

O PRECONCEITO IDIOMÁTICO NO TURISMO DO MERCOSUL: ANÁLISE DO FENÔMENO NA HOTELARIA DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ

LANGUAGE PREJUDICE IN TOURISM IN THE MERCOSUL: ANALYSIS OF THE PHENOMENON IN THE HOTEL MANAGEMENT OF BALNEÁRIO CAMBORIÚ

Doris van de Meene RUSCHMANN*
Ivone Selva Santos CANANI**
Norma Ernestina Klein de GONZÁLEZ**
Carla Fernanda WALFRICK***

RESUMO

O trabalho foi realizado com a intenção de verificar a existência ou não de preconceito idiomático nas relações entre turistas de fala hispânica e funcionários de linha de frente em hotéis de Balneário Camboriú, Santa Catarina. Havia indícios de que tal fenômeno ocorria, uma vez que a região era muito visitada por turistas dessa origem e também porque a semelhança entre as línguas portuguesa e espanhola permitia um contato direto das partes sem mediação de tradutores, intérpretes nem outro idioma de ligação como o inglês. Foram entrevistados turistas de origem hispânica e funcionários de hotéis de Balneário Camboriú no período de abril a agosto de 1999. As perguntas realizadas visavam aferir o nível de entendimento da língua estrangeira, a sensação que a falta de compreensão total passava aos usuários e os problemas que as pessoas enfrentavam nessas situações. Os dados obtidos foram analisados e tabulados a fim de tirar as conclusões a que se propunha este estudo.

Palavras-chave: Preconceito; Idioma; Turismo no Mercosul.

ABSTRACT

This work was carried out in order to verify the existence or non-existence of language prejudice in relationships between Hispanic-speaking tourists and front-desk staff in hotels in Balneário Camboriú, Santa Catarina. There were indications that such a phenomenon was occurring, since not only the region was much visited by tourists of Hispanic origin, but also because the similarity between the Portuguese and Spanish languages enables direct contact between the two parties, without the mediation of translators, interpreters or any other common language such as English. Tourists of Hispanic origin and staff of hotels in Balneário Camboriú were interviewed from April to August 1999. The questions aimed to measure the level of understanding of the foreign language, the feeling that total lack of understanding gave to the users and the problems people faced in these situations. The data was analysed and categorised in order to draw conclusions according to the proposal of this study.

Key words: Prejudice; Language; Tourism in Mercosul.

INTRODUÇÃO

O foco de interesse deste trabalho foi o preconceito manifestando-se em e através da linguagem, fenômeno estudado numa circunstância

INTRODUCTION

The focus of this work was the prejudice shown in and through language, a phenomenon that is studied in a particular context, tourism, and

* Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Univali.

* *Coordinator of the Tourism and Hotel Management Post-Graduate Program of Univali.*

** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Univali.

** *Master's Degree Student of Tourism and Hotel Management Post-Graduate Program of Univali.*

*** Estagiária do Programa de Integração Graduação / Pós-Graduação.

*** *Trainee student of the Program for Integration of Graduate / Post-Graduate Research.*

particular, o turismo, e num espaço determinado, a cidade de Balneário Camboriú. Trata-se de um local onde se encontram turistas de fala hispânica e prestadores de serviços hoteleiros, nativos da língua portuguesa. As duas línguas, português e espanhol, produtos de culturas semelhantes, porém com aspectos diferenciados, poderiam, talvez, propiciar situações adversas na comunicação, gerando alguma manifestação de preconceito.

Notoriamente é sabido o interesse manifestado por visitantes do Mercosul e de toda a América Latina em conhecer e desfrutar das belezas de Balneário Camboriú, cidade litorânea do Estado de Santa Catarina, ao sul do Brasil, fundada em 1964, com uma superfície de 50km² e uma população de 70.000 habitantes.

Isso acontece não só por sua localização privilegiada em relação ao clima e à paisagem natural, como por sua fama de núcleo receptor de alta concentração urbana turística, compreendendo serviços e atrações de lazer desde há muito conhecidos e afamados. Ocorre, na localidade, o fenômeno do intercâmbio de idiomas entre turistas de fala hispânica e prestadores de serviços turísticos, o que pode vir a gerar atitudes de preconceito. O encontro dessas duas línguas e culturas propicia uma série de fenômenos que merecem atenção mais profunda, entre as quais pode-se identificar o fenômeno do preconceito.

Os preconceitos se manifestam através de inúmeras formas. Podem ser observados na língua como principal elemento comunicador, mas também em outras atitudes, que tendem a valorizar ou desvalorizar o interlocutor. É possível perceber assim vários tipos de diferenças culturais na maneira de vestir, divertir-se, comunicar-se, alimentar-se, etc. Essas diferenças devem ser compreendidas como fazendo parte de uma cultura diferenciada, com o mesmo nível de importância.

O objetivo geral deste trabalho foi o de constatar a existência ou não de preconceito decorrente de aspectos comunicativos na hotelaria de Balneário Camboriú. Para tal efeito estudou-se, por um lado, um grupo de funcionários de linha de frente de hotéis de Balneário Camboriú, e por outro, turistas de fala hispânica hospedados em hotéis da mesma cidade.

Esta pesquisa faz parte de um programa de integração entre graduação e pós-graduação (PIPG) desenvolvido na Univali no curso de pós-graduação *stricto sensu* (Mestrado) em Turismo e Hotelaria, com duração de um ano, envolvendo uma acadêmica bolsista, duas mestrandas pesquisadoras e uma coordenadora doutora.

in a determined space, the town of Balneário Camboriú. In this town there is a meeting of Hispanic-speaking tourists and hotel service providers who are native Portuguese speakers. The two languages, Portuguese and Spanish, which result from similar cultures yet with differentiated aspects, could perhaps provide adverse situations in communication, generating some manifestation of prejudice.

The interest shown by visitors of Mercosul and Latin America in discovering and enjoying the beauty of Balneário Camboriú, a coastal town in the State of Santa Catarina in the South of Brazil, is commonly known. The town was founded in 1964 and has an area of 50km² with a population of 70,000 inhabitants.

The town's popularity is not only due to its privileged location in relation to the climate and natural landscape, but also to its fame as a tourist receptor centre of high urban concentration, which has long included services and well-known leisure attractions. The phenomenon of language exchange between Hispanic-speaking tourists and providers of tourism services, which could generate attitudes of prejudice, takes place in the town mentioned. The meeting of these two languages and cultures provides a series of phenomena that deserve closer attention, among which the phenomenon of prejudice may be identified.

Prejudice is shown in innumerable forms. It can be observed in the language as the principal means of communication, but also in other attitudes, which tend to valorise or devalorise the interlocutor. Various types of cultural differences can be seen in the way of dressing, having fun, communicating, eating, etc. These differences should be understood as part of a differentiated culture bearing the same level of importance.

