualificadas”.

O Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR), setor Litoral, tem sua modalidade presencial e consta como diferencial sua relação com a sociedade local e regional. A sua Fundamentação Teórico Prática (FTP), promove o diálogo com a realidade procurando auxiliar no desenvolvimento econômico e sociocultural. Constituem -se ainda de espaços curriculares inovadores como o das Interações Culturais e Humanísticas e o dos Projetos de Aprendizagem (Universidade Federal Do Paraná, 2015).

Após a formação superior, o Tecnólogo em Gestão de Turismo estará apto a trabalhar no planejamento e desenvolvimento das atividades turísticas nos setores público e privado. Sua atuação pode ser no âmbito do planejamento turístico e das políticas públicas; do agenciamento de viagens (emissivas receptivas e operadores de turismo); em hotéis, empresas de transportes (aéreo, rodoviário, ferroviário, aquaviário), eventos, entretenimento, gastronomia, consultorias voltadas para o gerenciamento; da comercialização e da promoção dos serviços relativos ao setor (Universidade Federal do Paraná, 2015).

O profissional também pode atuar como integrante de equipes administrativas, em secretarias de turismo, *conventions & visitors bureaux*, as Organizações Não Governamentais (ONGs), governanças do setor, entre outros (Universidade Federal do Paraná, 2015).

Na UFPR existe a oferta de cursos de idiomas de línguas estrangeiras, porém é extrínseco ao curso de Gestão de turismo, Essa oferta é feita através de editais de programas como o idioma sem fronteiras- Rede Andifes IsF – Idiomas sem Fronteiras, que é um programa que oferece cursos de idiomas gratuitos e online, com objetivo em promover a internacionalização de estudantes, professores e técnicos administrativos, além de ter o foco na melhoria em proficiência em línguas estrangeiras para estudantes que desejam realizar intercâmbio ou participar de programas internacionais. O programa pode incluir cursos de inglês, espanhol, francês, italiano, etc, dependendo do edital, que são específicos, lançados pela Universidade Federal Do Paraná (UFPR) no decorrer de cada ano, e possui vagas limitadas (Universidade Federal Do Paraná, 2015).

Além do programa ISF, a UFPR também oferece uma oportunidade de aprender idiomas através do Centro de Línguas e Interculturalidade (Celin) que é um projeto de extensão que disponibiliza mais de 20 idiomas, incluindo inglês, espanhol, francês, alemão, italiano, árabe e japonês, etc, que são alguns dos idiomas mais importantes do mundo e as aulas são voltadas para toda a comunidade acadêmica e público em geral (Celin UFPR, 2023).

Os cursos do Celin são pagos, com um valor mais acessível em comparação aos cursos tradicionais de idiomas para todas as pessoas que possuem algum vínculo com a universidade, estudantes e servidores da UFPR. Eles oferecem algumas vagas gratuitas duas vezes ao ano, e a abertura de vagas e as informações sobre matrículas são divulgadas periodicamente no site oficial do Celin e nas redes sociais da UFPR (Celin UFPR, 2023).

Apesar dessas ofertas na UFPR, é possível que exista barreiras ao acesso dos estudantes de gestão de turismo, visto que ambos os programas possuem vagas limitadas, não garantido a presença de todos os alunos a esse conhecimento, além das vagas serem ofertadas a um público amplo, não sendo especificamente aos estudantes, uma vez que há a concorrência com docentes e técnicos de todos os *campus* da UFPR, não se restringindo por exemplo ao Setor Litoral.

Tendo em vista a importância de um idioma estrangeiro entre discentes para qualificar e ampliar sua inserção no mercado de trabalho, questionou-se: Como a aprendizagem de uma língua estrangeira oportuniza a formação profissional do Gestor de Turismo? Assim, para responder ao questionamento, objetivou-se verificar a necessidade de adesão ao aprendizado de um segundo idioma pelos discentes de Gestão de Turismo na Universidade Federal do Paraná, Setor litoral.

Para tanto, constituem-se os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os principais motivos que levam os estudantes a buscarem conhecimentos em um segundo idioma.
- Avaliar a necessidade de domínio em uma língua estrangeira para os estudantes de Gestão de Turismo.
- Analisar a percepção dos estudantes sobre os impactos da formação bilíngue no mercado de trabalho no litoral paranaense.

Portanto, o estudo, inicialmente, se justifica por viabilizar diálogos relacionados às ações que permitam maior reconhecimento e valorização do aprendizado de um idioma estrangeiro por parte dos discentes e mensurar como poderá impactar nas oportunidades no mercado de trabalho e na sua trajetória profissional, além da contribuição para o curso, possibilitando elevar assim o nível de qualificação do estudante.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A LINGUAGEM COMO ESSÊNCIA DOS ENCONTROS NO TURISMO: PERSPECTIVAS FILOSÓFICAS E CULTURAIS

A linguagem é um elemento constitutivo da existência humana, como destacado por Bakhtin e Voloshinov (2013), ao afirmar que a linguagem se realiza no contexto do encontro. Nesse sentido, o ato de comunicar não apenas transmite informações, mas também cria significados e molda o mundo ao nosso redor. Essa perspectiva filosófica revela a força transformadora da linguagem, que, ao conectar indivíduos, promove experiências compartilhadas e configura novas realidades.

No contexto do turismo isso tem uma importância ainda maior, pois o encontro entre culturas, línguas e perspectivas diferentes se torna a essência da atividade turística. (Hall, 1976; Hall, 1959). Para Crouch (2000), o turismo é uma prática performativa e experiencial, na qual o encontro entre pessoas e lugares se dá por meio da interação simbólica e da construção de sentidos. Dessa forma, o domínio da linguagem não é apenas uma ferramenta prática, mas uma via para a construção de experiências autênticas e significativas, que enriquecem tanto o visitante quanto o anfitrião.

Essa abordagem nos convida a refletir sobre o papel do profissional do turismo como mediador de encontros e intérprete cultural, capaz de transcender barreiras linguísticas e criar pontes entre diferentes realidades. Assim, compreender a linguagem como um fenômeno constitutivo da interação humana e do turismo abre espaço para um entendimento mais profundo do impacto dessa atividade na sociedade (Goffman, 1959; Urry, 2002).

“Compreender língua e linguagem nesse sentido, faz contextualizar as relações entre visitado e visitante. Faz refletir sobre códigos de linguagem que envolvam relações de hospitalidade doméstica e comercial” (Kushano, 2024, no prelo). Assim, equilibrando as questões mercadológicas do Turismo, buscando um olhar de acolhimento que dialoga com os princípios da Hospitalidade.

Como afirmam Bakhtin e Voloshinov (2013), a linguagem está no cerne da constituição do ser humano, pois é por meio dela que nos inserimos no processo de interação social e construímos nosso entendimento sobre a realidade. Isto é, além de constituir o ser humano, a linguagem é o principal meio pelo qual a cultura se manifesta, sendo um dos elementos centrais para a compreensão e mediação

entre diferentes contextos culturais. A língua, enquanto manifestação específica da linguagem atua como um veículo para transmitir valores, tradições e modos de vida, elementos indispensáveis ao turismo.

No encontro, a língua facilita a comunicação prática e também permite ao visitante acessar as nuances culturais de um destino turístico, enriquecendo a experiência e promovendo um intercâmbio cultural significativo. Para os turismólogos, entender essa relação entre língua e linguagem no contexto cultural é essencial para atuar como intérpretes culturais, criando pontes entre as identidades locais e as expectativas dos visitantes. Dessa forma, a linguagem é uma ferramenta de aproximação, compreensão e valorização do patrimônio cultural e humano.

A relação entre língua e linguagem potencializa a valorização cultural no turismo ao possibilitar que visitantes e anfitriões estabeleçam uma conexão mais profunda, baseada na troca de significados culturais e na interpretação de símbolos locais. A língua, enquanto expressão direta de uma cultura, permite ao visitante acessar modos de pensar e agir que são únicos àquela sociedade, enquanto a linguagem, em sua dimensão mais ampla, cria as condições para que essas interações sejam mediadas de forma significativa e respeitosa (Bakhtin, M.; Volochinov, 2013).

No papel de mediador, o profissional do turismo que compreende a dinâmica entre língua, linguagem e cultura consegue criar experiências que não apenas atendem às expectativas do visitante, mas também promovem a preservação e valorização da identidade cultural local, transformando o turismo em um espaço de aprendizagem mútua (Crouch, 2000).

2.2 A RELEVÂNCIA DOS PROFISSIONAIS BILÍNGUES NO TURISMO

Segundo Castelli (2007) atender o indivíduo no seu idioma natal cria uma experiência mais positiva para o mesmo, resultando em um aumento da satisfação e da fidelidade do cliente, além de contribuir positivamente para a reputação do destino. “A inserção de profissionais bilíngues no turismo facilita a interação com os turistas estrangeiros, pois quando os visitantes têm a capacidade de se comunicarem e serem compreendidos em seu idioma natal, passam uma sensação de mais confiança e isso implica diretamente na otimização da sua experiência turística, se tornando um momento de importância significativa e

recompensadora”. (Cordeiro, 2014, p. 106).

Como afirmado por Moreira, Castelo Branco e Carvalho (2017, p.26) "são inegáveis os benefícios de falar uma língua estrangeira e a qualificação que isso traz para os profissionais em geral”. Segundo os autores, na indústria do turismo, essa competência se torna ainda mais crucial devido à necessidade de interagir com indivíduos de diversas nações, tornando-se uma questão indispensável no mercado de trabalho visando se manter atuando na área profissional.

O conhecimento de idiomas, como inglês e espanhol, conforme a Enciclopédia *Britannica*, uma plataforma de dados do Reino Unido voltada para a educação, o idioma mais falado no mundo é o inglês. Dados de 2020 fornecidos por essa plataforma indicam que existem cerca de 1 bilhão e 270 milhões de falantes de inglês em todo o mundo. Além disso, o inglês é a primeira opção de idioma estrangeiro na maioria das nações que não o têm como língua nativa, ganhando assim a condição de língua franca global¹ (National Geographic Brasil, 2023).

Enquanto o espanhol atualmente possui mais de 485 milhões de falantes em todo o mundo, 6,3% da população mundial, segundo o Instituto Cervantes mais de 23 milhões de pessoas o estudam como idioma estrangeiro, totalizando o terceiro idioma mais estudado do mundo somente atrás do inglês e o francês (iDISC Information Technologies, s.d.).

