

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS – UEA
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO – ESAT
BACHARELADO EM TURISMO**

RAQUEL FERNANDES DE LIMA

**APERFEIÇOAMENTO DA COMUNICAÇÃO NO CENTRO DE
ATENDIMENTO AO TURISTA DO MERCADO MUNICIPAL ADOLPHO
LISBOA**

MANAUS, AM

2019

RAQUEL FERNANDES DE LIMA

**APERFEIÇOAMENTO DA COMUNICAÇÃO NO CENTRO DE
ATENDIMENTO AO TURISTA DO MERCADO MUNICIPAL ADOLPHO
LISBOA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Turismo da Escola
Superior de Artes e Turismo da Universidade
do Estado do Amazonas como requisito para
a obtenção do título de Bacharel.

Orientação: Profa. Dra. Edilza Laray de Jesus

MANAUS, AM

2019

RAQUEL FERNANDES DE LIMA

**APERFEIÇOAMENTO DA COMUNICAÇÃO NO CENTRO DE
ATENDIMENTO AO TURISTA DO MERCADO MUNICIPAL ADOLPHO
LISBOA**

**Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas.**

BANCA EXAMINADORA

Edilza Laray de Jesus. Dra. (presidente)

Susy Rodrigues Simonetti. Dra. (membro interno)

Sherry Prince Nelson, Ma. (membro externo)

Nota Final: _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me ajudaram na realização dessa etapa.

A Deus por seu cuidado e graça.

Aos professores da Universidade do Estado do Amazonas, com destaque à minha orientadora Dra. Edilza Laray de Jesus, pelos conhecimentos transmitidos.

Agradeço às instituições Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Evento - MANAUSCULT e Empresa Estadual de Turismo - AMAZONASTUR que me permitiram estagiar em seus Centros de Atendimento ao Turista.

Agradeço também aos colegas que contribuíram para meu crescimento enquanto estudante deste curso e estagiária.

Sou grata à minha família que me apoiou em todos os momentos, em especial meus pais.

RESUMO

Este trabalho apresenta como tema o atendimento em turismo e investiga sobre “A Qualidade da Comunicação no Centro de Atendimento ao Turista – CAT situado do Mercado Municipal Adolpho Lisboa”, local de visitação turística na cidade de Manaus. As observações feitas *in loco* pela pesquisadora que desempenhou a função de atendente no CAT Mercado mostraram distinções no processo de comunicação, bem como influências que comprometiam a qualidade do atendimento ao turista, principalmente o estrangeiro. Essas observações despertaram o interesse em investigar o processo de comunicação nesse local de atendimento turístico. O objetivo geral foi de investigar sobre o processo de comunicação entre turistas e atendentes no CAT Mercado, em Manaus. Como objetivos específicos, avaliar a qualidade da comunicação no processo de atendimento; sensibilizar os atendentes sobre a importância da transmissão de informações precisas e; propor melhorias para o atendimento. O estudo tomou por base pesquisas anteriormente realizadas em CATs para delinear o percurso metodológico com observações diretas, pesquisa de campo combinada com formulário de avaliação de desempenho e caderno de campo. É um trabalho exploratório e experimental, tendo em vista a oferta de um treinamento por intermédio de um *workshop* e oficina de sobre o atendimento ao turista no CAT e no Mercado. Seus resultados poderão contribuir tanto para o planejamento das Instituições de Ensino Superior que oferecem a formação em Turismo, no preparo e acompanhamento do estagiário pelo coordenador de estágio e ainda para o estagiário que muitas vezes inicia uma atividade sem qualquer planejamento. O treinamento tem grande importância para o estagiário em Turismo, pois se continuamente ele for preparado para o desempenho de sua função de acolher e informar os turistas com excelência na comunicação, tanto os turistas quanto os estagiários terão melhores resultados na comunicação e informação do local visitado. A formação para os estagiários melhora a comunicação com brasileiros e estrangeiros e demonstra, em última análise, a importância que o Amazonas atribui ao turismo.

Palavras-chave: CAT; Estágio; atendimento.

ABSTRACT

This research presents the tourism service and investigates "The Quality of Communication at the Touristic Information Center - TIC located at the Municipal Market Adolpho Lisboa", a place of tourist visitation in the city of Manaus. The observations made locally by the researcher who worked as an attendant at the TIC showed distinctions in the communication process, as well as influences that put to risk the attendance quality to tourists, especially foreigners. These observations aroused the interest in investigating the communication process in this place of touristic assistance. The general objective was to investigate the process of communication between tourists and attendants at the TIC situated inside the market. The specific objectives were to evaluate the quality of communication in the attendance process; to make the attendants aware of the importance in transmitting accurate information and to propose improvements to the service. The study was based on previous research done at TICs to delineate the methodological course with direct observations, field research combined with performance appraisal form and field notebook. It is an exploratory and experimental work, in the perspective of offering a training through a workshop on tourist assistance about the TIC and the Market. The results can contribute to the planning of the Institutions of Higher Education that offer graduation in the Tourism field, in the preparation and follow-up of the trainee by the coordinator of traineeship. It also can provide help for the trainee that often initiates an activity without any planning. The training is of great importance to the trainee in Tourism, because if he continuously prepares to perform his duties of welcoming and informing tourists with excellence in communication, both tourists and trainees will have better results in communication and information about the destination visited. Training also improves tourism trainees' communication with Brazilians and foreigners, and also demonstrates, in the final analysis, the importance that the Amazon attaches to tourism.

