



## **Turista estrangeiro e taxista: algumas dificuldades e a importância da comunicação<sup>1</sup>**

**Rafael Albuquerque Muniz Falcão<sup>2</sup>, Fábio Soares Gomes<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Parte do relatório do projeto de extensão do primeiro autor, financiado pela Pró-Reitoria de Extensão – PROEX do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas - IFAL.

<sup>2</sup> Graduando em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas - IFAL. Bolsista da Pró-Reitoria de Extensão – PROEX. E-mail: rf.br@hotmail.com

<sup>3</sup> Professor adjunto do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas - IFAL. E-mail: fabio.gomes@ifal.edu.br

**Resumo:** No trabalho parte-se do pressuposto que, as margens de eventos de enormes proporções que ocorrerão no Brasil, ainda há algumas dificuldades no que tange a adequação do taxista para um melhor atendimento ao turista estrangeiro. É neste contexto que se enquadra o presente trabalho, pois ele visa problematizar algumas dificuldades dos taxistas, envolvendo desde competências básicas de comunicação e qualidade no atendimento até uma proposta de mudança de hábitos e aperfeiçoamento profissional.

**Palavras-chave:** aprendizado de línguas, comunicação, qualidade no atendimento, qualificação profissional, turismo

### **INTRODUÇÃO**

No presente trabalho parte-se do pressuposto que um motorista não tem como única e exclusiva função apenas dirigir mas, também, inúmeras outras coisas sabendo-se principalmente que o maior país da América Latina poderá beneficiar-se com o aumento do fluxo de turistas e, fazendo uma análise desse cenário, percebe-se a necessidade de uma melhor qualificação desses profissionais, visando a Copa de 2014 e as olimpíadas de 2016.

Sendo a copa do mundo um dos maiores eventos do mundo e, de longe, o maior evento esportivo do planeta, o Brasil será o país a ser beneficiado como próxima sede que atrairá as principais seleções de futebol do mundo, trazendo além de jogadores renomados e técnicos famosos, uma verdadeira legião de amantes do esporte cuja principal vontade é acompanhar seu país e, com efeito, conhecendo novas possibilidades e fazendo turismo nesse país com tantas opções e tanta coisa a oferecer.

Entretanto percebe-se que vários dos habitantes do Brasil não falam sequer uma outra língua estrangeira, o que torna uma comunicação direta com turistas estrangeiros bem difícil.

Estudos revelam que existem maneiras relativamente simples e com resultados eficazes para aumentar consideravelmente o grau de satisfação dos turistas. Os que buscam o Brasil como destino, muitas vezes, não recebem informações necessárias e um atendimento especial, fazendo com que eles não retornem mais ao país sede do maior evento esportivo do mundo em uma outra oportunidade, em outro ano, sem a necessidade de um evento de grande porte para promover seu possível regresso.

No presente trabalho parte-se do pressuposto que, as margens de eventos de enormes proporções que ocorrerão no Brasil, ainda há algumas dificuldades no que tange a adequação do taxista para um melhor atendimento ao turista estrangeiro.

É neste contexto que se enquadra o presente trabalho, pois ele visa problematizar algumas dificuldades dos trabalhadores do transporte voltado ao Turismo, tendo como principal expoente os taxistas, envolvendo desde as informações básicas de comunicação e qualidade no atendimento até uma proposta de mudança de hábitos e aprendizagem de línguas estrangeiras básicas no trato com seus clientes, tomando como foco principal a excelência no atendimento turístico pois nota-se que ainda é bastante difícil encontrar, por exemplo, um taxista que consiga se comunicar em uma língua estrangeira com um passageiro/turista estrangeiro.

### **MATERIAL E MÉTODOS**



Para o desenvolvimento deste estudo de natureza qualitativa, foram utilizadas noções teóricas da comunicação, sendo essa adequada e mutável, como diferencial competitivo que pode gerar de retorno positivo para profissionais do transporte voltado ao turismo e taxistas.

Foram feitas diversas buscas em livros e materiais digitais que abordam a comunicação, aprendizado de línguas, entre outros com a finalidade de coletar informações e material de análise assim como *corpus* do trabalho.

A análise ocorre a partir das significativas diferenças que porventura possam acontecer com uma postura adequada perante a comunicação com o turista estrangeiro por parte dos taxistas e trabalhadores do transporte voltado ao turismo.

Baseado em pesquisa empírica, aliando teoria e prática, será problematizado e feito um passo a passo, chamando atenção para detalhes que muitas vezes podem passar despercebidos ao não se analisar com o devido cuidado necessário.

Entender uma maneira de buscar uma melhor comunicação para os trabalhadores do transporte voltado ao turismo no Brasil, tão importante no que se refere ao transporte turístico local, é um dos focos do trabalho pois é fator comum que a boa comunicação é essencial para a diferenciação do taxista perante outros do mesmo seguimento comercial.