O turismo internacional desempenha um papel essencial no desenvolvimento econômico e social das regiões que o promovem, e o litoral do Paraná é um exemplo significativo desse impacto. Como terceiro principal portão de entrada de turistas internacionais no Brasil, o estado recebeu aproximadamente 522.832 visitantes estrangeiros em 2022, principalmente do Paraguai e da Argentina (Ipardes, 2024). Este fluxo turístico representa uma oportunidade para fortalecer a economia local, promover a cultura e atrair investimentos externos para o Paraná.

No litoral Paranaense, destacam-se os municípios de Guaratuba, Matinhos e Pontal do Paraná como destinos de maior concentração de visitantes (Situ, 2024). Esses locais oferecem uma ampla variedade de atrativos naturais, culturais e de lazer que atraem turistas com perfis diversos, especialmente aqueles que viajam em família.

Na região também está localizado o porto de Paranaguá, motivo que ocasiona a necessidade pela aprendizagem de um idioma estrangeiro no local, devido, especialmente, ao recebimento de muitos turistas nos cruzeiros, atividade

¹ Idioma adotado para o entendimento entre pessoas que não têm a mesma língua materna.

essencialmente turística. Um exemplo que demonstra o grau de movimentação nesse setor, segundo matéria publicada no site Gazeta do povo, no ano de 2023, iniciou-se a primeira temporada de cruzeiros no Paraná, e reuniu mais de 24 mil turistas embarcando e desembarcando no Litoral do Estado (Oliveira, 2024).

Além disso, programas como o “Verão Maior Paraná” que prevê ações voltadas aos veranistas e comunidade local, com atividades esportivas e de lazer, aulas de ginástica, dança, caminhada, recreação infantil, torneios e eventos esportivos, além de uma série de outras práticas relacionadas ao entretenimento. O projeto é uma ação integrada do Governo do Estado, que visa aprimorar a infraestrutura das praias e balneários paranaenses, garantir a saúde, segurança, lazer e entretenimento aos turistas e moradores locais (Agência Estadual de notícias do Estado do Paraná, 2024).

Apenas em uma temporada de verão, o evento gerou um incremento de R\$ 107,6 milhões no PIB estadual, além de criar cerca de 1,4 mil postos de trabalho, movimentando a economia através do consumo em estabelecimentos locais e incentivando o desenvolvimento de infraestruturas turísticas (Agência Estadual de notícias do Estado do Paraná, 2024).

A Associação Comercial e Empresarial de Matinhos estimou um aumento de 40% nas vendas do comércio local, resultado potencializado pela revitalização da orla da cidade e pelo aumento do valor dos imóveis, impulsionados pela demanda turística (Ipardes, 2024), para o município de Matinhos e toda a região litorânea do Paraná, essa dinâmica econômica reforça a relevância do turismo como setor estratégico e evidencia a necessidade de qualificação dos profissionais de turismo.

Em um mercado onde o atendimento ao turista estrangeiro é um diferencial competitivo, a habilidade de se comunicar em línguas estrangeiras permite aos profissionais do setor não apenas atender melhor o turista, mas também facilitar seu retorno e recomendar o destino a outras pessoas. Com isso, o domínio de uma língua estrangeira se torna não apenas um requisito, mas um fator crucial para a inserção profissional e o desenvolvimento econômico sustentável do litoral do Paraná. Esse levantamento é do Ipardes, que também estima que as atividades do Governo do Estado no Litoral e na Costa Noroeste, em pouco mais de dois meses de temporada, tenham representado um incremento de R\$ 6 milhões na arrecadação de ICMS (Agência Estadual de Notícias Do Estado Do Paraná, 2024).

Considerando o panorama apresentado, percebe-se a importância do aprendizado de idiomas estrangeiros para o profissional do turismo, especialmente no litoral do Paraná. A presença de visitantes internacionais, somada a relevância econômica do turismo na região sugere uma demanda crescente por profissionais qualificados que possam oferecer uma experiência autêntica e acolhedora aos visitantes, auxiliando no fortalecimento do setor e na retenção dos turistas e resultando na promoção do destino turístico, contribuindo para que mais pessoas ouçam falar da região e que se interessem por conhecer, influenciando positivamente também no fluxo turístico, ofertas de trabalho e no aquecimento da economia todos os anos.

3 METODOLOGIA

Este estudo é de natureza exploratória e descritiva. Conforme Marconi e Lakatos (2007), o principal propósito da pesquisa exploratória é oferecer um entendimento inicial sobre um fenômeno, servindo para detectar problemas e formular hipóteses. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinado fenômeno, neste caso, a importância das línguas estrangeiras para os estudantes de turismo.

Buscou-se produzir dados primários sobre a percepção de estudantes e profissionais de turismo quanto à importância das línguas estrangeiras no setor. A amostra foi composta por alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de turismo da Universidade Federal do Paraná, egressos que também já estão atuando no mercado de trabalho e profissionais de forma geral atuantes na área, como guias de turismo, agentes de viagem e gestores de turismo no litoral. Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário estruturado, composto por perguntas abertas e fechadas, abordando temas como a importância das línguas estrangeiras, seu uso no dia a dia profissional e influência dessas competências nas oportunidades de carreira.

Para nortear a análise dos dados utilizamos um único questionário com perguntas que acoplavam os dois perfis, não separando com perguntas específicas para cada grupo. Pois o foco consistiu em mapear a aderência dos estudantes e profissionais do turismo para esse conhecimento e como ele impacta na jornada acadêmica e/ou profissional.

O questionário foi compartilhado através de grupos de WhatsApp que tinham ligação com o turismo e principalmente no grupo geral do Curso de Gestão de turismo, onde comunicam-se estudantes do curso e egressos, incluindo os que

atuam na área, além de ter sido compartilhado com discentes que estão no mestrado e doutorado.

Como a ideia principal era dialogar sobre percepções e experiências de quem está iniciando e cursando ainda a graduação, como quem já terminou esta etapa e está em outros desafios como o da concorrência do mercado de trabalho, optou-se por seguir a estratégia de atingir o público de estudantes em geral, ou seja, além da graduação, também pós-graduação, mestrado e doutorado, sendo que muitos destes já estavam atuando profissionalmente em paralelo com seus estudos.

Assim, no que se refere à coleta de dados, escolheu-se o questionário estruturado (Apêndice A) a partir de embasamento em leituras científicas por temas (Quadro 1), que permitem um entendimento específico sobre a temática. Segundo Parasuraman (1991), um questionário é um conjunto de questões, concebido para produzir as informações necessárias para alcançar as metas do projeto.

Quadro 1: Síntese de Elaboração do Questionário

Temas	Autores
Perfil do Respondente.	Gil, A. C. (2008)
Uso e Frequência utilizada das línguas estrangeiras na prática profissional.	Brocca et al., (2022); Hall; Page (2006); Searle, (1969).
Idiomas mais relevantes para o turismo.	Crystal, D. (2003).
Ensino de línguas estrangeiras nos cursos de turismo.	Byram, M. (2008).
Conhecimento prévio em línguas estrangeiras.	Savignon, S. J. (2002).
Desafios e Impacto das línguas estrangeiras no crescimento profissional.	Gee (2000); Kramsch (1993).
Contextos de uso de línguas estrangeiras no turismo.	Flyman Mattsson e Norrby (2013).
Confiança no uso de línguas estrangeiras.	Bandura (1997).
Suporte institucional para o aprendizado de línguas estrangeiras.	Biggs (2003).
Interesse por cursos de línguas para aprimoramento profissional.	Oxford (1990).
Desejo de aprender novas línguas para o turismo.	Gardner, R. C. (1985).
Impacto da pandemia na relevância das línguas estrangeiras no turismo.	Gertner; Ryan (2021).
Consequências da falta de domínio de línguas estrangeiras no turismo.	Norton, B. (2000).
Sugestões para a melhoria do ensino de línguas no turismo.	Richards; Renandya (2002).

Com base nas sugestões de autores como Parasuraman (1991) e Günther (2003), o questionário foi organizado para assegurar fluidez e coerência, com o foco em questões fechadas que simplificassem a análise. Para Günther (2003), recomenda-se que as perguntas devam ser posicionadas de forma lógica, evitando mudanças repentinas de temas. Assim, por isso, foi dado o maior foco às perguntas fechadas, elencando-as com o objetivo geral do trabalho.

O questionário foi digitalizado no *Google Forms* e distribuído online entre os meses de outubro e novembro de 2024, tanto para os estudantes quanto para os profissionais, visando facilitar o acesso e aumentar a taxa de resposta da pesquisa. A amostra alcançou 63 respondentes. As perguntas abordaram tópicos cruciais, como a relevância dada às línguas estrangeiras, sua utilização frequente no ambiente de trabalho e o impacto dessa competência nas oportunidades de carreira, particularmente no litoral do Paraná. Os tópicos acerca de cada categoria examinada foram organizados em Questões (Q) identificadas de Q1 a Q19 (ver Quadro 2):

Quadro 2: Organização de Questões por Categoria: Q1 a Q20.

Q1 - Perfil do Respondente - Graduandos e Egressos do Curso de Gestão de Turismo da UFPR Litoral
Q2- Se está cursando ou já cursou o curso de Gestão de Turismo na UFPR - setor litoral
Q3- Nível de importância atribuído ao domínio de línguas estrangeiras no turismo
Q4- Frequência utilizada das línguas estrangeiras na prática profissional/estudos
Q5- Qual idioma estrangeiro considera-se mais relevante para atuar no turismo
Q6- Percepção acerca a relação do domínio de línguas estrangeiras e sua influência nas oportunidades de trabalho no turismo
Q7- Percepção sobre a oferta de ensino de línguas estrangeiras durante o curso
Q8- Nível de conhecimento em línguas estrangeiras antes de entrar no curso/trabalho no setor
Q9- Se o domínio de línguas estrangeiras proporcionou mais oportunidades de crescimento na carreira
Q10- Em qual contexto o estudante/profissional mais utiliza línguas estrangeiras no turismo
Q11- Nível de confiança em usar línguas estrangeiras no trabalho
Q12- Nível de suporte do curso de Gestão de Turismo da UFPR Litoral para o aprendizado de línguas estrangeiras
Q13- Quantas línguas estrangeiras o estudante/profissional domina atualmente
Q14- Se já realizou ou tem interesse em realizar cursos de idiomas estrangeiros para aprimorar sua atuação no setor de turismo
Q15- Nível de anseio em aprender novas línguas para melhorar a atuação no turismo
Q16- Relação entre a pandemia de COVID-19 e como impactou na relevância do

domínio de línguas estrangeiras no turismo
Q17- Principais desafios encontrados ao usar línguas estrangeiras ambiente de trabalho ou estudos
Q18- Relação entre a falta de domínio de um idioma estrangeiro e a perda de oportunidades profissionais.
Q19- Sugestões para melhorar o ensino de línguas estrangeiras nos cursos de turismo

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Na coleta de dados, todos os participantes do estudo desempenhavam uma função relacionada ao tema. Sendo estudantes que estão cursando gestão de turismo atualmente, egressos e profissionais atuantes como guias de turismo, agentes de turismo, etc. Adotou-se a preservação da identidade dos respondentes para assegurar a confidencialidade das informações obtidas e a proteção dessas informações.

