

Jeanine Pires
Presidente do Conselho de Turismo
e Negócios da **Fecomercio-SP**



O turismo e a língua inglesa

O turismo é um negócio global e extremamente competitivo. Responsável por 8,8% dos empregos gerados no mundo, o setor coloca profissionais diante de seus clientes para que produtos e serviços possam ser ofertados. Ao viajar para diferentes lugares a trabalho, eventos ou lazer, os visitantes utilizam serviços de hospedagem, alimentação, realizam visitas, reuniões e fazem compras. Em todas essas oportunidades as pessoas precisam interagir em diversos níveis. É aqui que entra a importância de um idioma como o inglês. Poderíamos falar de muitas necessidades de qualificação e formação, mas o objetivo dessa reflexão é mostrar o quanto o aprendizado da língua inglesa pode ser inclusivo do ponto de vista social e como ele é importante para o bom desempenho do turismo na década dos grandes eventos esportivos.

Para sobreviver no cenário competitivo global, onde destinos de todo o planeta disputam os mais de 1 bilhão de viajantes é preciso ter serviços de qualidade. A grande maioria dos estrangeiros que chegam ao Brasil ou viajam para qualquer lugar utiliza uma língua universal para se comunicar. Para vender uma água de coco na praia, um prato em um restaurante, atender um executivo ou prestar qualquer tipo de serviço, o conhecimento elementar de inglês é necessário. O mercado necessita desde profissionais com habilidades básicas e direcionadas para determinados tipos de serviços e até de pessoas com grande fluência e capacidade de comunicação e com amplo conhecimento da língua.

Da mesma forma, a melhoria da qualidade do ensino de inglês nos níveis médio e fundamental já seria um avanço no cumprimento legal que prevê a aprendizagem de língua estrangeira como direito dos estudantes. Uma boa e eficaz formação é condição essencial para um bom desempenho profissional no futuro de crianças e jovens. Estudos realizados pelo WTTC - World Travel and Tourism Council, mostram que entre as maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas de turismo no recrutamento de profissionais para distintos níveis de qualificação estão sempre presentes a ausência de habilidades em língua estrangeira, marketing e tecnologia da informação.

É fundamental que lideranças empresariais e governamentais lutem pelo ensino da língua inglesa como política pública para o desenvolvimento

No Brasil, em todo o território, é urgente a necessidade de pessoas com habilidades de comunicação e relacionamento, especialmente com conhecimento da língua inglesa. Além de ser o idioma oficial do universo da indústria de viagens e turismo, é também o idioma dos negócios, dos eventos e da comunicação empresarial. Com a grande visibilidade que nosso país está exposto, e até 2016, quando as atenções do mundo estarão voltadas para o país, sede do Mundial de Futebol e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, o turismo estará em grande transformação. As oportunidades e a inovação estarão presentes quando a qualificação e o profissionalismo estiverem na lista de prioridades das políticas públicas e empresariais.

Na primeira semana de março, aconteceu o I Fórum de Língua Inglesa como Política Pública. O Fórum foi no Rio de Janeiro e reuniu professores e líderes do governo para discutir medidas de democratização do ensino da língua no Brasil. É fundamental que lideranças empresariais e governamentais lutem pelo ensino da língua inglesa não apenas como uma questão de cultura, mas como Política Pública para o desenvolvimento dos cidadãos brasileiros. ■