The general objective of this work was to verify the existence or non-existence of prejudice resulting from communicative aspects of hotel management in Balneário Camboriú. Thus, a group of front-desk staff of hotels in Balneário Camboriú was studied on one hand, and on the other, Hispanic-speaking tourists staying at hotels in the same town were also observed.

This research is part of the program of integration between graduation and post-graduation (PIPG) developed at Univali in the post-graduate Masters course in Tourism and Hotel Management, which lasts one year and involves a grant-receiving academic, two Masters researchers and one Doctor co-ordinator.

2. O PRECONCEITO

A abordagem do problema foi realizada em uma perspectiva cultural. Quando se fala em preconceito, está se falando num produto da cultura que é o grande marco em que se inscrevem as crenças, os comportamentos e as criações das pessoas, tanto materiais quanto imateriais.

Gordon W. Allport (1971, p. 20) fundamenta sua definição do preconceito na história do termo que, a partir do latim *praejudicium*, sofreu uma mudança na sua significação até que, finalmente, o termo adquiriu seu matiz emocional atual, aludindo ao estado de ânimo favorável ou desfavorável que acompanha esse juízo prévio e sem fundamento.

Allport reforça a referência a preconceitos tanto positivos quanto negativos, desde que sejam juízos *imotivados ou sem motivo suficiente*. Assim define preconceito: “Uma atitude hostil ou prevenida a respeito de uma pessoa que pertence a um grupo, simplesmente por pertencer a esse grupo, supondo portanto que possui as qualidades objetáveis atribuídas ao grupo” (p. 22).

Allport estabelece também um critério para distinguir entre um erro no juízo e um preconceito. Alguém que pode retificar um julgamento errôneo à luz de novos dados não é preconceituoso; os preconceitos somente são considerados como tais quando não são reversíveis sob a ação de conhecimentos novos.

O mundo tem se desenvolvido a uma velocidade cada vez maior. A tecnologia é a ferramenta que o saber humano usa para superar dificuldades e ultrapassar barreiras de um modo nunca antes sequer sonhado. No entanto, o preconceito continua reinando no pensamento das pessoas e a superação de um só serve para deixar à mostra o seguinte.

3. PRECONCEITO IDIOMÁTICO

Sobre o tema específico deste trabalho – o preconceito idiomático – não foi encontrada bibliografia. As divergências léxicas que dão origem ao preconceito foram abordadas por diversos autores, mas as suas consequências não foram medidas. Podem ser mencionados, entre outros, Francisco Frigério (1986) e Susana Quinteros de Creus (1995) que dedicam um capítulo de seus livros ao tema das **divergências léxicas**. Esta última autora explica que divergências léxicas “são aquelas diferenças que existem entre certos vocábulos dos dois idiomas (Português e Castelhana). Podem ser

2. PREJUDICE

The problem was approached from a cultural perspective. When speaking of prejudice, one is speaking of a cultural product which is the great mark on which are inscribed the beliefs, behaviour and creations of people, both material and immaterial.

Gordon W. Allport (1971, p. 20) based his definition of prejudice on the history of the term, which, from the Latin *praejudicium*, underwent a change in meaning until the term finally acquired its current emotional overtone, alluding to the state of favourable or unfavourable spirit that accompanies this unfounded pre-judgement.

Allport emphasises the reference to positive prejudice as well as negative, since there may be judgements that are *unmotivated or without sufficient motive*. He thus defines prejudice as follows: “a hostile or cautious attitude towards a person who belongs to a group, simply because he belongs to this group, therefore assuming that he possesses the objectionable qualities attributed to the group” (p. 22).

Allport also establishes a criterion for distinguishing between an error of judgement and prejudice. Someone who can rectify an error of judgement in the light of new data has no prejudice: prejudice is only considered as such when it is irreversible in the light of new knowledge.

The world has developed at an ever-growing pace. Technology is the tool which human knowledge uses to surmount difficulties and overcome barriers in a way never before dreamed of. However, prejudice continues to reign in peoples’ thoughts and overcoming one prejudice only serves to highlight the next.

3. LANGUAGE PREJUDICE

No bibliography was found on the specific theme of this work – language prejudice. Various authors have addressed the lexical divergences that lead to prejudice, but its consequences have not been measured. These include, among others, Francisco Frigério (1986) and Susana Quinteros de Creus (1995) who dedicate a chapter of their books to the theme of lexical divergences. The latter author explains that **lexical divergences** “are those differences that exist between certain words of two languages (Portuguese and Castilian). These differences may be large, small, or very subtle. They are the greatest difficulties that Portuguese speakers

diferenças grandes, pequenas ou apenas sutis. São essas as maiores dificuldades que se apresentam para os falantes do Português no uso do Castelhano e vice-versa” (p. 67). Elas são classificadas em **heterográficas** (vocábulos que divergem na ortografia); **heteroprosódicas**, divididas por sua vez em **heterofônicas** (vocábulos com forma semelhante e pequenas diferenças de pronúncia, mas com a mesma sílaba forte) e **heterotônicas** (vocábulos semelhantes na forma, mas que levam o acento em sílabas diferentes); **heterogenéricas** (vocábulos com significado e grafia iguais ou semelhantes, mas com gênero diferente de um idioma ao outro); **heterosemânticas** (vocábulos que apresentam grafia e pronúncia semelhantes mas significado diferente em cada um dos idiomas). Todos estes tópicos foram exaustivamente estudados, existindo, inclusive, dicionários específicos do assunto, como a *Guia do Espanhol para quem só fala Português* de Sandra Di Lullo Arias.

O que não foi pesquisado ainda é o nível de compreensão do brasileiro quando ouve dizer: *la cena estaba exquisita*, que, embora não pareça, significa: *o jantar estava delicioso*. Ou o que um hispano-falante possa imaginar quando escuta em português: *a cor da ponte se destacava na paisagem*, sendo que em espanhol os substantivos *cor*, *ponte* e *paisagem* são masculinos; ou *o sangue jorrava de seu nariz* considerando que *sangue* e *nariz* são femininos em espanhol. E que dizer de uma placa *Proibido Passar* (em castelhano *Prohibido Pasar*)? E de uma *anedota sobre alguém que chamou a polícia*, quando em castelhano a tonicidade das palavras seria *anécdota*, *alguien* e *policia*?

4. A PESQUISA

A pesquisa buscou descobrir a frequência com que o fenômeno do preconceito ocorria nas comunicações verbais entre turistas de fala hispânica e prestadores de serviços na hotelaria. Foram utilizados questionários elaborados e pré-testados antes de sua aplicação definitiva, com questões fechadas e uma única questão aberta propiciando oportunidade para o relato de qualquer ocorrência digna de citação. Esta deveria ser referente ao registro de algum fato no qual o desconhecimento da língua viesse a bloquear, atrapalhar ou distorcer a comunicação (ver Anexo).