Key-words: TIC; Internship; Attendance.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 REVISÃO DA LITERATURA	10
1.1 O CAT NA HISTÓRIA, O ESTÁGIO E O ENSINO DO TURISMO	10
1.2 COMUNICAÇÃO, RECURSOS HUMANOS E SUA RELAÇÃO COM O ESTÁGIO EM TURISMO	14
1.3 O CAT E O ESTÁGIO EM MANAUS	23
1.4 O MERCADO MUNICIPAL ADOLPHO LISBOA E O CAT	24
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
2.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	28
2.2 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTOS.....	29
3 RESULTADOS.....	35
4 DISCUSSÃO	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS.....	48
APÊNDICE.....	52

INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata do atendimento em turismo, especificamente da influência que a qualidade da comunicação em um Centro de Atendimento ao Turista - CAT pode exercer sobre o atendimento neste local. Sabe-se que o atendimento de qualidade se faz substancial para encantamento e retorno do turista. O CAT do Mercado Adolpho Lisboa apresenta natureza receptiva no turismo da cidade de Manaus, pois além de localizado em um prédio histórico altamente visitado pelos turistas que chegam na cidade, seja pelo porto hidroviário localizado a poucos metros do mesmo, seja pela rodoviária ou aeroporto, este atualmente é um referencial para compra de artesanato e degustação da gastronomia regional.

Sendo assim, o CAT é mais que parte da estrutura de apoio ao turista, é o local onde acontece a primeira impressão, onde se tem a oportunidade de intensificar o encantamento pelo povo e pela terra, criando no turista desejo de retorno, levando-o ao anseio de apresentar a amigos e familiares o ambiente, bem como indicar as mesmas experiências prazerosas.

As observações feitas *in loco* pela pesquisadora que desempenhou o cargo de atendente no CAT Mercado por tempo superior a 12 meses e que percebeu distinções no processo de comunicação, bem como influências que comprometiam a qualidade do atendimento ao turista, estrangeiro e/ou nacional, despertaram a seguinte indagação: Como a qualidade da comunicação afeta o atendimento no CAT? Já que o local recebe pessoas de diversas nacionalidades, sendo jovens, adultos, idosos, entre outros.

A investigação traz resultados derivados de pesquisa qualitativa, exploratória e experimental antes-depois, já que a estagiária/pesquisadora a partir de suas observações elaborou proposta de treinamento dos colegas estagiários/atendentes bem como executou e avaliou seus efeitos.

O objetivo principal do estudo é mostrar a realidade do processo de comunicação nesse local e saber se o mesmo está cumprindo com sua principal razão que é comunicar informações fidedignas. Como objetivos específicos tem-se: Avaliar a qualidade da comunicação no processo de atendimento; sensibilizar

dos atendentes sobre a importância da transmissão de informações precisas e a propor de melhorias para o atendimento.

Observa-se nas pesquisas já realizadas em nível local que a maioria descreve os serviços e apresenta sugestões “padrões”, porém não apresentam ações *in loco* a fim de se observar seus efeitos e ir a fundo sugerindo ações provadas a contribuir para a melhoria desses locais. Assim, esta pesquisa se mostra pioneira, promovendo treinamento para os atendentes/estagiários dos CATs e analisando seus efeitos a fim de se alcançar de forma abrangente e com qualidade o cumprimento da missão desses espaços.

A importância de se desenvolver esta pesquisa se revela ao contribuir para a aquisição de conhecimento dos acadêmicos que desejam conhecer as atividades nos CATs e/ou obter informações para programa de estágio. Contribui ainda, para as Instituições de Ensino Superior – IES como instrumento para levantamento de informações sobre desenvolvimento de estágio. Levanta informações para os personagens do trade turístico de Manaus para conhecimento do funcionamento e missão dos CATs, e assim promove trabalho harmônico entre esses. Por fim, contribui para a pesquisadora ao aguçar um olhar crítico e para gestores de Centros de Atendimento ao Turista, sugerindo mudanças positivas em ações singelas e consistentes.

O trabalho está organizado da seguinte forma: O capítulo I apresenta a revisão da literatura composta pela fundamentação teórica e estudos anteriores fazendo-se uma abordagem sobre apresentação do CAT na história do turismo, o estágio e o ensino do turismo. Na segunda subseção tem-se a apresentação do conceito de comunicação, recursos humanos e suas relações com o estágio em turismo. A terceira subseção expõe a distribuição dos CATs e o estágio em Manaus. A última subseção deste capítulo revela o Mercado Municipal Adolpho Lisboa e o CAT Mercado. O capítulo II exhibe os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, com sua primeira subseção mostrando a caracterização da pesquisa, e segunda subseção apresentando a coleta de dados e instrumentos utilizados. O capítulo III apresenta os resultados encontrados. O capítulo IV expõe a discussão realizada e logo após este tem-se as considerações finais.

1 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura apresenta as teorias eleitas para explicação do tema central bem como estudos anteriormente realizados sobre o mesmo tema.

1.1 O CAT NA HISTÓRIA, O ESTÁGIO E O ENSINO DO TURISMO

A Organização Mundial do Turismo - OMT considera-se o conceito de turismo como:

[...] o conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócio e outros motivos, e não por razões lucrativas. (MONTEJANO, 2001. p.2).