A situação dos taxistas do Brasil, no tocante à qualidade no atendimento prestado por eles e a consequente falta de alguns conhecimentos necessários acerca de sua cidade e seu Estado, representa um problema capaz de afetar a qualidade de vida e dos serviços que ali são prestados, assim como, principalmente, aos turistas de uma maneira geral, sejam eles estrangeiros ou, até mesmo, turistas locais.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A qualidade no atendimento é um tema que tem sido muito discutido atualmente e tem exercido influência direta sobre muitos aspectos do cotidiano e do conhecimento, inclusive na área do turismo.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT define qualidade como “a totalidade de propriedades e características de um produto ou serviço, que confere sua habilidade em satisfazer necessidades explícitas e implícitas”.

Entre outros profissionais, a qualificação dos taxistas e trabalhadores do transporte voltado ao Turismo no Brasil faz-se necessária para atender ao aumento da demanda turística, oriunda de outros países.

É importante favorecer a esses profissionais uma forma de melhor comunicar-se com os turistas estrangeiros de forma hábil e prática, agregando valor em seu serviço.

Com o aumento significativo da demanda de turistas estrangeiros é necessário empreender uma qualificação no que tange a comunicação entre cliente estrangeiro e taxista.

Uma das áreas que mais tem crescido no Brasil é o turismo. Para o atendimento da demanda do mercado turístico, que já é grande, é preciso que a iniciativa privada e, por que não, a iniciativa pública, invistam em mão de obra capacitada para o atendimento de tal demanda.

Percebe-se que uma melhora significativa na comunicação entre taxistas e os seus respectivos clientes estrangeiros consegue-se através de um melhor conhecimento dos idiomas mais falados, caso não mais de um, se possível, ter como preferência a língua inglesa com principal meio e forma de comunicação.

Com tal preocupação em comunicar-se com o cliente estrangeiro, o taxista perceberá que não só investiu em suas vendas, pode-se assim dizer como no seu *marketing* pessoal.

Com efeito, vale ressaltar que, com a copa de 2014, muitos turistas vindos do mundo inteiro poderão prestigiar as belezas do Brasil e, para tal, terão como uma de suas principais necessidades a comunicação eficaz com os habitantes do país brasileiro.

O taxista F. T. S. de 59 anos, e dirige taxi há aproximadamente 20 anos, diz: “Já peguei turistas estrangeiros que queriam farmácia, restaurante, boate noturna. Você precisa estar ligado na cidade para saber dos eventos e assim sugerir onde o turista deve ir”.

Por sua vez, o taxista J. R. S. de 41 anos, e dirige taxi há aproximadamente 15 anos, diz: “Já peguei muito estrangeiro no meu táxi. Eles entram no carro e você fica sem entender nada. Eu não



entendo nada, mas quero aprender, ao menos, a responder a uma pergunta e saber dizer um nome de algum restaurante bom e um hotel decente sem ser só se comunicando por gestos”.

O profissional que tem como uma das características a comunicação eficaz no percurso do ponto de partida até o ponto de chegada terá, falando uma língua estrangeira uma maior confiança do turista estrangeiro. Enquanto esse se surpreende com a capacidade de comunicação do taxista aquele só tem a ganhar com gorjetas, aumento significativo da demanda de um público o qual o dinheiro não é um grande problema e, como efeito, pode, assim, gastar um pouco mais em troca de uma cordialidade maior e de um atendimento diferenciado na hora do percurso.

De acordo com o dicionário Aurélio da Língua Portuguesa pode-se definir satisfação como “ato ou efeito de satisfazer (-se), contentamento, alegria, deleite, aprazimento, retribuição”. Falando uma língua estrangeira o taxista abre um leque de possibilidades de ganho, profissionalmente ele consegue satisfazer um público que outros talvez não conseguiriam, mesmo com a copa do mundo e as olimpíadas sendo anunciadas com certa antecedência, tempo esse que daria para empreender uma qualificação no que tange a comunicação entre taxista e cliente.

Entretanto sabe-se da necessidade de uma realocação de um tempo precioso do profissional. Com efeito, o taxista ganha dinheiro pelas corridas que além de tudo existe mais um tempo de espera nas filas de taxi.

Esse tempo é tido como precioso por esses profissionais pois é com ele que a maior parte do dinheiro é adquirida. Uma eventual mudança de obrigações e realocação de tempo pode gerar um desconforto para o profissional de transporte pois alguns deles nunca atentaram a real necessidade de uma qualificação profissional visando eventos importantes como a copa do mundo de 2014 e as olimpíadas de 2016.