O período determinado para a aplicação dos questionários foi de abril a agosto de 1999. A população estudada foi de 50 funcionários de linha de frente de hotéis e 128 turistas de fala

experience when using Castilian and vice-versa” (p. 67). They are classified as “**heterographic**” words (diverge in spelling); “**hetero-orthoepic**” words, which are divided into “**heterophonie**” words (with similar form and small differences in pronunciation, with the same stressed syllable) and “**hetero-stressed**” words (similar in form, but stressed on different syllables); “**heterogender**” words (with the same or similar meaning and spelling, but with different gender from one language to the other) and “**heterosemantic**” words (similar spelling and pronunciation but different meaning in each of the languages). All these topics have been exhaustively studied, and there are specific dictionaries on the subject, such as the *Guia do Espanhol para quem só fala Português* (Spanish Guide for those who only speak “Portunhol”) by Sandra Di Lullo Arias.

What has not been researched yet is the level of understanding of the Brazilian speaker when he hears: *la cena estaba exquisita*, which, as strange as it may seem means: *o jantar estava delicioso* (dinner was delicious). Or what a Hispanic-speaker may imagine when he hears in Portuguese: *a cor da ponte se destacava na paisagem* (the colour of the bridge stood out in the landscape), since in Spanish the nouns *cor*, *ponte* and *paisagem* are masculine; or *o sangue jorrava de seu nariz* (blood flowed from his nose), considering that *sangue* and *nariz* are feminine in Spanish. And what does a sign *Proibido Passar* (No Trespassing) (in Castilian *Prohibido Pasar*) mean? And an *anedota sobre alguém que chamou a policia* (an anecdote about someone who called the police) when in Castilian, the stress of the words would be *anécdota*, *alguien* and *policia*?

4. THE RESEARCH

The research sought to discover the frequency with which the phenomenon of prejudice occurs in verbal communication between Hispanic-speaking tourists and service providers in the hotel industry. The questionnaires used had been designed and pre-tested before being definitively applied. These contained closed questions and a single open question enabling the opportunity to describe any occurrence worth mentioning. This was meant to register some event in which the lack of knowledge of the language blocked, hindered or distorted communication (see Appendix).

The period determined for application of the questionnaires was from April to August 1999.

hispânica hospedados em hotéis de Balneário Camboriú. Consideraram-se as opiniões de recepcionistas ou outros funcionários em contato direto com o público nos 38 hotéis selecionados na pesquisa.

Os universos estavam formados por amostras escolhidas de forma aleatória, entre os turistas durante finais de semana, feriados prolongados e férias de julho, tendo como único requisito ser falantes da Língua Espanhola. Foram entrevistados cinquenta funcionários, o que representa mais de um por hotel. Neste último caso, cuidou-se que os mesmos não estivessem no mesmo turno de trabalho para evitar que um deles eventualmente influenciasse ou direcionasse a resposta do outro.

De início foram elaborados dois questionários, um em Língua Espanhola para ser aplicado aos turistas de origem hispânica e o outro em Língua Portuguesa para os funcionários de hotéis. Além das perguntas gerais sobre identificação dos entrevistados, como sexo, idade, rendimentos, atividade profissional, local de residência (turistas) ou procedência (funcionários de hotel), e local de hospedagem, forma de locomoção para os turistas e outras, foram redigidas perguntas sobre sensação, sentimento, uso, compreensão de ambos idiomas, aquisição formal ou informal do referido idioma.

5. PERFIL DOS TURISTAS

Os indivíduos pesquisados eram na maioria do sexo feminino, constituindo um percentual de 69,5%. Quanto à faixa etária, 67,45% dos turistas eram maiores de 51 anos, 14% situavam-se na faixa de 41 a 50 anos, restando 17,9% para a faixa de 15 a 40 anos. Não foram entrevistados turistas menores de quinze anos. A alta percentagem de pessoas de mais idade pode ser atribuída ao fato da pesquisa ter sido realizada em época de baixa temporada, período preferido por aposentados, por ser mais calmo e barato.

Em relação à escolaridade, a percentagem mais elevada, de 38%, correspondeu a pessoas com curso secundário completo, seguido de 26,4% com primário completo e 18,6% com estudos superiores completos. Considerando a soma da escolaridade correspondente aos graus secundário completo, superior incompleto e superior completo, obteve-se o percentual de 63,6%, que indica um nível de instrução relativamente elevado.

Os turistas que visitavam Balneário Camboriú nas datas em que se efetuou a pesquisa provinham na sua maioria da Argentina, com um percentual de 78,9%, seguido do Uruguai, com 13,3% e Chile com 7,8%. Observando os dados obtidos, foi possível

The population studied was composed of 50 front-desk hotel staff and 128 Hispanic-speaking tourists staying in hotels in Balneário Camboriú. The research examined the opinions of the receptionists and other members of staff in direct contact with the public in the 38 hotels chosen for the research.

The sample was chosen at random from among the tourists during the weekends, extended holidays and July breaks, the sole requirement being that they had to be Spanish speakers. Fifty members of staff were interviewed, which represented more than one per hotel. In the case of the latter, care was taken to ensure that they did not work on the same shift, in order to avoid one of them accidentally influencing or directing the replies of the other.

At first, two questionnaires were designed, one in Spanish to be used with tourists of Hispanic origin and the other in Portuguese for the hotel staff. Besides general questions about the identity of the interviewees, such as sex, age, income, professional activity, residence (tourists) or origin (hotel staff), and place of stay, tourists' type of trip, etc. Questions were also written on feelings, opinions, use, understanding of both languages and formal or informal acquisition of the language in question.

5. PROFILE OF TOURISTS

The majority of the individuals researched were female, making up a percentage of 69.5%. As for the age group, 67.45% of the tourists were over 51 years of age, 14% were in the 41 to 50-year age group and the remaining 17.9% were between 15 and 40 years. No tourists under 15 years of age were interviewed. The high percentage of elderly people could be attributed to the fact that the research was carried out during the low season, which is a calmer and cheaper period preferred by retired people.

In relation to education, the highest percentage, 38%, was made up of people with complete second grade, followed by 26.4% with complete first grade and 18.6% with complete higher education. Taking the total education for complete secondary grades and incomplete and complete higher education, a percentage of 63.6% was obtained, which indicates a relatively high educational level.

The majority of tourists that visited Balneário Camboriú during the research – 78.9% – came from Argentina, followed by Uruguay with 13.3% and Chile with 7.8%. Observing the data obtained, it

concluir que a maioria dos turistas vindos dos países vizinhos residiam em cidades de porte grande, principalmente nas capitais dos países emissores.

Entre os turistas entrevistados, 36,4% declararam perceber entre 101 e 500 dólares mensais, enquanto 45% afirmaram ter um rendimento entre 501 e 1000 dólares mensais. Somente 10,1% dos participantes declararam ter ganhos entre 1001 a 1500 dólares. Os demais abstiveram-se de responder. Observou-se que, aparentemente, aposentados ganhavam pouco e donas de casa, nada, porém não deixavam de viajar. Por outro lado, durante a coleta de dados foi possível perceber que não lhes agradava dizer o quanto ganhavam. Desde o momento do pré-teste, as pesquisadoras observaram que alguns buscavam diminuir sua própria renda. Inquiridos a respeito, manifestaram certo receio sobre o destino que poderia ser dado a suas respostas.