O turismo é considerado filho da Grécia, pois na Antiguidade Clássica essa civilização teve grande papel na organização de viagens e meios de transporte. Foram construídas obras viárias de infraestrutura que subsistem até os dias atuais (YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2002). Para se entender antecedentes do turismo buscam-se 4 tópicos: Antiguidade Clássica: Grécia; Antiguidade Clássica: Roma; Idade Média: Religião e Fé e; Idade Moderna: Novas Ideias e Valores.

As viagens dos gregos eram feitas por motivos de saúde (águas minerais com poderes curativos) e religião (peregrinações). É importante citar como motivadores dos deslocamentos os jogos olímpicos, pátios, ístmicos e nemeus. Roma era um vasto império com autoridade central que exigia medidas eficazes para a manutenção de sua integridade territorial.

O apogeu das viagens na Antiguidade Clássica foi atingido no tempo de Roma. O controle do império, exigência de viagens de funcionários governamentais, tropas e comerciantes, obrigava o governo a propiciar condições básicas de infraestrutura para que os deslocamentos acontecessem. (YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2002). Os principais destinos das viagens de férias da “classe média” que crescia na época, o que favoreceu as viagens regionais e sazonais de verão, ficavam à beira-mar.

Na Idade Média, com a queda do império Romano, são registradas pelos já citados autores grandes dificuldades para viajar. Por falta de segurança foram registrados muitos assaltos e assassinatos. Os poucos deslocamentos desse período eram ligados às feiras e às peregrinações. Concessão de indulgências e graças espirituais fizeram com que os números de viagens viessem a aumentar. Houve também peregrinações de outras religiões como a dos muçulmanos que atraía milhões de fiéis. Por volta dos séculos XIII e XV as peregrinações já eram fenômeno de massa.

Na Idade Moderna, com o renascimento nas cidades, melhoria da agricultura, descobertas europeias, florescimento das artes e da literatura, o domínio da religião quebrou-se e a satisfação pessoal e o desejo de explorar cresceu. O Renascimento fez surgir as grandes universidades e incentivou viagens culturais de estudo e experiência. O primeiro “show de comércio” foi a feira de livros de Frankfurt. Jovens ingleses viajavam por toda Europa.

No Século XVIII a Revolução Industrial, de acordo com Dias e Aguiar (2002), foi considerada um marco histórico de verdadeiras mudanças. Não havia tempo livre, mas jornadas exaustivas de trabalho, então foi necessário organizar essas jornadas prevendo descanso e férias.

No Século XIX surge o turismo como conhecemos nos dias atuais. O pastor/missionário Thomas Cook organiza a primeira viagem em grupo, e por isso é considerado o primeiro agente de viagens e o pai do turismo moderno. Cook, em julho de 1840 leva um grupo de 570 pessoas de Leicester a Loughborough, em viagem de trem de ida e volta, ao custo de um xelim por pessoa, para assistirem a um congresso antialcoólico. Com o sucesso ele criou a Cook & Son e cobriu grande parte da Europa.

Com a utilização do trem a nível nacional e do navio a nível internacional no continente europeu, surgimento da classe operária e de salários mais significativos as oportunidades de entretenimento foram aumentando e a necessidade de um tempo livre para uma melhor produção do trabalhador tornou-se indispensável.

Segundo Montejano (2001) com o *boom* turístico derivado da revolução dos transportes, expansão educacional, necessidade de tempo livre e recreação, avanços tecnológicos de comunicação, expansão da publicidade e marketing, as atividades cresceram e surgiram agências de viagens e o setor hoteleiro. A

estrutura do mercado turístico tomou forma e ficou tão complexa que houve a necessidade de se ter espaços como infraestrutura de apoio de forma que as mesmas facilitavam a locomoção do turista no destino escolhido, assim, com o avanço nos processos e de acordo com as necessidades dos viajantes, surgiram locais de informação turística (BENI, 2001), que neste estudo será denominado Centro de Atendimento ao Turista - CAT, sendo termo de maior uso em Manaus.

Segundo Lucca Filho (2005) o Centro de Atendimento ao Turista tem a função de fornecer informações turísticas; prestar serviços de agência de viagens (reserva de serviços em estabelecimentos turísticos: meios de hospedagem, traslados, serviços de guias de turismo, reservas em show e outros eventos, dicas de atrativos turísticos); disponibilizar banheiros e disponibilizar serviços de alimentação.

O Ministério do Turismo enquadra-o como serviços e equipamentos turísticos, sendo estabelecimentos e prestadores de serviços que tem a função de dar condições para que o visitante tenha uma boa estada (Inventário da Oferta Turística - 2011).

Montejano (2001) afirma que informação turística pode ser definida como vários serviços em conjunto oferecidos com o objetivo de informar, orientar e atender durante sua viagem. Declara ainda que os organismos e instituições públicas denominados por ele de escritórios de informação turística, tem como missão informar e orientar fornecendo gratuitamente dados e material informativo bem como de propaganda turística. São citados 4 tipos para exemplo: os Escritórios Nacionais de Turismo na Espanha que são dependentes da secretaria Geral de Turismo; aqueles dependentes das Comunidades Autônomas, que informam de modo geral sobre a correspondente e todo o Estado espanhol; os escritórios Municipais de Turismo, dependentes da Administração pública e do setor privado – Associações empresariais, etc. e Centros de Iniciativas Turísticas de caráter semipúblico ou privado, que promovem e informam sobre população, comarca ou província.

No CAT Mercado a autora desta pesquisa realizou estágio e, a partir dele, produziu este trabalho de Conclusão de Curso, daí a importância de breve discussão acerca do estágio.