A análise dos dados coletados seguiu uma abordagem qualitativa e quantitativa, com o objetivo de entender a percepção dos estudantes e profissionais de turismo sobre a importância das línguas estrangeiras no setor. Inicialmente, o questionário foi elaborado para abranger tanto alunos quanto profissionais do turismo, sem fazer distinção de questões específicas para cada categoria. A estratégia de combinar os dois perfis em um único questionário teve como objetivo avaliar o grau de adesão de ambos ao conhecimento em idiomas estrangeiros e o impacto dessa competência em suas trajetórias acadêmicas e profissionais. Esta escolha metodológica teve como objetivo entender o efeito da falta de habilidades linguísticas na carreira de cada grupo, sem o propósito de comparar ou contrapor diretamente suas opiniões.

Assim, o principal propósito da pesquisa científica foi identificar e examinar questões pertinentes, além de procurar soluções práticas que agreguem valor ao campo de estudo. Segundo Gil (2002), a investigação científica começa com a formulação de um problema, que orienta a pesquisa e direciona a procura por respostas. Lakatos e Marconi (2003) corroboram essa concepção, declarando que a definição precisa do problema é crucial para que a pesquisa tenha um objetivo claro, possibilitando ao pesquisador adotar uma metodologia eficiente na coleta e análise de dados.

Para atender ao objetivo estabelecido para a pesquisa, foram estruturados os tópicos após o estudo de dados sobre o turismo internacional

no Paraná, sua demanda e quanto impacta na economia do litoral, além da pesquisa do Projeto Pedagógico de curso (PPC) de anos anteriores, onde foi constatado que existia a oferta de módulos de língua estrangeira na grade curricular e depois da reforma foi retirado e substituído por outros módulos, o processo da formulação das perguntas foi para que atendesse essas lacunas acerca da visão dos estudantes referente a essa lacuna. Assim, a análise buscou enfatizar a perspectiva dos participantes acerca da importância da inclusão desses módulos e seu impacto nas oportunidades de trabalho e trajetória profissional na área.

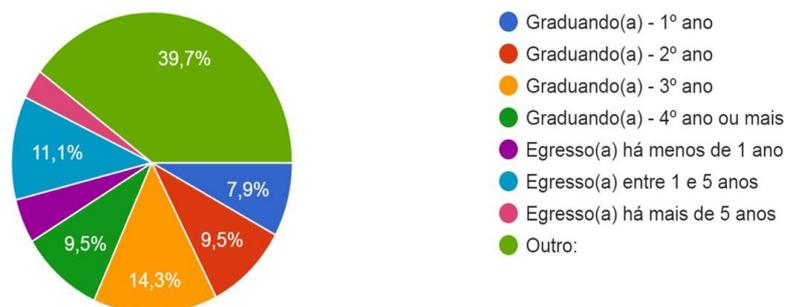
Portanto, este estudo é um exercício de questionar e procurar soluções para o problema que no referido trabalho foi identificado em como se pode perder oportunidades de trabalho e estudo por conta da falta do conhecimento da língua estrangeira, assim utilizando uma metodologia voltada para a compreensão e reflexão, fundamentada nos princípios da metodologia científica objetivou-se trazer essa conscientização e possíveis soluções correlacionada com as percepções dos estudantes e egressos.

Por fim, as respostas foram analisadas descritivamente e interpretadas de forma qualitativa para reconhecer padrões, tendências e percepções comuns entre os participantes. Assim, foi possível obter uma visão ampla de como a proficiência em idiomas estrangeiros é percebida como um diferencial competitivo no setor turístico do Paraná, reforçando a possível necessidade de ajustes curriculares no curso de Gestão de Turismo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

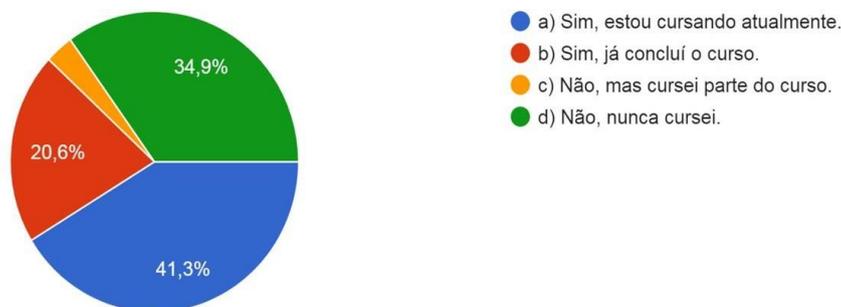
Os resultados apresentados representam um estudo acerca da visão e vivência dos profissionais do turismo, alunos e egressos do curso de Gestão de Turismo da UFPR Litoral, em relação ao domínio de idiomas estrangeiros e sua importância no setor turístico. Foi coletada e reunida algumas das conclusões mais relevantes e percepções obtidas das respostas:

Gráfico 1- Perfil do Respondente (Vínculo com a Universidade)



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

Gráfico 2- Se está cursando ou já cursou o curso de Gestão de turismo



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

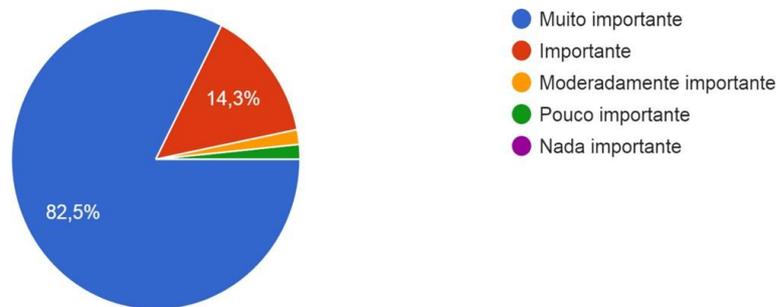
Analisando os dois primeiros gráficos (Gráfico 1 e Gráfico 2), pode-se verificar na amostra de participantes do estudo, que se revela um perfil constituído em sua maioria por estudantes e recém-graduados em Gestão de Turismo. Dos respondentes, 41,3% ainda estão na graduação, enquanto 20,6% já se graduaram.

Estes dados sugerem que grande parte da amostra se encontra numa fase de transição entre a vida universitária e o mercado de trabalho, além disso, também foi verificado que referente as informações sobre os anos de conclusão, os egressos em sua maioria concluíram há menos de cinco anos o que indica que as suas percepções e perspectivas em relação à área estão relativamente atualizadas, pois é um perfil que se graduou recentemente e está vivenciando o mercado atual.

Gil (2008) indica sobre a importância da adaptação da formação acadêmica às exigências do mercado. A formação em turismo deve estar alinhada às práticas de mercado e, ao mesmo tempo, favorecer o

desenvolvimento de competências que preparem os alunos para as mudanças em curso no setor. A maioria dos formandos no referido estudo reflete uma formação recente e, talvez, uma maior vontade de inovar e adaptar-se às novas necessidades do mercado turístico.

Gráfico 3 - Importância das línguas estrangeiras no turismo

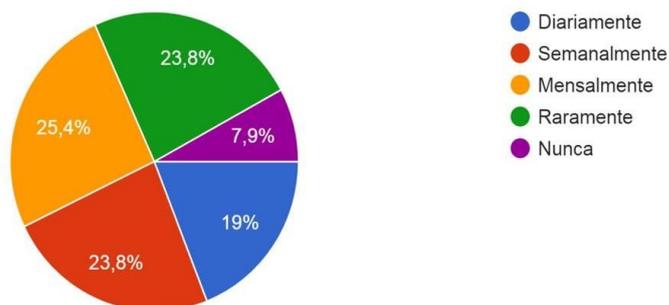


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliou qual a importância da língua estrangeira para os respondentes (Gráfico 3), 82,5% consideram muito importante o conhecimento em um segundo idioma para sua atuação na área. Esse dado reforça a percepção de que o domínio de línguas estrangeiras é um diferencial fundamental para o profissional de turismo, já que com o mundo cada vez mais globalizado é cada vez mais necessário se qualificar para atender turistas de diversas nacionalidades e culturas.

Tuan (1977), destaca o papel do conhecimento no desenvolvimento do turismo, ele argumenta que a interação entre turistas e locais depende de uma compreensão profunda de contextos culturais e espaciais. Nesse sentido, o domínio de idiomas estrangeiros não apenas uma ferramenta de comunicação, como também uma troca intercultural.

Gráfico 4- Frequência utilizada das línguas estrangeiras na prática profissional



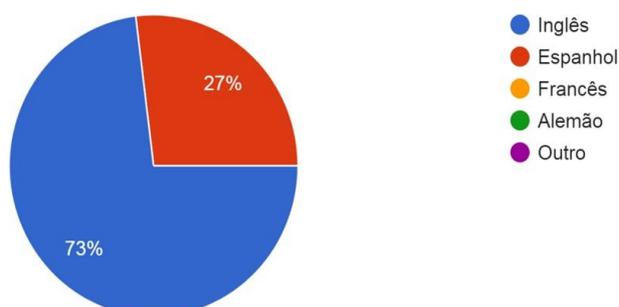
Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliou qual a frequência utilizada da língua estrangeira na prática profissional ou de estudos (Gráfico 4) podemos verificar que somente 19% dos respondentes utilizam de forma diária, além de 23,8%, afirmarem utilizarem raramente a língua estrangeira para qualquer finalidade, isso pode ser explicado pela dinâmica do mercado de trabalho na área de turismo que pode exigir o conhecimento pleno como também somente em situações específicas.