Talvez um discurso que possa ser usado será o de que o tempo empreendido em uma qualificação não será um “tempo perdido” ou “tempo gasto” como muitos taxistas porventura venham a pensar e sim, com efeito, um tempo que só tem como agregar valor ao seu serviço, trazendo mais benefícios que malefícios.

Perceba que os eventos a serem realizados no Brasil tornam-se uma importante motivação a mais para a qualificação e o aperfeiçoamento profissional, porém, não pode ser considerada a única, visto que sendo o Brasil um país continental, o fluxo de turistas estrangeiros é considerado satisfatório e não tão difícil de ser encontrar em muitas cidades, tornando, assim, constante a necessidade de melhoria e qualificação profissional.

Cada vez mais turistas procuram os taxistas como uma espécie de guia e como meio de conhecer a cidade, na maioria das vezes utilizando o serviço de *city tour*. Esse aumento da demanda é constante e só tende a aumentar com o passar dos anos tendo em vista o desenvolvimento gerado por eventos de grande porte os quais no Brasil está sendo fomentado nos últimos anos e serão realizados nos anos que se seguem.

Devido a isso, nota-se que muitos dos taxistas e profissionais do transporte voltado ao turismo já estão procurando aperfeiçoar-se, fazendo cursos de idiomas em instituições públicas ou privadas além de cursos de turismo e/ou áreas afins com a finalidade de uma elevação profissional, aperfeiçoamento profissional e um retorno satisfatório de renda.

Câmara Jr. (1998, p. 142), define idioma como:

O termo com que se insiste na unidade lingüística inconfundível, de uma nação em face das demais. Enquanto o conceito de língua é relativo e se aplica a uma língua comum, a um dialeto, a um indioleto, só se refere à língua nacional, propriamente dita, e pressupõe a existência de um estado político, do qual seja a expressão lingüística.

Ora, aprender o idioma do turista estrangeiro só traz benefícios para o profissional de transporte voltado ao turismo pois sabe-se que muitos desses turistas estrangeiros não sabem sequer formar frases e comunicar-se de maneira eficiente no português trazendo assim ruídos na comunicação e um improvável *feedback* positivo no desfecho da conversa e no atendimento das necessidades do turista.



É preciso que todo o processo de qualificação seja visto como um investimento, investimento esse que trará só benefícios visto que tais benefícios servem para um diferencial competitivo do profissional e dos seus serviços prestados como um todo.

Com um arcabouço de benefícios gerado pela qualidade no atendimento ao turista estrangeiro, esse retorna e muito provavelmente fique fidelizado ao profissional do transporte, aumentando assim suas receitas e possibilidades de lucro mediante a diferenciação profissional que uma qualificação de tais proporções promove.

## CONCLUSÕES

Ainda que longe de conclusões exaustivas sobre o assunto estudado, observa-se que o discurso que circula nos profissionais analisados possuem um tons iniciais de desinteresse, na medida em que são ressaltadas apenas as necessidades de uma eventual “recolocação” de uma certa fatia seu respectivo tempo com outra atividade se não a de rodar pela cidade e ganhar dinheiro de tal maneira que uma recolocação de tempo para o aperfeiçoamento profissional torna-se quase que inviável.

Espera-se um salto na qualidade dos serviços prestados por esses trabalhadores, a fim de que os usuários de taxi, turistas estrangeiros e os trabalhadores do transporte voltado ao turismo, tendo como principal expoente os taxistas, sejam beneficiados mutuamente.

Além de o atendimento ter uma melhoria de qualidade, os usuários dos táxis do Brasil como um todo se beneficiarão pois sabe-se que os trabalhadores, motoristas de Taxi, saberão tratar os passageiros sem qualquer indiferença.

Com essa mudança de comportamento e a eventual mudança de conceitos como por exemplo a falta de motivação para aprender uma língua estrangeira, ou mais línguas, a classe de trabalhadores além de apreender a melhor forma de atender ao cliente, ainda saberá mais de si mesmo e para si mesmo, rompendo novas barreiras e aperfeiçoando-se pessoalmente e profissionalmente.

Tendo muito mais a oferecer a seus usuários, sejam eles turistas ou não, é perceptível um diferencial competitivo capaz de gerar inúmeros benefícios agregando valor, assim, no meio profissional dos taxistas e, por que não dizer, no atendimento ao turista estrangeiro como um todo.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, M. A. **Léxico, produção e criatividade**. São Paulo: Plêiade, 1996.

CAMARA Jr.; MATTOSO, Joaquim. **Dicionário de lingüística e gramática referente à língua portuguesa**. Petrópolis: Vozes, 1998.

KLEIN, C. **Minigramática da língua portuguesa**. Blumenau: Bicho Esperto, 2010.