Para Buriolla “O estágio é o *locus* onde a identidade profissional do aluno é gerada, construída e referida; volta-se para o desenvolvimento de uma ação

vivenciada, reflexiva e crítica e, por isso, deve ser planejado gradativa e sistematicamente”. (BURIOLLA, 2001, p.13). Bissoli (2002) por sua vez diz que o objetivo geral do estágio é consolidar, pela observação e prática exercidas no local de trabalho, os conhecimentos adquiridos no curso. Assim, como lugar de estágio esses podem ser o terreno para confrontar teorias e avaliar o que se estuda durante o curso de turismo.

A Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008 em seu artigo 1º diz:

Art. 1º Estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos.

A lei não define exatamente quem é o estagiário, mas aponta as obrigações, ou seja, indiretamente descreve quem é esse estudante a caminho de ser um profissional da área em que estuda. A lei também define obrigações da Instituição de ensino e da concedente. A referida lei também versa sobre a relação de estágio e suas características, sendo:

Art. 3º O estágio, tanto na hipótese do § 1º do art. 2º desta Lei quanto na prevista no

§ 2º do mesmo dispositivo, não cria vínculo empregatício de qualquer natureza, observados os seguintes requisitos:

I – Matrícula e frequência regular do educando em curso de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e nos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos e atestados pela instituição de ensino;

II – Celebração de termo de compromisso entre o educando, a parte concedente do estágio e a instituição de ensino;

III – compatibilidade entre as atividades desenvolvidas no estágio e aquelas previstas no termo de compromisso.

§ 1º O estágio, como ato educativo escolar supervisionado, deverá ter acompanhamento efetivo pelo professor orientador da instituição de ensino e por supervisor da parte concedente, comprovado por vistos nos relatórios referidos no inciso IV do caput do art. 7º desta Lei e por menção de aprovação final.

§ 2º O descumprimento de qualquer dos incisos deste artigo ou de qualquer obrigação contida no termo de compromisso caracteriza vínculo de emprego do educando com a parte concedente do estágio para todos os fins da legislação trabalhista e previdenciária. (1995:25).

A próxima subseção apresenta os conceitos eleitos para explicar o processo de comunicação, definir o que é treinamento, versa sobre a

recuperação de informação e apresenta meios de avaliação da proficiência de um estagiário.

1.2 COMUNICAÇÃO, RECURSOS HUMANOS E SUA RELAÇÃO COM O ESTÁGIO EM TURISMO

Para melhor compreensão é importante ter em mente o conceito usado de **sistema** para então entender especificamente o que é sistema de informação e comunicação. Segundo Bissoli (2002) entende-se por um conjunto de elementos e das relações entre eles e entre seus atributos...recebem entradas e produzem saídas. Ainda de acordo com Bissoli (2002), a **informação** é um conhecimento que deriva de dados, os quais sozinhos não têm significado.

Diante disso o sistema de informação pode ser entendido como aquele formado por procedimentos, recursos, pessoas onde há a entrada de dados e saída de informação.

A partir de tais conceitos entende-se que existem grandes sistemas de distribuição de informações turísticas, os quais possuem relevante abrangência podendo chegar a escala mundial como por exemplo a *world wide web*. Observa-se também sistemas menores e mais direcionados quanto ao processamento de dados específicos, podendo-se citar como exemplo o sistema do CAT, direcionado às informações relacionadas as atividades turísticas na cidade de Manaus.

Temos, segundo Bordenave *apud* Pimenta (2004, p. 61) **comunicação** como “troca de mensagens, deliberadas ou não, entre sujeitos: pessoa x pessoa (mediada ou não por uma máquina: TV ou computador) ou ainda pessoa x animal”. Esse processo aconteceria, de acordo com Pimenta (2004), quando uma pessoa compreendesse a ideia de outra. Sendo que o mesmo pode ser verbal, realizado por palavras, e não-verbal que é realizado por tom de voz, olhar, modo de se vestir, gestos, além de desenhos, imagens, sons, entre outros.

Observa-se também que o sistema tem sua especificidade, podendo-se citar como por exemplo o **sistema de comunicação** que inclui seis componentes básicos: Shannon *apud* Pimenta (2004 p. 65).

- Fonte - fornece as mensagens;
- Transmissor – codifica a mensagem e a transmite ao canal;

- Canal – equipamento ou espaço intermediário entre transmissor e receptor;
- Receptor – recebe e decodifica a mensagem;
- Destino – a que se destina a mensagem;
- Ruído – perturbações indesejáveis que tende a alterar, de maneira imprevisível, a mensagem.

Compreender o **processo de comunicação** é substancial para evitar os indesejáveis ruídos, informações ambíguas, que levam à dúvida. Considerando o que foi acima citado tem-se segundo a teoria de informação de Shannon *apud* Pimenta (2004, p. 66):

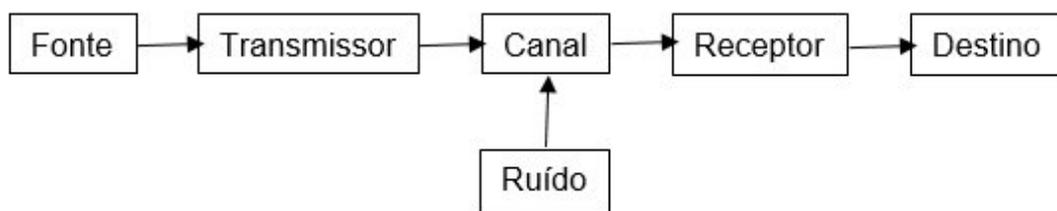


Figura 1 – Teoria da Informação de Shannon

Fonte: Pimenta, 2004.