Relacionando isso com o estudo de Brocca et.al., (2022) que refletem sobre a importância do ensino de idiomas e da prática intercultural no turismo, é possível perceber que a realidade do uso limitado dos idiomas no ambiente profissional aponta para um possível deficit no ensino de línguas aplicadas como inglês e espanhol. Os autores refletem que, para um turismo mais eficaz e com mais integração, os profissionais tenham a oportunidade de praticar e aplicar os idiomas estrangeiros no seu ambiente de trabalho.

Dessa forma esses resultados sugerem que é interessante a promoção de ambientes mais imersivos e de maior interação linguística ligada ao turismo, sejam eles no ambiente acadêmico para incentivar ao estudo, como também no ambiente profissional para que os profissionais possam utilizar o seu conhecimento numa língua estrangeira.

Gráfico 5-Idiomas mais relevantes para o turismo

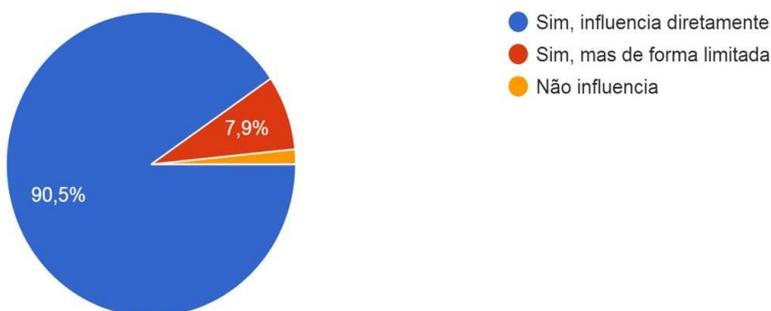


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliou qual o idioma o respondente mais achava relevante para atuar no mercado de trabalho (Gráfico 5), a maior parte considera o inglês com 73%, seguido do espanhol com 27% o que faz total sentido, já que trazendo para o inglês um idioma universal, o mais falado do mundo e requerido para trabalhar e se comunicar em qualquer lugar do mundo, podemos relacionar esse fator com Crystal, (2003), que discute a importância do inglês como uma língua franca no contexto global, é possível entender que sua relevância no turismo vai além da comunicação, sendo um facilitador da globalização e da mobilidade internacional.

Crystal (2003) destaca que o inglês se consolidou como a língua de comunicação global, especialmente em setores como o turismo, onde a interação com diferentes culturas e nacionalidades é constante. Trazendo para o contexto do Litoral paranaense, já é o espanhol, dada a proximidade que o Estado do Paraná tem com países como Argentina e Paraguai, tendo demanda por atender esse público, sobretudo com a temporada de cruzeiros em Paranaguá.

Gráfico 6-Relação entre línguas estrangeiras e oportunidades de trabalho no turismo

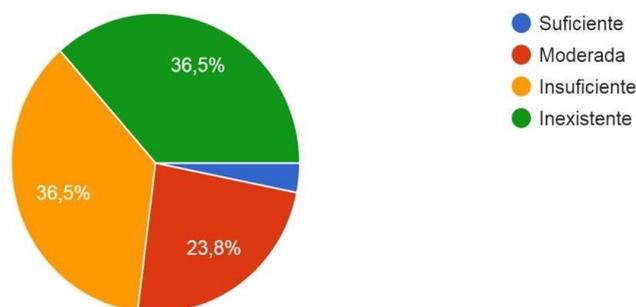


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliou o impacto que o domínio de línguas estrangeiras tem para as oportunidades de emprego na área de turismo (Gráfico 6), a grande maioria dos respondentes acredita que é um fator determinante. Fazendo uma relação com o que diz Searle (1969) no seu estudo que

discute a teoria na dinâmica da fala e como a linguagem pode moldar as interações e oportunidades sociais. O autor aborda que a linguagem não é apenas um meio de expressão, mas também um meio de ação. No caso do turismo, falar várias línguas pode ser visto como uma forma de aumentar o poder de ação do profissional, criando possibilidades de interação com clientes e colegas de diferentes partes do mundo. Isso confirma a crença de que o domínio de idiomas amplia as chances de empregabilidade, uma vez que permite a interação eficaz com diferentes públicos, culturas e nacionalidades.

Gráfico 7- Ensino de línguas estrangeiras nos cursos de turismo

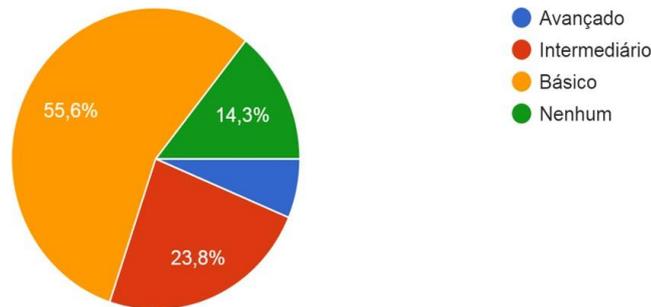


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que discutiu a oferta de ensino de línguas estrangeiras durante o período do curso de turismo (Gráfico 7), grande parte dos respondentes acreditam que a oferta não foi a ideal, obtiveram-se 73% somados de respostas de insuficiente e inexistente, cada alternativa com 36,5%, esses dados sugerem a insatisfação dos estudantes em relação a essa realidade atual e mostra uma perspectiva de mudanças e possíveis melhorias na dinâmica nas aulas, oficinas e contextos para que essa carência possa ser atendida.

Relacionando com Byram (2008), que destaca a importância do ensino de línguas e a incorporação na rotina de aprendizagem como uma parte fundamental da formação intercultural no turismo, considerando a realidade do mundo corporativo globalizado atual. O autor sugere que o aprendizado de línguas deve ser visto como uma habilidade essencial que vai além da otimização da comunicação, envolvendo também o desenvolvimento de competências culturais.

Gráfico 8- Conhecimento prévio em línguas estrangeiras

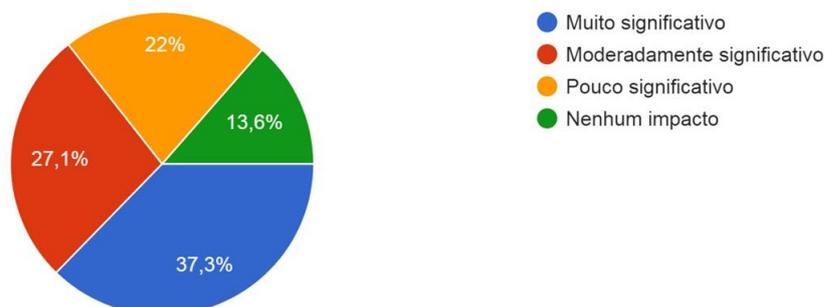


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliou sobre o conhecimento prévio de línguas estrangeiras antes de entrar no curso ou no setor de turismo (Gráfico 8), 55% dos respondentes informaram ter conhecimento básico, dado que mais uma vez reforça a necessidade de suporte para desenvolver esse conhecimento dentro da universidade.

Quando relacionamos a Savignon (2002), que no seu estudo enfatiza a importância da competência comunicativa no ensino de línguas, é possível afirmar que o conhecimento prévio em idiomas é um fator que facilita o desenvolvimento de habilidades mais avançadas durante a formação acadêmica. O autor acredita que o ensino de línguas não deve ser apenas sobre a transmissão de conhecimento gramatical, mas também sobre a capacidade de interagir de forma eficaz em diferentes contextos comunicativos. A universidade tem um papel fundamental e influente nessa dinâmica, preparando o estudante para uma perspectiva de atuar no mercado internacional e globalizado.

Gráfico 9- Impacto das línguas estrangeiras no crescimento profissional

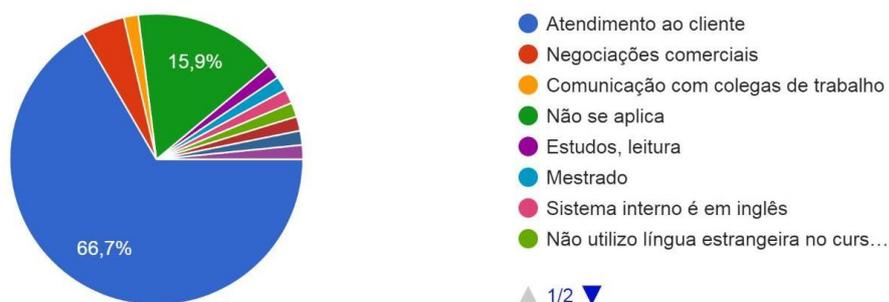


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

O tópico que avaliou o impacto das línguas estrangeiras no crescimento profissional (Gráfico 9), a maioria dos respondentes disseram que esse conhecimento lhe proporcionou vantagens no mercado de trabalho. Relacionando com Gee (2000), que no seu estudo discute o papel das práticas sociais e do capital cultural na educação e nas oportunidades profissionais, podemos entender que o domínio de línguas é visto como um recurso valioso no setor de turismo, proporcionando aos profissionais uma vantagem competitiva no mercado internacional.

Gee (2000) destaca que a linguagem e o conhecimento são formas de capital social, que facilitam o acesso a melhores oportunidades e condições de trabalho. Trazendo ao contexto do turismo, o domínio de línguas estrangeiras abre portas para cargos internacionais, melhora o network e permite que os profissionais se conectem com públicos de diversas nacionalidades, essencial para o crescimento e a mobilidade na carreira.