Dentre os turistas entrevistados, o contingente majoritário era constituído por aposentados, com 28%, seguido de donas de casa com 24,8%. 11,7% dos entrevistados declararam ser comerciantes, e os restantes, com percentuais não significativos, eram estudantes, professores e de demais profissões. Analisando os dados obtidos em relação aos hotéis onde se hospedavam os turistas, verificou-se que a soma dos hotéis mais procurados eram todos centrais e próximos à praia, totalizando 55%. Assim sendo, foi possível inferir que o critério localização do hotel foi um dos fatores determinantes na escolha por parte dos turistas.

Os visitantes que vieram a Balneário Camboriú pela primeira vez perfizeram um número correspondente ao percentual de 44,5%, seguidos dos 24,2% que vieram pela segunda vez. Declararam ter realizado entre três e oito viagens 29% dos turistas. Observando esses dados foi possível confirmar que Balneário Camboriú tem sido um ponto turístico muito procurado, exercendo atração junto aos países vizinhos e satisfazendo as expectativas de descanso e lazer de seus visitantes, porquanto 55,5% desses turistas tinham repetido sua visita reiteradamente.

Levando em conta a modalidade de organização da viagem, ficou constatado que 82% dos turistas viajaram através de Agência de Turismo, o que pode indicar que há preferência por viajar acompanhado, talvez para sentir-se seguro ou, ainda, estar rodeado de pessoas do mesmo idioma.

Para trasladar-se dos países de origem até Balneário Camboriú, 89,1% dos visitantes utilizaram como meio de transporte o ônibus. Esse dado coincidiu com o número de turistas que viajaram em grupo. Os traslados individuais foram pouco

could be concluded that the majority of tourists from neighbouring countries lived in large cities, primarily in the capitals of the sending countries.

Of the tourists interviewed, 36.4% stated that they received a salary of between 101 and 500 dollars a month, while 45% affirmed that they had an income of between 501 and 1000 dollars a month. Only 10.1% of the participants declared earnings of between 1001 and 1500 dollars. The remaining did not respond. It was observed that apparently, while retired people have low income, housewives have none; however, this did not stop them from travelling. On the other hand, it could be seen during data collection that they did not like to mention their earnings. From the pre-test, the researchers observed that some tourists sought to lower their own income. When questioned on the subject, they showed apprehension about how their replies would be used.

Among the tourists interviewed, the majority – 28% – was made up of retired people, followed by housewives with 24.8%. 11.7% of the interviewees stated that they were tradesmen, and the remainder, with insignificant percentages, was made up of students, teachers and other professions. Analysing the data obtained in relation to the hotels where the tourists were staying, it was seen that all the most sought-after hotels were central and close to the beach, totalling 55%. This being the case, it can be inferred that the criteria of hotel location was one of the determining factors in the tourists' choice.

Tourists visiting Balneário Camboriú for the first time made up a percentage of 44.5%, followed by 24.2% who were visiting for the second time. 29% of the tourists stated that they had made between three and eight visits. From this data, it could be confirmed that Balneário Camboriú has been a much sought-after tourist destination, exercising an attraction in the neighbouring countries and satisfying its visitors' expectations concerning rest and leisure, since 55.5% of the tourists have repeated their visit on a regular basis.

Considering the way in which the travel is organised, it was noted that 82% of the tourists travelled through travel agencies. This could indicate a preference for travelling with someone, perhaps in order to feel more secure or to be surrounded by people who speak the same language.

To make the journeys from the countries of origin to Balneário Camboriú, 89.1% of the visitors travelled by coach. This data coincided with the

significativos, ficando em 7,8% a locomoção em automóvel e 3,1% em avião. Foi possível inferir, visualizando esses dados, que a viagem rodoviária (96,9%) se realizava com facilidade devido à relativa pouca distância entre esses pontos emissores e o destino.

A respeito do conhecimento prévio da Língua Portuguesa por parte dos turistas, 61,7% disseram que não possuíam esse conhecimento quando de sua primeira viagem. Do universo restante de 38,3%, todos afirmaram tê-la aprendido de maneira informal. Somente uma turista comentou que estavam surgindo cursos de português em Buenos Aires, e outra mencionou que o filho estava estudando português na Faculdade. Esses dados permitem supor que o ensino formal da Língua Portuguesa fora do Brasil – especificamente nos países vizinhos – não se encontra suficientemente difundido. Esse fato, entretanto, não foi obstáculo para uma comunicação satisfatória, como se viu no decorrer da análise. Foi possível observar que a aprendizagem informal mostrou-se eficiente nesse aspecto.

A Língua Portuguesa ocasionou sentimentos diversos ao falante hispânico: 49,7% afirmaram haver gostado da impressão inicial que lhe provocou ouvir falar português, 31,8% disseram haver entendido um pouco, 6,2% que não entenderam e 6,2% que se sentiram desorientados. Tais informações levam a crer que um número bastante significativo aceitou e teve boa disposição com respeito à Língua Portuguesa. O percentual de turistas que não entenderam ou ficaram desorientados foi de somente 15,5%, o que permite supor que as dificuldades na comunicação oral entre hispano-falantes e nativos de Língua Portuguesa são mínimas e contornáveis.

A sensação ocasionada pelo idioma diverso foi considerada boa por 94,5% dos entrevistados. No relacionamento com falantes nativos, 99,2% dos visitantes afirmaram perceber boa vontade por parte do interlocutor diante de uma situação de comunicação.

Indagados sobre sua compreensão após algum tempo em contato com a Língua Portuguesa, 85,3% dos turistas concluíram que hoje sua compreensão melhorou, o que permite pensar que houve interesse de sua parte em comunicar-se e adquirir conhecimento sobre o idioma, embora esse progresso se processasse de modo informal, como foi comentado anteriormente. Por outro lado, a semelhança entre as línguas Portuguesa e Espanhola permitiu que, após um período de contato, os interlocutores afinassem sua comunicação.

number of tourists travelling in groups. Individual journeys were statistically insignificant, with 7.8% being made by car and 3.1% by aeroplane. It could be inferred, looking at this data, which road travel (96.9%) is made easier by the relatively small distance between the points of departure and destination.

With regard to previous knowledge of the Portuguese language on the part of the tourists, 61.7% said that they did not have this knowledge when in their first trip. Of the remaining, 38.3% affirmed that they had learned the language informally. Only one tourist commented that Portuguese courses were appearing in Buenos Aires, and another mentioned that her son was studying Portuguese at University. From this data, it may be supposed that formal teaching of Portuguese outside Brazil – specifically in the neighbouring countries – is not sufficiently widespread. The analysis showed, however, that this fact was not an obstacle to satisfactory communication. It could be seen that informal learning was efficient regarding this aspect.