Segundo Pimenta (2004) existem fatores que podem comprometer a qualidade da comunicação, por exemplo, deficiência no sistema auditivo, o que pode ocasionar o que chamamos de ruído.

De acordo com Dondis (1997) o homem tem preferência pela informação visual pois essa possui caráter direto”. Visualizar é ser capaz de formar imagens mentais”. (DONDIS, 1997, p. 14). De acordo com esse autor, a evolução da linguagem seguiu a seguinte ordem: imagens, pictogramas, cartoons autoexplicativos e unidades fonéticas, por fim ao alfabeto.

Ainda segundo Dondis (1997), comparando a linguagem visual com a linguagem verbal, a mesma é mais universal. Para ele, trata-se de conjuntos lógicos ao se falar de linguagem. Em se tratando de dados visuais, de acordo com o autor, temos que esses possuem três níveis distintos e individuais: o nível de *input* visual, que consiste nas miríades de sistemas de símbolos; o nível do material visual representacional, que identificamos no meio ambiente e podemos reproduzir por meio de desenho, da pintura, da escultura e do cinema, portanto deriva da experiência direta, pois a partir do momento em que se experimenta

se conhece mais, ou seja, se vai além da percepção. E por fim, a estrutura *abstrata*, a forma de tudo aquilo que vemos, seja natural ou a composição para efeitos intencionais. Logo esse último nível da inteligência visual refere-se a mensagem pura.

Prette e Prette (2003) descrevem um programa de treinamento de habilidades sociais conduzido em um grupo formado por dez universitários em fase final de graduação na área de ciências exatas. O programa, com delineamento A-B-A, teve uma duração de trinta e seis horas, em duas sessões semanais de aproximadamente duas horas cada e foi planejado em módulos teórico e prático, que ocorriam em uma mesma sessão. A avaliação da intervenção foi realizada por meio da aplicação de um inventário tipo auto relato (IHS-Del-Prette) antes e depois da intervenção e da avaliação por pares ao final do programa. Os resultados indicaram diferenças significativas (teste de *Wilcoxon*) entre os escores pré e pós-intervenção para a maioria dos participantes e avaliações positivas dos colegas com relação a tais mudanças. Como conclusão da pesquisa obteve-se a constatação de aquisição de uma compreensão básica por parte dos participantes sobre os conceitos e aspectos teóricos, bem como a aquisição de habilidades de dar feedback, elogiar desempenhos, expressão assertiva e habilidade ao lidar com críticas.

Ruggiero (2016) no artigo *Coach: Utilize com moderação* disponível pela Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento - ABTD lembra que a ideia mais remota do objetivo de *coaching*, que era que conduzir alguém a seu destino. Essa ferramenta era destinada desenvolvimento de executivos. Porém entidades começaram a oferecer *coaching* em massa a centenas de empregados independente do cargo. Aponta-se o erro de se enfiar goela abaixo, ou seja, o funcionário precisa estar preparado para a experiência para que ela alcance o objetivo principal que a mudança.

Flaherty (2005) afirma que *coaching* (treinamento) é evocar excelência. Ele propõe métodos rigorosos de prática e auto-observação em uma relação de confiança mútua, respeito e liberdade de expressão. Além disso busca testes para provocar a pessoa que está sendo treinada a repensar e possivelmente desfazer como se relaciona com seus clientes, seu parceiro, sua equipe, seus amigos e como se produz um excelente desempenho a longo prazo.

Showers (1985) diz que *coaching* tem como uma de suas finalidades construir comunidades de professores que continuamente se empenham em estudar seu ofício.

Broxado (2014) em artigo também disponível pela ABTD, o setor de treinamento deve sair do RH e se alojar como staff ou Universidade Corporativa sendo assim responsabilidade da alta cúpula na empresa. É preciso definir etapas estratégicas da política de treinamentos.

A revista *Strategia* (2011) fala sobre o marketing interno das instituições como meio de alcance da motivação do trabalhador e para isso diz que um novo modelo de gestão deve ser implementado para melhoria do grupo. O acesso a cursos de formação permanente, de acordo com a suas especialidades e motivações pessoais são alguns dos principais fatores a serem abordados.

Magalhães (2011), afirma que é preciso criar situações de reflexão capazes de maior envolvimento dos sujeitos na construção de significados. A autora percebe que a abertura sensível faz emergir processos de admiração e encantamento que aproxima o sujeito das trajetórias humanas, compelindo-o a ultrapassar os estados de anestesiamiento que comprimem o coração e a alma humanos. Logo ao se tornar um sujeito sensível, não poderá ficar indiferente às dificuldades apresentadas pelo nosso mundo contemporâneo. O sujeito passa de um estado de anestesiamiento para um estado compreensivo, dinâmico, complexo, com um senso fino.

O educar transdisciplinar leva a visões plurais a respeito de um fenômeno ou conceito recria ou cria espaços de afetividade, de amor, de sensibilidades o que faz possível a arte de aprender. Cria-se um educar atento ao desenvolvimento de um ser plural, capaz de exercitar fatores como flexibilidade, criticidade, criatividade, saindo então do pensamento subjetivo para objetivo, do singular para o plural. Percebe-se então que o relacionamento entre o curso de turismo e o estágio deve exercer total influência no aprendizado e exercício de forma unificada.