Gráfico 10 – Contextos de uso de línguas estrangeiras no turismo



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliou em qual contexto o uso de línguas estrangeiras era mais utilizado pelos respondentes no turismo (Gráfico 10), teve respostas variadas, com destaque para o atendimento ao cliente com 66,7%, além de negociações comerciais, estudos, leitura e a operação no sistema de agência de viagens em inglês. Podemos relacionar com o que diz Flyman Mattson e Norrby (2013), que no seu estudo discutem os diferentes contextos que as línguas estrangeiras são utilizadas no turismo, e envolve fatores individuais e

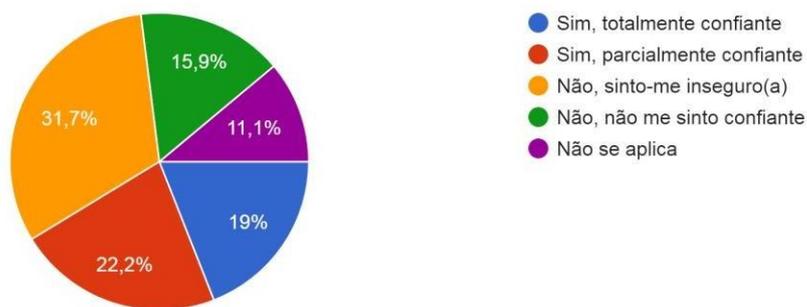
sociais que influenciam diretamente como as línguas são adquiridas e utilizadas, podemos concluir que as habilidades linguísticas são aplicadas em uma gama diversificada de situações no setor.

O uso de idiomas estrangeiros no atendimento ao cliente é um dado significativo, pois indica que os profissionais do turismo têm a necessidade de se comunicarem de forma eficaz com turistas de diferentes origens culturais e linguísticas. Isso também se reflete na importância do inglês como idioma principal nas transações comerciais e nos sistemas operacionais das agências de viagens, já que o inglês é um idioma global.

Gráfico 11- Confiança no uso de línguas estrangeiras

Você se sente confiante em usar línguas estrangeiras no trabalho?

63 respostas



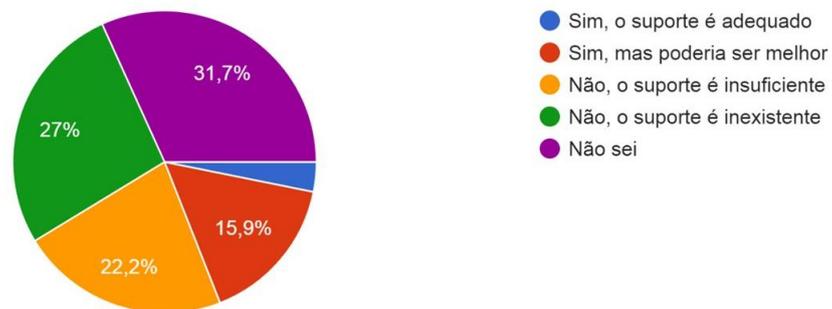
Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

O tópico que avaliou a confiança dos respondentes no uso de línguas estrangeiras no cotidiano do trabalho (Gráfico 11), 31,7% das pessoas afirmaram terem receio de falar, 22,2% que tem uma confiança moderada e somente 19% se sentem totalmente confiantes, o que demonstra que a maioria dos profissionais que responderam ainda enfrentam muitos obstáculos ao utilizar as línguas estrangeiras. Quando relacionamos com Bandura (1997), que em seu estudo parte de uma premissa que denomina teoria da autoeficácia, discute como a crença nas próprias habilidades influencia diretamente o desempenho.

No contexto do uso de línguas estrangeiras, os obstáculos comuns, como falta de prática e receio de falar, por exemplo, podem ser atribuídos a uma baixa autoeficácia linguística. A ausência de prática diminui a confiança

dos indivíduos em suas habilidades de comunicação, o que pode gerar um ciclo de insegurança. Bandura (1997) sugere que a prática constante e o enfrentamento de situações desafiadoras são essenciais para aumentar a autoconfiança. Portanto, criar ambientes onde os profissionais possam praticar e interagir sem medo de errar é essencial para desenvolver a confiança no uso de idiomas estrangeiros. A superação desses obstáculos pode ser alcançada com mais oportunidades de estudo aplicado, imersão e feedback positivo.

Gráfico 12- Suporte institucional para o aprendizado de línguas estrangeiras

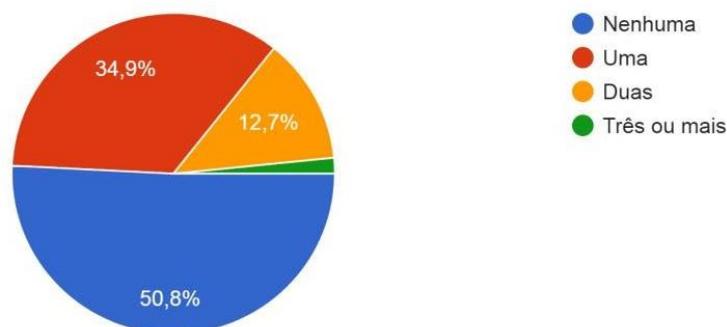


Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

O tópico que discute se o curso de Gestão de turismo da UFPR Litoral oferece suporte suficiente para o aprendizado de línguas estrangeiras (Gráfico 12) encontrou que 49,2% dos respondentes estão insatisfeitos com o suporte institucional atual ao aprendizado de línguas estrangeiras. Isso se alinha com o que o estudo de Biggs (2003) reflete, em que aponta que um suporte inadequado pode comprometer a experiência educacional.

A insatisfação apresentada pode indicar que a infraestrutura e os recursos para o ensino de idiomas no setor de turismo na instituição não estão sendo fornecido de forma adequada, o que prejudica o progresso dos alunos e isso sugere possíveis melhorias.

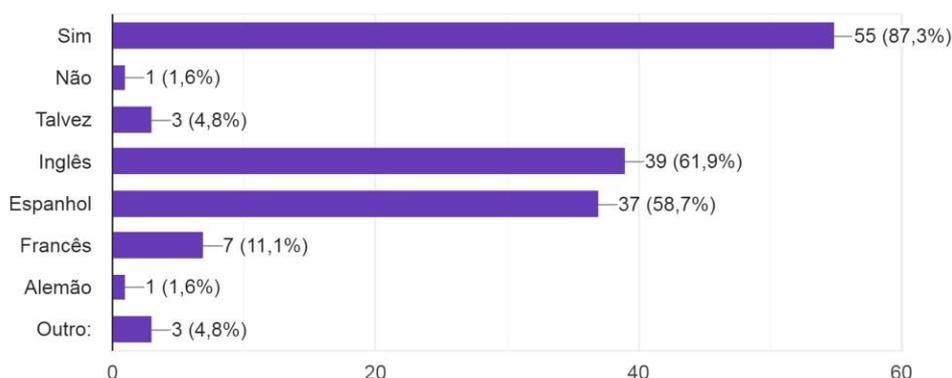
Gráfico 13- Número de línguas estrangeiras dominadas



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

O tópico que discutiu a quantidade de línguas estrangeiras dominadas pelos respondentes (Gráfico 13) pode-se observar que grande parte não domina nenhum idioma estrangeiro, com 50,8%, e reflete a dificuldade encontrada na aprendizagem de línguas podemos relacionar com Hyltestam e Obler (1989) em que destacam que o domínio de várias línguas pode ser um desafio em contextos acadêmicos e profissionais principalmente quando a formação e o suporte institucional são limitados.

Gráfico 14- Interesse por cursos de línguas para aprimoramento profissional



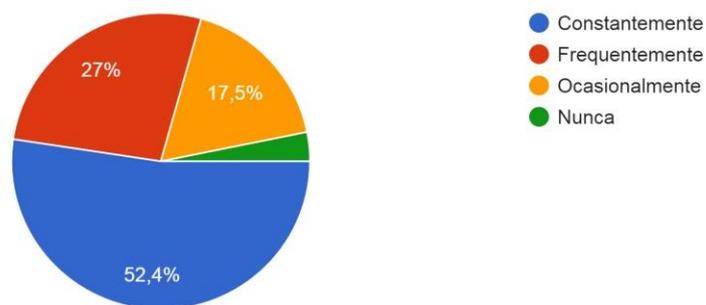
Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

O tópico que discutiu se os respondentes já realizaram ou têm interesse em realizar cursos de idioma estrangeiros (Gráfico 14), a maioria das pessoas (87%) informaram que possui interesse em fazer, com destaque para inglês (61,9%) seguido de Espanhol (58,7%). De acordo com Oxford (1990), o aprendizado de idiomas tem uma relação direta com a

motivação e estratégias de aprendizagem utilizadas pelos indivíduos.

Trazendo para a realidade do Litoral Paranaense essa ideia é reforçada pelo contexto onde a cidade está inserida, numa região próxima de países sul americanos como Argentina e Paraguai que facilitam a entrada dessas pessoas onde predomina o idioma espanhol, além do inglês que é um idioma global como já mencionado neste trabalho, isso se alinha com o que diz Oxford (1990) em sua teoria de que a escolha de idiomas muitas vezes reflete fatores culturais, profissionais e sociais, motivando os indivíduos a se engajarem no aprendizado linguístico.

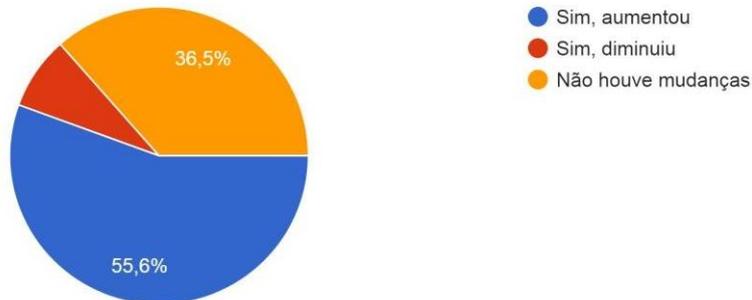
Gráfico 15-Desejo de aprender novas línguas para o turismo



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que avaliava com que frequência os respondentes sentiam a necessidade de aprender novas línguas para melhorar a atuação na sua carreira profissional (Gráfico 15), grande parte afirmaram que julgam necessário de forma constante (52,4%), isso vai ao encontro ao que diz Gardner (1985), em que investiga o papel da motivação no aprendizado de línguas e afirma que a motivação e a percepção da utilidade de aprender um idioma, como, por exemplo, no contexto do turismo, são fatores essenciais para o engajamento com o aprendizado de línguas e isso implica diretamente com essa demanda na área turística.