The Portuguese language caused various feelings among the Hispanic speakers; 49.7% stated that they had had good initial impression on hearing Portuguese spoken; 31.8% said they had understood a little, 6.2% that they had not understood and 6.2% that they had felt disorientated. This information led us to believe that a fairly significant number accepted and felt amiably towards the Portuguese language. The percentage of tourists who did not understand or were disorientated was only 15.5%, from which we could infer that the difficulties of oral communication between Hispanic speakers and native Portuguese speakers are minimal and surmountable.

The feeling caused by the foreign language was described as good for 94.5% of the interviewees. In their relationships with native speakers, 99.2% of the visitors affirmed that they had perceived goodwill on the part of the interlocutor during the communication acts.

When questioned about their understanding after being in contact with the Portuguese language for some time, 85.3% of the tourists concluded that their understanding had improved, which showed that they were interested in communicating and acquiring knowledge about the language. This progress, however, happened in an informal way, as mentioned above. On the other hand, the similarity between Portuguese and Spanish enabled interlocutors to fine-tune their communication after a period of contact.

Ampla maioria de turistas (86,8%) não necessitou de ajuda por parte do pessoal do hotel, o que leva a pensar que possuíam boa comunicação e se sentiam independentes, à vontade. Dos 12,4% restantes, que vieram a precisar de ajuda, 73,3% a solicitaram ao recepcionista ou ao mensageiro do hotel, possivelmente por serem essas as pessoas que estavam sempre presentes.

Sobre o auxílio recebido, 93,8% disseram que foi satisfatório. Observando-se esses dados verifica-se um resultado positivo. Seria possível aventar a hipótese de que a boa comunicação se deveu à existência de uma relação comercial: os prestadores de serviços, cientes da dependência de seu emprego e, por conseguinte, da sua própria sobrevivência, da vinda dos turistas, não podiam deixar de facilitar a comunicação e mostrar a maior boa vontade, como indicam as respostas aos questionários. No entanto, há indícios de que os motivos ultrapassam a relação profissional, chegando a fundamentar-se numa certa empatia entre as partes.

Foi proporcionado aos entrevistados um espaço para fazer o relato de algum fato acontecido, propiciando a expressão de alguma experiência que pudesse ser de interesse para esta pesquisa. Somente 15 turistas utilizaram este espaço, sendo que dois deles relataram problemas para saber o preço de uma roupa; um falou da comida, outro enfrentou dificuldades com o câmbio de dinheiro, e ainda outro não foi entendido porque não sabia que "calle" era rua. Os restantes comentaram que só enfrentavam dificuldades quando as pessoas falavam muito rápido, reforçando que quando as pessoas falavam devagar, compreendiam e eram compreendidos.

6. PERFIL DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS

Dentre os funcionários de hotéis que responderam à pesquisa 68% eram do sexo masculino. As idades de todo o pessoal da hotelaria variavam entre 21 e 40 anos na sua maioria, com poucos menores de 21 anos. O total de funcionários com mais de 40 anos não atingiu porcentagem representativa (8%). Esse perfil – jovem do sexo masculino – entra em conflito com a relativamente alta escolaridade e baixa remuneração, como se verá a seguir. A explicação poderia estar na dificuldade em conseguir empregos melhor remunerados: ao mesmo tempo, foi possível observar que a maioria dos funcionários entrevistados gostava do trabalho no hotel em contato com o público.

O nível de escolaridade apresentado pelos funcionários pesquisados manifestou-se elevado.

A large majority of the tourists (86.8%) did not need the help of hotel staff, which led us to believe that they had good communication and felt independent and comfortable. Of the remaining 12.4% who needed help, 73.3% asked the receptionist or bellboy, possibly because these were the people that were most often present.

Concerning the help received, 93.8% said it was satisfactory. Looking at this data, we could see a positive result and form the hypothesis that good communication was a consequence of the commercial relationship. Service providers, aware of the dependence of their job and, on that account, of their own survival on the visit of the tourists, could not neglect to facilitate communication and show goodwill, as is shown by the replies to the questionnaires. There are evidences, however, pointing out that the motives go beyond the professional relationship, and could even be based on certain empathy between the parties.

The interviewees were given the opportunity to report some occurrence or experience that might be of interest to this research. Only 15 tourists made use of this opportunity. Two of them reported problems in finding out the price of an item of clothing; one spoke of food, another faced difficulties when exchanging money and another was not understood because did not know that "calle" was street. The remainder mentioned their difficulties when people spoke too quickly, thus reinforcing the fact that if people speak slowly, they can understand and be understood.

6. PROFILE OF SERVICE PROVIDERS

Among the hotel staff that replied to the questionnaire, 68% were male. The majority of the hotel personnel were aged between 21 and 40, with a few under 21. The total number staff of over 40 did not reach a representative percentage (8%). This profile – young and male – was in conflict with the relatively high level of education and low income, as will be seen below. The explanation for this could lie in the difficulty in finding better-paid jobs: at the same time, it was observed that the majority of staff interviewed enjoyed working in the hotel and the contact with the public.

The educational level of the staff members researched was high, reaching 50% with incomplete and complete secondary education and 46% with

uma vez que atingiu 50% com secundário incompleto e completo e 46% com superior incompleto e completo. Funcionários com somente curso primário, 4%. Complementando afirmações anteriores, a presença da Universidade na cidade de Balneário Camboriú e na vizinha cidade de Itajaí colaboraram para a qualificação dos entrevistados.

Os funcionários de hotéis de Balneário Camboriú, entrevistados para a presente pesquisa, são oriundos na sua maioria (68%) do Estado de Santa Catarina, e dos estados vizinhos do Rio Grande do Sul (14%), do Paraná (12%), e outros estados (6%). Observou-se que praticamente todos os funcionários entrevistados procediam da Região Sul, o que indica que essa atividade profissional não atrai pessoas de outras regiões do país, talvez por oferecer uma remuneração pouco atrativa em relação às exigências de capacitação e qualidade de trabalho.

Do total de funcionários entrevistados, 32% residiam em Balneário Camboriú há menos de 5 anos, e há mais de 20 anos, um total de 20%. Seguiam-se os que residiam de 6 a 10 anos, com 16% e os de 16 a 20 anos, com 14%. Poucos (12%) eram os que estavam na localidade há menos de um ano.

O percentual de salários recebidos foi de 70% na faixa de 101 a 500 reais, seguido de 26% na faixa de 501 a 1000. Observados os dados referentes à escolaridade e rendimentos, foi possível observar um contraste entre o alto nível de estudos e a baixa remuneração por serviços prestados.

Entre o pessoal entrevistado, que mantinha contato direto com os hóspedes, encontravam-se recepcionistas (72%) e gerentes (12%). Os demais ocupavam os cargos de mensageiro, reserva, chefe de recepção e telefonista, num total de 16%.