Para aprimorar o crescimento de profissionais atualmente dispõe-se também de cursos realizados à distância, e para acesso a esses é necessário bom domínio tecnológico. Como meio de melhoria dos recursos humanos bem como atendimento tem-se a tecnologia aliada ao ensino.

Yates e Neto (2013) versando a respeito da recuperação da informação que tem como objetivo promover acesso rápido à informação por parte do usuário de acordo com seu interesse, construindo-se índices eficientes no processamento de consultas com alto desempenho e desenvolvimento de algoritmos de *ranqueamento*. Essa é a forma de pesquisa baseada no computador. Baseada no usuário tem-se como objeto de estudo o comportamento deste e suas principais necessidades. O primeiro é mais focado tanto no meio acadêmico como no mercado.

Aun (1996) abordando a importância da informação tecnológica, afirma que a partir de 1985 a informação passou a ser enfatizada em uma relação intrínseca com a tecnologia. A autora acredita que se utilizada socialmente para organização, difusão e uso de conhecimento tecnológico bem como para gerar novos conhecimentos, a informação desempenhará um papel de desenvolvimento científico e tecnológico assim sendo útil para a melhoria da qualidade de vida de uma sociedade. A fim de minimizar o atraso tecnológico a autora ressalta a necessidade de preparação de pessoal por meio de cursos que podem ser realizados à distância minimizando-se também esforços devido à problemas de tempo e distância. A tecnologia combinada com o estudo de uma língua prepara gradativamente o futuro profissional que segue rumo ao mercado de trabalho. O ideal é que no mínimo fale uma segunda e terceira língua, sendo essa habilidade outra variável a ser verificada no processo de seleção dos estagiários.

Para avaliação de proficiência em um idioma foi criado o Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas pelo Conselho da Europa que de acordo com o British Council: “O Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (Common European Framework of Reference for Languages – CEFR) é um padrão internacionalmente reconhecido para descrever a proficiência em um idioma”.

Segundo o Conselho Europeu em seu site apresenta que o CEFR ou Quadro Europeu Comum de Referência – QECR foi concebido para fornecer uma base transparente, coerente e abrangente para a elaboração de programas linguísticos e orientações curriculares, a concepção de materiais de ensino e aprendizagem e a avaliação da proficiência em línguas estrangeiras. É usado na

Europa, mas também em outros continentes e está disponível em 40 idiomas dentre os quais estão os idiomas de intenso ensino no Brasil: Inglês e espanhol.

De acordo com o quadro tem-se:

A — BÁSICO

A1

Iniciante - É capaz de compreender e usar expressões familiares e cotidianas, assim como enunciados muito simples, que visam satisfazer necessidades concretas. Pode apresentar-se e apresentar outros e é capaz de fazer perguntas e dar respostas sobre aspectos pessoais como, por exemplo, o local onde vive, as pessoas que conhece e as coisas que tem. Pode comunicar de modo simples, se o interlocutor falar lenta e distintamente e se mostrar cooperante.

A2

Básico - É capaz de compreender frases isoladas e expressões frequentes relacionadas com áreas de prioridade imediata (p. ex.: informações pessoais e familiares simples, compras, meio circundante). É capaz de comunicar em tarefas simples e em rotinas que exigem apenas uma troca de informação simples e direta sobre assuntos que lhe são familiares e habituais. Pode descrever de modo simples a sua formação, o meio circundante e, ainda, referir assuntos relacionados com necessidades imediatas.

B — INDEPENDENTE

B1

Intermediário - É capaz de compreender as questões principais, quando é usada uma linguagem clara e estandardizada e os assuntos lhe são familiares (temas abordados no trabalho, na escola e nos momentos de lazer, etc.). É capaz de lidar com a maioria das situações encontradas na região onde se fala a língua-alvo. É capaz de produzir um discurso simples e coerente sobre assuntos que lhe são familiares ou de interesse pessoal. Pode descrever experiências e eventos, sonhos, esperanças e ambições, bem como expor brevemente razões e justificações para uma opinião ou um projeto.

B2

Usuário Independente - É capaz de compreender as ideias principais em textos complexos sobre assuntos concretos e abstratos, incluindo discussões técnicas na sua área de especialidade. É capaz de comunicar com certo grau de espontaneidade com falantes nativos, sem que haja tensão de parte a parte. É capaz de exprimir-se de modo claro e pormenorizado sobre uma grande variedade de temas e explicar um ponto de vista sobre um tema da atualidade, expondo as vantagens e os inconvenientes de várias possibilidades.

C — PROFICIENTE

C1

Proficiência operativa eficaz - É capaz de compreender um vasto número de textos longos e exigentes, reconhecendo os seus significados implícitos. É capaz de se exprimir de forma fluente e espontânea sem precisar procurar muito as palavras. É capaz de usar a língua de modo flexível e eficaz para fins sociais, académicos e profissionais. Pode exprimir-se sobre temas complexos, de forma clara

e bem estruturada, manifestando o domínio de mecanismos de organização, de articulação e de coesão do discurso.

C2

Domínio Pleno - É capaz de compreender, sem esforço, praticamente tudo o que ouve ou lê. É capaz de resumir as informações recolhidas em diversas fontes orais e escritas, reconstruindo argumentos e fatos de um modo coerente. É capaz de se exprimir espontaneamente, de modo fluente e com exatidão, sendo capaz de distinguir finas variações de significado em situações complexas.