Gráfico 16 - Impacto da pandemia na relevância das línguas estrangeiras no turismo



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que discute o impacto da pandemia na relação do domínio de línguas estrangeiras no contexto do turismo (Gráfico 16), 55,6% dos respondentes concordam que aumentou a relevância, associando esse dado com o que diz Gertner e Ryan (2021) que no seu estudo analisam como a pandemia de COVID-19 afetou o setor do turismo, incluindo como os métodos de ensino de línguas estrangeiras foram modificados, pois os turistas nesse período estavam impossibilitados de viajar e mais restritos a comunicação virtual, havendo uma transição para o ensino remoto, em que influenciou diretamente na forma de aprendizado e, na prática, em que as habilidades linguísticas passaram a ser vistas de uma perspectiva diferente, com uma crescente demanda por métodos de ensino mais adaptáveis e que considerem novas realidades, como o ensino online ou híbrido.

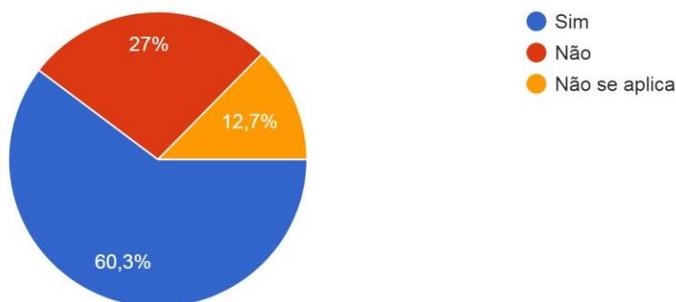
Gráfico 17 - Desafios no uso de línguas estrangeiras no ambiente profissional



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que discutia os principais desafios encontrados pelos respondentes ao utilizar as línguas estrangeiras no ambiente de trabalho ou estudos (Gráfico 17), foi identificadas dificuldades variadas, como dificuldade de compreensão auditiva, falta de vocabulário técnico, medo ou insegurança ao falar, dificuldade com a gramática, barreiras culturais e com a maior taxa de porcentagem para falta de prática ou oportunidade de uso que se equivaleu a 28,6% das respostas, o que reflete a complexidade de utilizar línguas estrangeiras de forma eficaz no ambiente de trabalho. Isso pode ser relacionado ao que Kramsch (1993) reflete, onde ele aponta que esses desafios podem ser intensificados pela falta de oportunidades para a prática em um contexto profissional, algo que foi destacado pelos participantes da pesquisa.

Gráfico 18- Possibilidade ao usar línguas estrangeiras no ambiente de trabalho ou estudos



Fonte: Resultados da pesquisa, 2024.

No tópico que discutia as consequências da falta de domínio das línguas estrangeiras nas oportunidades no turismo (Gráfico 18), a pesquisa revela que 60,3% dos participantes admitiram que perderam oportunidades de trabalho por não dominarem um idioma estrangeiro. Isso está relacionado com o que diz Norton (2000), em que aponta no seu estudo que a falta de proficiência linguística pode resultar na perda de oportunidades e na limitação da

competitividade no mercado de trabalho, principalmente em setores como o turismo, onde a comunicação eficaz com turistas estrangeiros é crucial.

No Tópico que discutia sobre melhorias no ensino de línguas estrangeiras na graduação de turismo, os respondentes deram diversas sugestões com destaque a importância de incluir disciplinas de idiomas como componentes obrigatórios da grade curricular, reforçando a relevância do aprendizado contínuo de línguas como inglês e espanhol, fundamentais para a atuação no setor. Além disso, há consenso sobre a necessidade de uma abordagem prática, com foco em situações reais, como atendimento a turistas, e metodologias que foquem na conversação.

McDonough e Shaw (1993) apontam que o aprendizado de línguas estrangeiras deve ser fundamentado em um planejamento pedagógico que priorize a aplicabilidade prática e a interação do estudante com contextos autênticos. Essa perspectiva se alinha com as sugestões dos respondentes, que ressaltam a relevância de cursos voltados para o uso prático do idioma, com ênfase nas demandas específicas da área de turismo, como atendimento e comunicação com estrangeiros.

Em relação às críticas relacionadas à falta de oferta regular de disciplinas de idiomas nos cursos de Turismo, reforçam a ideia da necessidade de revisão curricular. A integração de idiomas estrangeiros de forma estruturada e prática enriquece na trajetória, aprendizado e evolução do aluno, e também o prepara para atuar em um mercado globalizado, onde a proficiência em línguas é um diferencial competitivo fundamental.

As sugestões adicionais reforçam a percepção geral de que o ensino de línguas estrangeiras é essencial para o curso de Turismo, mas também indicam pontos que podem ser explorados de uma maneira melhor. Entre as ideias apresentadas, destaca-se a inclusão de outras línguas além do inglês e espanhol, como francês, italiano e até mesmo a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS), o que reflete a visão atualizada dos respondentes acerca da evolução constante do mercado turístico global.

Podemos relacionar isso com a abordagem proposta por Richards e Renandya (2002), que defendem um ensino de idiomas adaptado às necessidades específicas dos estudantes, considerando os contextos culturais

e profissionais nos quais eles atuarão. Outro ponto relevante foi a sugestão de incluir atividades extracurriculares, como módulos nos finais de semana, com suporte institucional, e trabalhos sobre culturas internacionais. Essas iniciativas corroboram com o conceito de *“task-based learning”* apresentado por Richards e Renandya (2002), que é a utilização de tarefas reais e significativas para promover a imersão e o aprendizado efetivo.

Essas sugestões evidenciam a necessidade de uma abordagem mais ampla e diversificada no ensino de idiomas no curso de Turismo, considerando tanto as demandas regionais quanto as oportunidades globais da área.

Analisando o PPC antigo do Curso de Gestão de turismo da UFPR Litoral podemos perceber que até 2013 existiam módulos de língua estrangeira, especificamente dois módulos que eram ofertados no primeiro ano de graduação, no 1 período Língua estrangeira aplicada I, e no segundo período Língua estrangeira aplicada II, além do estudante, ter a opção de cursar no módulo optativo o módulo comunicação em Língua Brasileira De Sinais (LIBRAS).

Figura 1: PPC antigo do Curso de Gestão de turismo da UFPR Litoral

Total		400
<i>2ª Fase Compreender e Propor 4º Período</i>		
Código	Programa de Aprendizagem Módulo	Carga Horária Semestral
SLGT010	Estratégias e Planejamento do Turismo II	80
SLGT011	Marketing Turístico	80
SLGT012	Economia do turismo	80
SL04	ICH IV	80
SL12	PA IV	80
Total		400

ANO 3 – TEMA: GESTÃO DO TURISMO

<i>3ª Fase Propor e Agir 5º Período</i>		
Código	Programa de Aprendizagem Módulo	Carga Horária Semestral
SLGT013	Agenciamento e Transportes	80
SLGT014	Gestão de Hospitalidade e de Meios de Hospedagem	80
SLGT015	Direito e Legislação aplicada ao turismo	80
SL05	ICH V	80
SL13	PA V	80
Total		400

<i>3ª Fase Propor e Agir 6º Período</i>		
Código	Programa de Aprendizagem Módulo	Carga Horária Semestral
SLGT016	Módulo Optativo	30
SLGT017	Gestão Alimentos e Bebidas	80
SLGT018	Gestão de Eventos	80
SL06	ICH VI	80
SL14	PA VI	80
Total		350

<i>Módulos Optativos</i>		
Código	Programa de Aprendizagem Módulo	Carga Horária Semestral
SL017	Comunicação em Língua Brasileira de Sinais	30

Fonte: UFPR, 2013.

A partir do ano de 2015, houve uma mudança no PPC acarretando a retirada dessas matérias. Para os módulos de língua estrangeira aplicada, não tiveram adaptações e eles permaneceram fora da grade curricular até a matriz curricular atual do ano de 2024. em relação à matéria optativa de “Comunicação em Língua Brasileira de Sinais”, houve uma adaptação com a substituição deste para o módulo denominado “Introdução ao estudo de Língua Brasileira de Sinais- LIBRAS”, ainda que atualmente essa matéria também já não está mais incluída na lista de módulos optativos da matriz curricular atual de Gestão de turismo.

Figura 2: PPC antigo do Curso de Gestão de turismo da UFPR Litoral



ANEXO II
PLANO DE ADAPTAÇÃO CURRICULAR

Cod	Currículo Antigo	CH	Cod	Currículo Novo	CH
SLGT001	Fundamentos do Turismo e Desenvolvimento Sustentável I	80	SLGT019	Fundamentos do Turismo e Hospitalidade I	60
SLGT003	Introdução ao Turismo	20	SLGT019	Fundamentos do Turismo e Hospitalidade I	60
SLGT002	Língua Estrangeira Aplicada I	80		Sem adaptação	
	Sem adaptação		SLGT032	Gestão de Pessoas	30
SL018	Integração Universitária e Reconhecimento Local	80	SLGT021	Reconhecimento do litoral	30
SLGT006	Sociologia do Turismo	80	SLGT022	Sociologia do Turismo	30
SL20	Interações Culturais e Humanísticas	80	SL52	Interações Culturais e Humanísticas	60
SL28	Projeto de Aprendizagem	80	SL60	Projeto de Aprendizagem	60
SLGT004	Fundamentos do Turismo e Desenvolvimento Sustentável II	80	SLGT023	Fundamentos do Turismo e Hospitalidade II	60
SLGT018	Metodologia e Conhecimento Científico	30	SLGT024	Metodologia e Conhecimento Científico	60
SLGT009	Cultura, História e Patrimônio	80	SLGT025	Cultura, História e Patrimônio	60
SL21	Interações Culturais e Humanísticas	80	SL53	Interações Culturais e Humanísticas	60
SL29	Projeto de Aprendizagem	80	SL61	Projeto de Aprendizagem	60
SLGT007	Estratégias e Planejamento do Turismo I	80	SLGT026	Estratégias e Planejamento do Turismo I	60
SLGT012	Economia do turismo	80	SLGT027	Economia do turismo	60
SLGT013	Agenciamento e Transportes	80	SLGT028	Agenciamento e Transportes	60
SL22	Interações Culturais e Humanísticas	80	SL54	Interações Culturais e Humanísticas	60
SL30	Projeto de Aprendizagem	80	SL62	Projeto de Aprendizagem	60
SLGT010	Estratégias e Planejamento do Turismo II	80	SLGT029	Estratégias e Planejamento do Turismo II	60
SLGT008	Tecnologia da Informação no Turismo	80	SLGT030	Tecnologia da Informação em Turismo	60
SLGT015	Direito e Legislação aplicada ao turismo	80	SLGT031	Legislação aplicada ao Turismo	30
SL23	Interações Culturais e Humanísticas	80	SL55	Interações Culturais e Humanísticas	60
SL31	Projeto de Aprendizagem	80	SL63	Projeto de Aprendizagem	60
SLGT016	Gestão de Alimentos e Bebidas	80	SLGT033	Gestão de Alimentos e Bebidas (A&B)	60
SLGT011	Marketing Turístico	80	SLGT034	Marketing Turístico	60
SLGT005	Língua Estrangeira Aplicada II	80		Sem adaptação	
SL24	Interações Culturais e Humanísticas	80	SL56	Interações Culturais e Humanísticas	60
SL32	Projeto de Aprendizagem	80	SL64	Projeto de Aprendizagem	60
SLGT014	Gestão de Hospitalidade e de Meios de Hospedagem	80	SLGT036	Gestão de Meios de Hospedagem	60
SLGT017	Gestão de Eventos	80	SLGT037	Gestão de Eventos	60
SL25	Interações Culturais e Humanísticas	80	SL57	Interações Culturais e Humanísticas	60
SL33	Projeto de Aprendizagem	80	SL65	Projeto de Aprendizagem	60
	Sem adaptação		SLGT020	Geografia do turismo	30
	Sem adaptação		SLGT035	Empreendedorismo e Inovação em turismo	60
	Sem adaptação		SLGT038	Turismo em áreas naturais	60
SL19	Comunicação em Língua Brasileira de Sinais - Libras	30	SL85	Introdução ao estudo da Língua Brasileira de Sinais - Libras	30
	Sem adaptação		SLGT039	Tópicos especiais em Turismo	60
	Sem adaptação		SLGT040	Design de interiores em empresas turísticas	60