Em relação aos hotéis selecionados, foram visitados estabelecimentos de diversas categorias e localizações, privilegiando sempre a área central da cidade, ou seja, 20 hotéis localizavam-se no centro, enquanto os demais se situavam um pouco afastados, até aproximadamente dois quilômetros do centro.

O contato com os turistas se manifestou em 92% dos casos, direto e constante. Explica-se este número tão elevado pela afluência continuada de turistas de fala hispânica ao local e pela escolha de estabelecimentos hoteleiros que costumam recebê-los com frequência. Em Balneário Camboriú a presença de argentinos, mais especificamente, tornou-se normal e constante.

Foi significativa a percentagem de funcionários que disse haver recebido solicitação de ajuda por parte dos turistas (72%), o que pode levar a crer que estes se sentiram à vontade para comunicar-se

incomplete and complete higher education. 4% of the staff had only primary education. Complementing the stated in the previous paragraph, the existence of a University in the town of Balneário Camboriú and in the neighbouring town of Itajaí played an important role in the qualification of the interviewees.

The hotel staff of Balneário Camboriú interviewed for this research came from the State of Santa Catarina (68%), the neighbouring states of Rio Grande do Sul (14%) and Paraná (12%) and other states (6%). It was observed that practically all the staff interviewed was from the South Region, which shows that this professional activity does not attract people from other regions of the country. This may be because it offers an unattractive salary in relation to the high demands of training and qualification for the work.

Of the total number of staff interviewed, 32% were living in Balneário Camboriú for less than 5 years and 20% for more than 20 years. These are followed by 16% who were living there for 6 to 10 years and 14% who had lived there for 16 to 20 years. A few (12%) were been in the area for less than one year.

70% of the salaries received were in the 101 to 500-real band, followed by 26% in the 501 to 1000 band. Observing the data for education and income, a contrast could be seen between the high educational level and the low income for services provided.

Among the personnel interviewed who were in direct contact with guests, there were receptionists (72%) and managers (12%). The rest occupied the positions of bellboy, reservation clerk, head of reception and telephonist, making up the remaining 16%.

With regard to the hotels selected, establishments in various categories and locations were visited, with preference given to the central area of the town. 20 hotels were located in the centre, while the rest were situated a little further out, up to approximately two kilometres from the centre.

In 92% of cases the contact with tourists was shown to be direct and constant. This high percentage can be explained by the continued flow of Hispanic-speaking tourists to the area and the choice of hotel establishments that normally receive them on a regular basis. In Balneário Camboriú the presence of Argentineans, in particular, has become normal and constant.

The percentage of staff claiming to have received requests for help from tourists was significant (72%), which led us to believe that they

com os empregados do hotel, expondo-lhes seus problemas.

Ao receber o pedido de ajuda, a maioria (62,2%) esforçou-se para atender à solicitação, enquanto 35,1% procuraram encaminhá-lo a quem poderia ajudar. Somente um funcionário respondeu desalentadamente, pois se encontrava realizando outra atividade. Os quesitos "aborreceu-se, pareceu-lhe abuso" e "desconsiderou o pedido" não foram preenchidos. O resultado indica claramente que – por treino profissional ou de maneira espontânea – os funcionários entrevistados foram solícitos e prestativos, qualidade apreciada pelos turistas que gostam de retornar ao mesmo destino. Percebeu-se que algumas vezes se criavam laços afetivos de simpatia entre turista e funcionário, o que motivava a fidelidade a um determinado hotel.

Entre os prestadores de serviços nos hotéis, constatou-se que mais da metade não tinha conhecimento prévio da língua espanhola quando iniciou seus trabalhos com turistas de fala hispânica (58%), enquanto os 42% restantes afirmaram ter conhecimento prévio. Entre eles, 61,9% o haviam adquirido de maneira informal. Tal resposta foi parecida com a coletada entre turistas questionados a este respeito, nenhum dos quais havia feito curso de idioma português. A semelhança entre a língua espanhola e portuguesa passou a seus usuários a idéia de que não era preciso realizar estudos formais para conseguir uma comunicação eficiente.

Ao ouvir falar pela primeira vez o idioma espanhol, a maioria (42%) conseguiu entender alguma coisa, seguida de 32% que afirmaram haver gostado e somente 12% que declararam estranhar. Ao somar os que não entenderam nada, os que sentiram desorientação e incluindo os que estranharam, obtém-se o resultado pouco significativo de 20%. Dois entrevistados, representando 4%, relataram outras impressões: um deles disse ter achado fácil e o outro declarou haver-se assustado um pouco.

Quanto à sensação provocada por essa experiência, 78% dos prestadores disseram ter sido boa – coincidindo com a pergunta anterior – e somente 12% a classificaram como ruim, existindo 10% que responderam "outras", fazendo referência a uma sensação estranha, diferente, e ao despreparo que se fazia evidente.

A comunicação com falantes hispânicos representou, para 70% dos prestadores de serviços, uma situação na qual se encontravam à vontade. Para 28% a comunicação se processou com algumas dificuldades, não significando esta segunda alternativa um bloqueio ou impedimento. Observou-se que tanto os turistas quanto os prestadores

feel comfortable to communicate with the hotel staff, explaining their problems to them.

Upon receiving a request for help, the majority (62.2%) made an effort to satisfy the request, while 35.1% directed the tourist to someone who could help. Only one member of staff had responded inattentively, since he was doing something else at the time. The options "aborreceu-se, pareceu-lhe abuso" (felt fed-up, annoyed) and "desconsiderou o pedido" (ignored the request) were not filled in. The result clearly indicates that – whether due to professional training or spontaneously – the staff interviewed were solicitous and attentive, a quality appreciated by the tourists who like to return to the same destination. It was noticed that sometimes, emotional links of empathy were created between tourists and staff, which motivated loyalty to a specific hotel.

Among the service providers in the hotels, it was noted that more than half did not have previous knowledge of the Spanish language when they began working with Hispanic-speaking tourists (58%), while the remaining 42% affirmed that they had had previous knowledge. Of these, 61.9% had acquired it in an informal way. This response was similar to that collected among tourists questioned on this subject, none of which had taken any course in Portuguese. The similarity between the Spanish and Portuguese languages gave their users the idea that there was no need to take formal studies in order to be able to communicate effectively.

On hearing Spanish spoken for the first time, the majority (42%) claimed that had been able to understand something, followed by 32% who said they liked it and only 12% who said they had found it strange. The number of staff members (20%) that said they had understood nothing or felt disoriented, including those who found it strange, was not significant. Two interviewees, representing 4%, related other impressions: one of them said he had found it easy and the other said he had been a little shocked.

As for the feeling provoked by this experience, 78% of the service providers said it had been good – which agrees with the answers to the previous question – and only 12% classified it as bad. 10% replied "other", referring to a strange, different feeling and to the lack of preparation that was evident.