A melhor forma de descobrir o nível CEFR de uma pessoa faz-se um teste padronizado bem projetado como IELTS, TOEIC, DELE, entre outros.

Estudos anteriores

Hallal *et al* (2014) também oferecem contribuições sobre o estágio ao problematizarem as seguintes questões: o papel da universidade na sociedade, a concepção de um curso de Bacharelado em Turismo, a formação do Bacharel em Turismo, objetivos do estágio curricular, principais competências a desenvolver, bem como alguns dos posicionamentos teóricos em relação a cada um destes aspectos, procurando vislumbrar possíveis alternativas da prática docente.

O trabalho das autoras supracitadas contribuiu para o caminho metodológico adotado para esta pesquisa. Hallal *et al* realizaram pesquisa exploratória, levantamento bibliográfico e pesquisa documental nos relatórios de estágios dos alunos de graduação em Turismo da Universidade Federal de Pelotas no 1º semestre de 2014.

A análise documental foi realizada buscando identificar informações factuais nos documentos a partir de questões de interesse. Observam, no artigo, que o estágio supervisionado tem por finalidade preparar o educando para o mercado de trabalho. Para as autoras o próprio conhecimento adquirido deve ser confrontado com a realidade verificando-se até que ponto se pode explicar e interpretar a realidade.

Ainda segundo elas sobre o treinamento adequado em estágio, há carência de orientação dos trabalhos bem como de treinamento prévio a fim de preparar os estagiários para executar as tarefas, fato que não promove

questionamento por parte do aluno, ou seja, não desperta um olhar crítico da realidade vivida.

O objetivo da pesquisa foi analisar o turismo sob a ótica da educação. Foram encontrados vários problemas como limitações na oferta de programas de estágio para formação específica e ainda estágios que não estão de acordo com a mão-de-obra que o mercado necessita. Sabe-se que o profissional desse ramo é multidisciplinar e, portanto, deve dominar diversas técnicas. Assim além de se ter um profissional que saiba se adequar às demandas também tem de adquirir conhecimentos específicos que muitas vezes em seu espaço geográfico não estão disponíveis por diversas razões.

É fato facilmente observado que há necessidade de se compreender o turismo como um todo, identificar os componentes desse sistema de acordo com seus níveis, e entender como acontecem os processos entre eles.

Aranha e Rocha (2014) discutem sobre o Ensino do Turismo nas Universidades, a realidade, os desafios e tendências. É mostrada a importância de se entender o funcionamento do turismo e os efeitos positivos e negativos que esta atividade pode ocasionar em âmbitos como: econômico, social, cultural, ambiental e político.

Como razão de entrave do crescimento do turismo as autoras afirmam que a mesma advém da falta de harmonia entre mercado, ensino e setor público.

Em um estudo realizado sobre a qualidade dos serviços ofertados no CAT Aeroporto da Empresa Estadual do Amazonas – AMAZONASTUR, Pinheiro (2014) focou em dois fatores: o conteúdo da informação e a forma como eram transmitidas e entendidas. Pinheiro buscou analisar de que forma poderia ser melhorada a qualidade dos serviços ofertados nos CATs visando a satisfação do turista.

Os objetivos da pesquisa eram: salientar a importância da receptividade aos turistas visitantes de Manaus; observar os principais problemas existentes nos CATs que dificultavam a execução de um atendimento satisfatório; e por fim ressaltar a relevância do idioma para a aplicação da qualidade no atendimento aos turistas. A abordagem da pesquisa foi qualitativa e quantitativa.

A coleta de dados se deu por aplicação de questionário com perguntas fechadas aplicados tanto aos atendentes quanto aos turistas a fim de avaliar o nível de atendimento e a qualidade dos serviços. Não houve amostra composta

por turistas internacionais. As variáveis utilizadas para avaliação dos atendentes foram sexo, idade, área de formação acadêmica, idiomas falados, existência de treinamentos, dificuldades do CAT, informações mais buscadas, existência de banco de dados de informações.

Os resultados dessa pesquisa demonstraram que, de modo geral, há a necessidade de treinamentos específicos dos atendentes que trabalham nos CATs (para conhecimento dos atrativos turísticos, setores de serviços, melhoria na fala de idiomas), bem como a necessidade de disponibilizar materiais impressos atualizados e em maior quantidade (para isso sugeriu-se parceria com empresas turísticas), ampliação do espaço físico e outra localização (para melhor visibilidade) e uso de aparelho tecnológicos.

Guimarães (2005) também buscou investigar sobre o atendimento realizado no CAT da AMAZONASTUR localizado no Aeroporto Internacional Eduardo Gomes, porém sob uma outra perspectiva, a da Semiótica. Neste estudo questionou como estabelecer a comunicação efetiva nos ambientes onde se realiza a atividade turística, pois após observações deduziu a falta de estrutura turística-comunicacional.

O objetivo era fomentar a aplicabilidade de recursos de comunicação gráfico-visual no CAT como parte complementar do serviço de informações turísticas para facilitar a apreciação e assimilação sensorial e pragmática de informações. A metodologia aplicada foi a qualitativa-quantitativa.