[Handwritten signature]

Fonte: UFPR, 2015.

Com a Análise comparativa das grades curriculares podemos refletir que a retirada dos módulos de Língua Estrangeira Aplicada I e II, que eram ofertados nos dois primeiros períodos da graduação, resultam em uma perda importante para o desenvolvimento de competências linguísticas dos estudantes, especialmente em um curso com forte apelo internacional. Embora a disciplina optativa de libras tenha sido inicialmente substituída pelo módulo “Introdução ao Estudo de Língua Brasileira de Sinais”, ela também foi removida nas versões

mais recentes da matriz curricular, reduzindo as oportunidades de formação inclusiva.

Essa revisão, que visou acrescentar outros módulos, como “Empreendedorismo e Inovação” e “Design de Interiores”, pode ser interpretada como uma tentativa de diversificar o currículo, mas implica a exclusão de elementos fundamentais para a capacitação completa dos futuros profissionais de turismo, ascendendo um debate sobre as prioridades no esqueleto do curso, evidenciando a necessidade de um equilíbrio entre atualização curricular e a preservação de competências essenciais.

Há alguns outros pontos que também merecem uma atenção acerca do desenvolvimento do curso para os próximos anos de forma geral. Entre eles, foi observado também que, em comparação entre o currículo antigo e o novo, algumas disciplinas tiveram redução na carga horária, enquanto outras foram unificadas. Por exemplo, “Fundamentos do Turismo e Desenvolvimento Sustentável” foi substituído por “Fundamentos do Turismo e Hospitalidade”, mas com carga horária menor. Essa redução pode impactar a profundidade com que os conteúdos são abordados, além de que a inclusão de disciplinas como “Empreendedorismo e Inovação em Turismo” e “Design de Interiores em Empresas Turísticas” mostra uma adaptação às tendências do mercado, o que é positivo para a formação profissional. No entanto, a exclusão de disciplinas como as línguas estrangeiras pode limitar a competitividade dos estudantes em um mercado globalizado e seria interessante discutir se esse aspecto foi suficientemente abordado no currículo atualizado.

Em conversas com professores que estiveram por muitos anos na instituição e acompanharam essa mudança na matriz curricular é possível refletir que essa decisão tem algumas causas, como a falta de docentes especializados e a dificuldade de implementar um ensino de línguas estrangeiras eficaz em turmas grandes. A ausência de uma infraestrutura adequada e a sobrecarga curricular foram fatores que contribuíram para essa decisão. Além disso, a reformulação buscou focar em outras competências e habilidades, em momento em que a formação prática, e não apenas linguística era vista como mais urgente para os estudantes do curso.

No entanto, a exclusão dos módulos de línguas estrangeiras gerou

discussões sobre a relevância da formação completa, especialmente no contexto do litoral paranaense, onde a demanda por profissionais bilíngues é crescente, mas nem sempre atendida devido a essas limitações. Os resultados dessa pesquisa indicaram de maneira clara que a inclusão de módulos de Língua Estrangeira na grade curricular do curso de Gestão de Turismo é uma das principais demandas dos estudantes.

A necessidade de aprender um idioma estrangeiro, considerando especialmente a natureza global do turismo, foi amplamente reconhecida. Contudo, o histórico do curso revela que, devido à dependência de docentes de outras câmaras para ministrar esses módulos, a oferta regular e eficaz de aulas de idiomas se mostrava limitada, muitas vezes inviável, dada a indisponibilidade desses professores.

Embora a proposta de incluir um docente específico para a área de línguas estrangeiras seja pertinente, a experiência de ensino em turmas grandes e com carga horária reduzida mostra que o modelo atual de ensino de línguas no curso não proporciona a fluência desejada. A fala da banca foi um ponto importante nesse sentido: a aprendizagem de um idioma exige, sobretudo, aulas mais personalizadas e um acompanhamento mais próximo, o que é difícil de ser alcançado em turmas numerosas e com o tempo reduzido disponível no currículo do curso. A sugestão de adotar métodos mais individualizados, como o ensino de línguas por meio de grupos menores ou até mesmo aulas extracurriculares, pode ser uma solução mais eficaz para promover a evolução linguística dos alunos.

A experiência de outros cursos, que passaram a excluir os módulos de idiomas da matriz curricular, como o caso do Bacharelado em Turismo da UFPR, reflete um movimento mais amplo no ensino superior, mas não deve ser seguido sem uma análise crítica. Embora a carga horária de um curso de graduação seja limitada, a exclusão de línguas estrangeiras comprometeria a formação de profissionais aptos a atender uma demanda crescente de turistas internacionais, o que reforça a importância de integrar, de alguma forma, o ensino de idiomas no currículo.

Além disso, a educação de línguas no Brasil enfrenta um desafio estrutural desde o ensino fundamental e médio. Muitas escolas particulares têm buscado se tornar bilíngues, contratando professores estrangeiros, mas com custos elevados, inacessíveis à maioria da população. A falta de acesso a uma

educação bilíngue de qualidade é uma lacuna educacional que impacta diretamente a formação de profissionais no setor do turismo.

Portanto, a solução para essa questão não deve ser apenas a inclusão de módulos de Língua Estrangeira na grade curricular, mas sim uma reestruturação do ensino de idiomas no contexto do Curso de Turismo. Isso pode envolver a criação de turmas menores, aulas complementares em horários extracurriculares ou até mesmo parcerias com plataformas de ensino de línguas online.

O mais importante é garantir que os estudantes tenham acesso a um ensino de línguas que, de fato, contribua para o seu desenvolvimento profissional e para a experiência turística que irão oferecer a demanda de visitantes internacionais no litoral paranaense. Esse processo de inclusão do ensino de línguas, embora desafiante, é essencial não só para o curso de Turismo, mas para a formação de profissionais qualificados que atendam às exigências do mercado de trabalho globalizado.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo analisar a percepção dos alunos, ex-alunos do curso de Gestão de Turismo da UFPR Litoral e profissionais do turismo sobre a importância do domínio de idiomas estrangeiros e sua relação com o mercado de trabalho no setor de turismo.

A partir das respostas analisadas observa-se que, embora a maioria reconheça a relevância dos idiomas estrangeiros para o sucesso profissional no turismo, há uma lacuna significativa entre as expectativas dos respondentes e o suporte institucional oferecido pelo curso. A maioria dos participantes considera o inglês o idioma mais relevante, seguido pelo espanhol, e acredita que o domínio de idiomas é um diferencial importante para a empregabilidade no setor.

No entanto, os dados também revelaram que a prática efetiva de idiomas estrangeiros no mercado de trabalho ainda é limitada, com poucos respondentes utilizando essas línguas de forma constante em suas atividades profissionais. Além disso, a avaliação da oferta de ensino de línguas estrangeiras no curso de Gestão de Turismo foi, em sua maioria, negativa, indicando que a formação acadêmica precisa ser aprimorada para atender às demandas do mercado. A insegurança no uso de línguas estrangeiras também é um desafio identificado,

com muitos respondentes expressando receio ao utilizá-las, o que demonstra a necessidade de mais oportunidades de prática e imersão.

Identificou-se que o ensino de línguas estrangeiras, embora essencial, é uma área que necessita de ajustes tanto em relação à oferta curricular quanto ao suporte institucional. A falta de confiança e a baixa prática no uso de idiomas sugerem que os programas acadêmicos precisam incluir mais atividades que favoreçam o desenvolvimento da competência comunicativa dos alunos, assim como um maior incentivo à imersão no ambiente profissional.

Em termos de limitações, a pesquisa se restringiu ao contexto de um único curso de uma instituição de ensino, o que pode limitar a generalização dos resultados. A amostra também pode não refletir a totalidade das experiências dos profissionais do turismo, uma vez que o foco maior foi dado aos alunos e ex-alunos da UFPR Litoral.

Para pesquisas futuras, recomenda-se explorar um número maior de instituições de ensino e incluir mais profissionais da área com nicho em hospitalidade e correlatas a fim de obter uma visão mais abrangente sobre a relação entre o ensino de idiomas e as demandas do mercado de trabalho no turismo. Além disso, estudos adicionais podem investigar estratégias pedagógicas para melhorar a confiança e a prática no uso de línguas estrangeiras, contribuindo para o aprimoramento da formação acadêmica e profissional dos futuros turismólogos.

Portanto, conclui-se que a formação bilíngue não se apresenta apenas como uma habilidade desejada, mas como uma habilidade crucial para a atuação no turismo e seu desenvolvimento. Sendo assim, o incentivo ao estudo de idiomas entre os alunos de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná é fundamental para ampliar as oportunidades de emprego e apoiar o crescimento sustentável do turismo na região.