For 70% of the service providers, communication with Hispanic speakers represented a situation in which they felt comfortable. For 28%, communication took place with some difficulties, although this does not mean there was a blockage or impediment. It was observed that both the tourists

consideravam essa dificuldade moderada, como uma situação divertida ou interessante.

CONCLUSÕES

Este trabalho nasceu de circunstâncias psico-socio-econômicas peculiares. A variável econômica – com ingredientes políticos e geográficos – está presente através da importância do município de Balneário Camboriú no panorama turístico da região. Essa curva crescente nasceu no início da década de 80 com a vinda de muitos turistas argentinos e de outros países vizinhos. A justificativa de tal movimento está – além da natureza exuberante e do modo de vida atraente do local –, na vantagem cambial que atrai turistas estrangeiros a essas praias. Aliada a essa situação, a estabilização da moeda na Argentina, o desenvolvimento de equipamentos turísticos e a capacitação dos recursos humanos no destino turístico deram continuidade a esse quadro.

A outra vertente da pesquisa se fundamentou em circunstâncias igualmente singulares: no destino turístico – Balneário Camboriú – se processou o encontro de duas línguas, espanhol e português, distintas, mas com origem e características semelhantes. Esse encontro, aliado à experiência de vida e trabalho das pesquisadoras – uma de origem hispano-americana e a outra trabalhando com turismo há muitos anos – levou-as a desenvolver esta pesquisa. O trabalho realizado procurou confirmar a veracidade ou não da existência de preconceito idiomático nas relações entre turistas de fala hispânica e funcionários de linha de frente em hotéis de Balneário Camboriú, SC. Havia indícios de que tal fenômeno poderia ocorrer, uma vez que a região é muito visitada por turistas dessa origem e também porque a semelhança entre as línguas portuguesa e espanhola permite um contato direto das partes sem mediação de tradutores, intérpretes, nem outro idioma de ligação como o inglês.

Os dados obtidos permitiram concluir que não existe tal preconceito idiomático, uma vez que: turistas e funcionários conseguem estabelecer uma comunicação satisfatória, os problemas enfrentados não são graves e podem ser facilmente resolvidos, ambos se sentem à vontade na relação e os turistas retornam repetidamente a esse destino turístico, onde são bem recebidos.

Entretanto, a complexidade na interpretação de alguns aspectos da pesquisa justifica a continuidade da mesma. A mestrandia Ivone Selva Santos Canani aprofundará o conhecimento da língua espanhola nos equipamentos turísticos e a

and the service providers considered this difficulty moderate, like a fun or interesting situation.

CONCLUSIONS

This work arose from specific psychological, social and economic circumstances. The economic variable – with political and geographic ingredients – is present in the importance of the town of Balneário Camboriú in the tourism panorama of the region. This growing curve began at the beginning of the 1980s with the arrival of large numbers of tourists from Argentina and other neighbouring countries. The justification for this movement – besides the exuberant nature and attractive lifestyle of the area – is the advantageous exchange rate which attracts foreign tourists to these beaches. Linked with this, the stabilisation of the currency in Argentina, the development of tourism facilities and the qualification of human resources in the tourism destination have led to the continuation of this picture.

The other part of the research was based on equally specific circumstances: in the tourism destination – Balneário Camboriú – there is a meeting of two languages, Spanish and Portuguese, both distinct yet with similar origins and characteristics. This meeting, together with the life experience and work of the researchers – one of whom is of Hispanic-American origin and the other who has worked in tourism for many years – is what led them to develop this research. The work sought to confirm the truth or otherwise of the existence of language prejudice in the relationships between Hispanic-speaking tourists and front-desk staff in hotels in Balneário Camboriú, Santa Catarina. There were indications that such a phenomenon could occur, since the region is much visited by tourists of this origin and also because the similarity between the Portuguese and Spanish enables direct contact of the parties without the mediation of translators, interpreters or another link language like English.

From the data obtained, we could conclude that such language prejudice does not exist, since tourists and staff manage to establish satisfactory communication, the problems faced are not serious and can be easily solved, both feel comfortable in the relationship and the tourists return repeatedly to this tourism destination, where they are well-received.

However, the complexity in the interpretation of some aspects of this research project justifies its continuation. Masters student Ivone Selva Santos Canani will widen knowledge of the Spanish language in the tourism facilities and Masters

mestranda Norma Ernestina Klein de González ampliará o estudo do preconceito, desta vez cultural, entre turistas hispânicos e funcionários da hotelaria de Balneário Camboriú. Esses assuntos constituirão o tema das Dissertações de Mestrado das pesquisadoras.

student Norma Ernestina Klein de González will widen the study of prejudice aiming at the cultural one that may exist between Hispanic tourists and hotel staff of Balneário Camboriú. These subjects will constitute the themes of the researchers' Masters Dissertations.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLPORT, Gordon W. **La naturaleza del prejuicio**. 4. ed. Buenos Aires : Eudeba, 1971. 575p.
- ARIAS, Sandra Di Lullo. **Guia do Espanhol para quem só fala Português**. 2. ed. Rio de Janeiro : Campus, 1998. 104p.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 2. ed. Campinas : Papyrus, 1997. 163p.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo : Editora SENAC São Paulo, 1998. 427p.
- BOLLE, Willi. Texto I. In: ARANTES, Antônio Augusto (Org.). **Produzindo o passado : estratégias de construção do patrimônio cultural**. São Paulo : Brasiliense, 1984. p. 11-23.
- CABRAL, Salvador. **A revolução cultural do Mercosul**. Florianópolis : Insular, 1995. 153p.
- CASTELLI, Geraldo. **Turismo : atividade marcante do século XX**. 3. ed. Caxias do Sul : EDUCS, 1996. 160p.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica : para uso dos estudantes universitários**. 3. ed. São Paulo : McGraw-Hill, 1983. 249p.
- CREUS, Susana Quinteros de. **Español para ejecutivos**. 2. ed. Porto Alegre : Mercado Aberto, 1995. 176p.
- DURHAM, Eunice Ribeiro. Texto II. In: ARANTES, Antônio Augusto (Org.). **Produzindo o passado : estratégias de construção do patrimônio cultural**. São Paulo : Brasiliense, 1984. p. 23-58.
- ENCICLOPÉDIA DELTA UNIVERSAL**. Rio de Janeiro : Delta, 1985. 15 vol. 8592p.
- FRIGÉRIO, Francisco. **Curso práctico de Español**. 8. ed. Curitiba : Arco Íris, 1986. 221p.
- GOULART, Marilandi; SANTOS, Roselys Izabel C. dos. Uma abordagem histórico-cultural do turismo. **Turismo : Visão e Ação**. Itajaí, v. 1, n. 1, p. 19-29, jan/jun. 1998.
- HOBEL, B. Adamson. A natureza da cultura. In: **Homem, cultura e sociedade**. São Paulo : Martins Fontes, 1982. p. 219-233.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo : para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1989. 235p.
- MINELLA, Arno *et al.* Análise do "produto Balneário Camboriú" a partir de seu parque hotelero. In: **Turismo : Visão e Ação**. Itajaí, v. 1, n. 2, p. 23-37, out-1998/mar-1999.
- PAIVA, Maria das Graças de Menezes V. **Sociologia do turismo**. Campinas : Papyrus, 1995. 88p.
- ROCHA CENTENO, Rogelio. **Metodología de la investigación aplicada al turismo : casos prácticos**. México : Trillas, 1992. 88p.
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável : a proteção do meio ambiente**. Campinas : Papyrus, 1997. 199p.