REFERENCIAS

Agência Estadual De Notícias Do Estado Do Paraná. Ações do Verão Maior Paraná tiveram impacto de R\$ 107,6 milhões no PIB do Estado. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br/Noticia/Acoes-do-Verao-Maior-Parana-tiveram-impacto-de-R-1076-milhoes-no-PIB-do-Estado>. Acesso em: 15 out.2024.

BAKHTIN, M.M; VOLOSHINOV, V. N. Marxismo e a filosofia da Linguagem. Hucitec,2013

BANDURA, A. Self-efficacy: The exercise of control. New York: Freeman, 1997.

BIGGS, J. Teaching for quality learning at university. Buckingham: Open University Press, 2003.

BROCCA, A. Reflexões sobre a globalização e o turismo. São Paulo: [s.n.], 2022.nn

BROCCA, et al. LOPES, A. L.; SILVA, M. L. O uso de línguas estrangeiras para o atendimento do visitante internacional nas narrativas de gestores e trabalhadores de meios de hospedagem em Praia Grande-SC. Revista Turismo: Estudos & Práticas, v.11, n. 2, p. 213-227, jul./dez. 2022. Disponível em: <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/1021/970>. Acesso em: 13 Out.

BYRAM, M. From foreign language education to education for intercultural citizenship. Clevedon: Multilingual Matters, 2008.

CASTELLI, G. Turismo e hospitalidade. São Paulo: [s.n.], 2010.

CASTELLO, R. Desafios do turismo sustentável no Brasil. 3.ed.São Paulo:[s.n.], 2010.

CELINUFPR. Centro de Línguas e Interculturalidade. Disponível em: <https://www.celin.ufpr.br/>. Acesso em: 18 set. 2024.

CORDEIRO, L. Comunicação no setor turístico. Rio de Janeiro: [s.n.], 2014.

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

FLYMAN MATTSSON, Anna; NORRBY, Catrin (ed.). Language acquisition and use in multilingual contexts. Travaux de l'Institut de Linguistique de Lund, v. 52. Lund: Lund University, 2013. 222 p. ISBN 978-91-7473-625-0.

GARDNER, R. C. Social psychology and second language learning: The role of attitudes and motivation. London: Edward Arnold, 1985.

GAZETA DO POVO. Primeira temporada de cruzeiros no Paraná. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/parana/cruzeiros-turisticos-rendem-mais-de-24-mil-turistas-no-litoral-do-parana/>. Acesso em: 1 out. 2024.

GEE, J. P. Identity as an analytic lens for research in education. Review of Research in Education, v. 25, n. 1, p. 99-125, 2000.

GERTNER, A.; RYAN, C. Pandemic impacts on the tourism sector: Language relevance.

- Tourism Review, v. 76, n. 1, p. 12-24, 2021.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOELDNER, CHARLES R.; RITCHIE, J. R. BRENT; MCINTOSH, ROBERT W. Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- GOFFMAN, E. The Presentation of Self in Everyday Life. Doubleday, 1959.
- GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ. Litoral do Paraná. Viaje Paraná, [s.d.]. Disponível em: <https://viajeparana.com/litoral-do-parana>. Acesso em: 13 Ago. 2024.
- GÜNTHER, H. Introdução à psicologia da educação. São Paulo: Pioneira, 2003.
- HAAN, Henk de; LONG, Colin (Ed.). Landscape, Leisure and Tourism. London: Routledge, 2008.
- HALL, C. M.; PAGE, S. J. The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. 3. ed. London: Routledge, 2006.
- HYLTESTAM, K.; OBLER, L. Bilingualism across the lifespan: Aspects of acquisition, maturity and loss. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- iDISC Information Technologies. (2023, maio). Quantas pessoas falam espanhol no mundo? Acesso em [14.out.2024], de <https://www.idisc.com/pt/blog/quantas-pessoas-falam-espanhol-no-mundo>
- IPARDES. Levantamento de dados do turismo no Paraná. Curitiba: IPARDES, 2024.
- KRAMSCH, C. Context and culture in language teaching. Oxford: Oxford University Press, 1993.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- McDONOUGH, S.; SHAW, C. Materials and methods in ELT. Oxford: Blackwell, 1993.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Dados sobre o turismo no Brasil. Disponível em: [HTTPS://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard](https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard). Acesso em: 07.out. 2024.
- MOREIRA, R.; CASTELO BRANCO, A.; CARVALHO, B. Benefícios de falar uma língua estrangeira no turismo. Belo Horizonte: [s.n.], 2017.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. Expansão do espanhol no Brasil. In: Congresso Internacional de Línguas, 2005.
- National Geographic Brasil. (2023, maio). Qual é o idioma mais falado do mundo? Acesso em out. de [14.out.2024], <https://www.nationalgeographicbrasil.com/cultura/2023/05/qual-e-o-idioma-mais-falado-do-mundo>
- NORTON, B. Identity and language learning: Gender, ethnicity and educational change. London: Longman, 2000.

OLIVEIRA, M. Impacto do turismo de cruzeiros no litoral do Paraná. Gazeta do Povo, 2023.

OMT. Organização Mundial do Turismo: relatórios de 2024.

OXFORD, R. L. Language learning strategies: What every teacher should know. New York: Newbury House, 1990.

PARASURAMAN, A. Marketing research. 2. ed. Addison-Wesley, 1991.

RICHARDS, J. C.; RENANDYA, W. A. Methodology in language teaching: An anthology of current practice. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

SANTOS, M. Reflexões sobre a globalização. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2002. (Editora Hucitec em parceria com Annablume)

SAVIGNON, S. J. Communicative competence: Theory and classroom practice. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 2002

SAVIGNON, S. J. Communicative competence: Theory and classroom practice. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 2002

SEARLE, J. R. Speech acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.

SEARLE, J. R. Speech acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.

SITU. Relatório de Turismo no Paraná. Curitiba: SITU, 2024.

TUAN, Y. F. Space and place: The perspective of experience. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo. Disponível em: <https://litoral.ufpr.br/gestaoturismo/ppc-2023-novo/>. Acesso em: 03 mai. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Idiomas Sem Fronteiras – ISF. Disponível em: <https://www.ufpr.br/portalufpr/noticias/idiomas-sem-fronteiras/>. Acesso em: 18 set. 2024.

UNWTO. Relatório sobre o turismo internacional. Disponível em: [HTTPS://www.unwto.org/tourism-statistics](https://www.unwto.org/tourism-statistics). Acesso em 15 set. 2024

VIAJE PARANÁ. Descanso ou aventura: Paraná tem belezas naturais que encantam qualquer turista. Disponível em: <https://www.viajeparana.com>. Acesso em: 20 out. 2024.

APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO

1. Perfil do Respondente:

- Graduando(a) - 1º ano Graduando(a) - 2º ano Graduando(a) - 3º ano
 Graduando(a) - 4º ano ou mais Egresso(a) há menos de 1 ano Egresso(a) entre 1 e 5 anos
 Egresso(a) há mais de 5 anos Outro: _____

2. Você cursa ou cursou o curso de Gestão de Turismo na UFPR Litoral?

- Sim, atualmente
 Sim, sou egresso(a) Não Outro: _____

3. Qual a importância que você atribui ao domínio de línguas estrangeiras no turismo?

- Muito importante Importante Moderadamente importante Pouco importante Nada importante

4. Com que frequência você utiliza línguas estrangeiras em sua prática profissional/estudos?

- Diariamente Semanalmente Mensalmente Raramente Nunca

5. Qual idioma estrangeiro você considera mais relevante para atuar no turismo?

- Inglês Espanhol Francês Alemão Outro: _____

6. Você acredita que o domínio de línguas estrangeiras influencia as oportunidades de emprego no turismo?

- Sim, influencia diretamente Sim, mas de forma limitada Não Não sei

7. Durante o curso de turismo, a oferta de ensino de línguas estrangeiras foi:

- Suficiente Moderada Insuficiente Inexistente

8. Qual era seu nível de conhecimento em línguas estrangeiras antes de entrar no curso/trabalho no setor?

- Avançado Intermediário Básico Nenhum

9. O domínio de línguas estrangeiras lhe proporcionou mais oportunidades de crescimento na carreira?

- Sim, significativamente Sim, mas de forma limitada Não Não se aplica

10. Em qual contexto você mais utiliza línguas estrangeiras no turismo?

- Atendimento ao cliente Negociações comerciais Comunicação com colegas de trabalho Outro: _____

11. Você se sente confiante em usar línguas estrangeiras no trabalho?

- Sim, totalmente confiante Sim, parcialmente confiante Não, sinto-me inseguro(a)
 Não, não me sinto confiante

12. O curso de Gestão de Turismo da UFPR Litoral oferece suporte suficiente para o aprendizado de línguas estrangeiras?

Sim, o suporte é adequado Sim, mas poderia ser melhor Não, o suporte é insuficiente Não, o suporte é inexistente Não sei

13. Quantas línguas estrangeiras você domina atualmente?

Nenhuma Uma Duas Três ou mais

14. Você realizou ou realizaria cursos adicionais de línguas estrangeiras para melhorar sua atuação no turismo? Em qual idioma?

Sim Não Talvez Inglês Espanhol Francês Alemão Outro: _____

15. Com que frequência você sente necessidade de aprender novas línguas para melhorar sua atuação no turismo?

Constantemente Frequentemente Ocasionalmente Nunca

16. A pandemia de COVID-19 mudou a relevância do domínio de línguas estrangeiras no turismo?

Sim, aumentou Sim, diminuiu Não houve mudanças

17. Quais são os principais desafios que você enfrenta ao usar línguas estrangeiras no seu ambiente de trabalho ou estudos?

Dificuldade de compreensão auditiva Falta de vocabulário técnico

Medo ou insegurança ao falar Dificuldade com a gramática

Falta de prática ou oportunidade de uso Barreiras culturais

Outro: _____

18. Você já perdeu ou deixou de participar de alguma oportunidade profissional por não dominar uma língua estrangeira?

Sim Não Não se aplica Se sim, por favor explique:

19. Quais seriam suas sugestões para melhorar o ensino de línguas estrangeiras nos cursos de turismo?

Muito obrigad@ pela sua participação! Se você tiver outras sugestões, utilize este espaço para compartilhá-las.