ANEXOS APPENDICES

Anexo 1. Cuestionario para ser aplicado a los turistas hispanohablantes en Balneário Camboriú.

Appendice 1. Questionnaire to be applied to the hispanic-speaking tourists in Balneário Camboriú.

1. Local de residencia permanente: Ciudad: _____ País: _____
2. Hotel donde se aloja em Balneário Camboriú: _____
3. Organización del viaje: () Individual () En grupo
4. ¿Cuántas veces ya vino a la región?: () 1ª vez () 2ª vez () 3 o más veces ¿Cuántas? _____
5. ¿Como viajó?: () ómnibus () coche () avión () otro modo, ¿Cuál? _____
6. ¿Cuándo visitó esta región por primera vez, tenía conocimiento previo de la Lengua Portuguesa?
() sí - adquirido de modo () formal (en curso, colegio, etc.)
() informal (en familia, amigos, etc.)
() no
7. ¿Qué sintió o pensó las primeras veces que escuchó hablar la Lengua Portuguesa?
() Desorientación () Extrañó () Le Gustó
() No le gustó () No entendió nada () Entendió un poco
() ¿Otra impresión? ¿Cuál? _____
8. Resumiendo, la sensación fue:
() Buena () Mala
() Otra, ¿Cuál? _____
9. En esa ocasión su interlocutor demostró:
() buena voluntad () indiferencia () menosprecio/ ridiculizó
() otra, ¿Cuál? _____
10. ¿Con que personal del hotel mantuvo contacto directo durante su hospedaje? ¿Para qué?
() gerente: _____
() recepcionista: _____
() auxiliar de recepcionista: _____
() mucama: _____
() camarero/mozo: _____
() botones/mensajero: _____
() cocinero: _____
() no identificado: _____
() otros, ¿Cuáles? _____
11. ¿Con qué personas mantuvo contato en este viaje a Balneário Camboriú?
() compañeros de excursión () empleados de comercio () empleados de bares y restaurantes
() habitantes del lugar () otros turistas
() otros, ¿Cuáles? _____
12. Hoy día, su situación en relación a la comprensión/entendimiento de la Lengua Portuguesa para su comunicación local:
() mejoró () empeoró () continúa igual
() otra, ¿Cuál? _____
13. ¿En alguna oportunidad necesitó ayuda de algún empleado del hotel para solucionar problema(s) particular(es)?
() Sí, ¿De quién? _____
() No
En caso afirmativo, el auxilio fue satisfactorio?
() Sí
() No
14. Sucedió algo que usted pueda relatar resumidamente, en el cual el desconocimiento de la lengua haya bloqueado /
distorcionado / confundido la comunicación?

15. Sexo: () Femenino () Masculino
16. Edad: () 15 a 20 () 20 a 30 () 30 a 40 () 40 a 50 () 50 a 60 () más de 60 años
17. Escolaridad: () Primario incompleto () Primario completo
() Secundario incompleto () Secundario completo () Técnico
() Superior incompleto () Superior completo
18. Actividad profesional: _____
19. Rendimiento mensual (en dólares):
() hasta 100 () de 101 a 500 () de 501 a 1.000 () de 1.001 a 1.500
() de 1.501 a 2.000 () de 2.001 a 2.500 () de 2.501 a 3.000
() de 3.001 a 5.000 () de 5.001 a 10.000 () más de 10.000

Observaciones del investigador: _____

Anexo 2. Questionário para ser aplicado aos prestadores de serviço receptivo: Hotelaria.

Appendice 2. Questionnaire to be applied to receptive service providers: Hotel management.

1. Local de origem: Município: _____ Estado: _____
Há quanto tempo reside em/próximo de Balneário Camboriú: _____
2. Quando começou a trabalhar com turistas hispano-falantes pela primeira vez, tinha conhecimento prévio da Língua Espanhola?
() sim - adquirido de modo () formal (em curso, escola, etc.)
() informal (na família, amigos, etc.)
() não
3. O que sentiu ou pensou as primeiras vezes que ouvia falar a Língua Espanhola?
() Desorientação () Estranhou () Gostou
() Não gostou () Não entendeu nada () Entendeu um pouco
() Outra impressão? Qual? _____
4. Resumindo, a sensação foi:
() Boa () Ruim
() Outra. Qual? _____
5. Atualmente, quando você precisa se comunicar com falantes da Língua Espanhola, você se sente:
() a vontade () com algumas dificuldades () pouco a vontade
() outra sensação. Qual? _____
6. No exercício de sua atividade teve oportunidade de contato com turistas:
() direto e constante () ocasional () não teve
() outro. Qual? _____
7. Em relação a seus interlocutores falantes da Língua Espanhola, o que você percebeu na hora de estabelecer contato?
() Eles se esforçavam para ser compreendidos
() Eles deixavam que o esforço fosse todo de sua parte
() Não havia grandes obstáculos na comunicação
() A comunicação era muito precária e sujeita a mal-entendidos
() Outra percepção. Qual? _____
8. Em alguma oportunidade recebeu solicitação de ajuda por parte de turista(s) para a solução de problema(s) particular(es) deste(s)?
() Sim () Não
Em caso afirmativo, qual foi sua reação?
() esforçou-se para atender a solicitação
() ouviu o que lhe referia o turista ao mesmo tempo em que realizava outra atividade
() ouviu e descartou a possibilidade de ajudá-lo(s)
() aborreceu-se, pareceu-lhe abuso
() encaminhou-o(s) a quem poderia ajudar (setor competente)
() outra. Qual? _____
9. Aconteceu algum fato que você possa relatar resumidamente no qual o desconhecimento da língua bloqueou / distorceu / atrapalhou a comunicação?

10. Sexo: () Feminino () Masculino
11. Idade: () 15 a 20 () 20 a 30 () 30 a 40 () 40 a 50 () 50 a 60 () mais de 60 anos.
12. Escolaridade: () Primário incompleto () Primário completo
() Secundário incompleto () Secundário completo
() Superior incompleto () Superior completo
13. Atividade profissional: _____ Estabelecimento: _____
14. Rendimento mensal (em reais):
() até 100 () de 101 a 500 () de 501 a 1.000 () de 1.001 a 1.500
() de 1.501 a 2.000 () de 2.001 a 2.500 () de 2.501 a 3.000
() de 3.001 a 5.000 () de 5.001 a 10.000 () maior que 10.000

Observações do pesquisador: _____