O autor observou o processo informacional de atendimento diretamente e realizou-se entrevista semiestruturada com os estagiários que atendiam no local. Aplicou também formulários com turistas para confirmar a necessidade de estruturação no ambiente e nos materiais gráficos originais. As variáveis analisadas foram: faixa etária da maioria do público atendido (25-45 anos de idade); proporção de gênero; origem dos pesquisados (cultura); Informações frequentemente solicitadas.

Os resultados dessa pesquisa apontam para o uso de pictogramas, os quais cumprem com a necessidade de comunicar a todos os públicos. A informação se processa em tempo real vencendo barreiras linguísticas e criando meios para transmitir a mensagem codificada que chega de forma objetiva ao turista quase totalmente livre de ruídos.

Percebe-se que estudos anteriores já identificavam problemas dos CATs em Manaus que possuem atendimento similar, tanto na esfera estadual quanto municipal, e partindo-se dos resultados dessas investigações é que neste trabalho se dá sequência a fim de se contribuir para alcance de significativas mudanças positivas na prestação do serviço e cumprimento da missão do CAT.

Elegendo o processo de comunicação de elevada importância para o processo de formação do estagiário no campo de trabalho, no próximo subtítulo tratamos do processo de comunicação e seus elementos, bem como os conceitos que nortearam a investigação a fim de se tornar possível a avaliação dos resultados obtidos a partir das ações de preparação do elemento humano.

A seguir apresenta-se a distribuição dos CATs em Manaus, seus gestores e dificuldades de contratação de recursos humanos para estes espaços.

1.3 O CAT E O ESTÁGIO EM MANAUS

Em Manaus os CATs estão distribuídos da seguinte maneira: pela esfera municipal por meio da Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Evento – MANAUSCULT, que por esta parte atualmente observa-se estar em funcionamento o CAT Mercado e o CAT Porto. Já pela esfera estadual, pela Empresa Estadual de Turismo – AMAZONASTUR, o CAT Centro e o CAT Aeroporto, todos em atividade contínua. Em tempo de receptivos de cruzeiros e/ou realização de grandes eventos na cidade aumenta-se o número de CATs alocando-os em lugares estratégicos e de fluxo intenso de turistas como no centro de convenções e rodoviária.

Estes espaços também são usados por estas instituições para levantamento do fluxo turístico e demanda, identificando a origem dos turistas, qual a informação buscada e sua satisfação quanto ao serviço. Assim contribuem para a organização e planejamento do turismo nos âmbitos estadual e municipal. Os CATs proporcionam a oportunidade de aquisição do conhecimento aprofundado sobre a operação do turismo na cidade, bem como o exercício das atividades relacionadas ao atendimento nacional e internacional.

Durante os primeiros 12 meses de estágio na MANAUSCULT constatou-se a carência de processos preparatórios para ingressar e para desenvolver atividades no local. Para admissão dos estagiários, apenas foi feita uma

entrevista superficial para constatar a fluência do entrevistado e informações que constam no currículo do mesmo. Da admissão da pesquisadora ao término do período de 12 meses corridos foi realizado apenas um evento na semana do estagiário, no mês de agosto, e visitas paulatinas do coordenador de estágio no CAT Mercado para reposição de material promocional solicitado pelos estagiários.

Em Manaus, percebe-se que o turismo ainda tem muito a evoluir, as ofertas de estágio não se apresentam em grande quantidade e os locais que as ofertam não conseguem pessoas minimamente qualificadas para o básico, como falar uma segunda língua em nível intermediário e atender a um curso na área de estudo, bem como dominar as várias técnicas gerais usadas em diversos setores de atividades econômicas. Assim aqueles que ofertam estágio acabam por ter de contratar educandos de outras áreas de estudo.

1.4 O MERCADO MUNICIPAL ADOLPHO LISBOA E O CAT

O Mercado Municipal Adolpho Lisboa é um dos ícones de referencial histórico na cidade de Manaus. Segundo Souza (2013):

A Evolução de Manaus e o aumento da população, nos idos de 1855, concorreram para a criação da “Ribeira dos Comestíveis”, sob a égide do Vice-Presidente da Província o Bacharel Manoel Gomes Correa de Miranda, que a instalou nas proximidades do local onde posteriormente foi edificado o primeiro Mercado Municipal. [...]. Alguns anos depois, nova construção foi edificada às margens do Rio Negro, à Rua dos Barés, antigo Bairro dos Remédios. [...]. No decorrer de 1890, face ao crescimento da cidade, o mercado sofreu ampliação com a construção de dois galpões iguais e abertos, nas laterais, com a estrutura de madeira e recobertos com telhas de zinco. Poucos anos depois o Mercado Público não mais dispunha de condições higiênicas necessárias ao estabelecimento dessa natureza e o Sr. Intendente Municipal da Capital, determinou por ordem verbal ao engenheiro municipal interino, Dr. João Carlos Antony para que fizesse uma perícia naquele estabelecimento e as conclusões apontadas pelo referido engenheiro são as seguintes: “achei este edifício em estado lastimoso, quer pelo lado de conservação quer pelo lado de higiene[...]” (SOUZA, 2013, p.1).

O Mercado sofreu reformas ao longo dos anos. A última durou 6 anos datando sua reinauguração de outubro de 2013. De acordo com a Secretaria de Comunicação Municipal (2013) a Fundação Municipal de Cultura, Turismo e

Eventos – MANAUSCULT em parceria com a Secretaria Municipal do Centro - SEMC inaugurou no local o CAT em novembro de 2013, um mês após a reinauguração do Mercado. A seguir as figuras 2 e 3 mostram respectivamente o mercado e o CAT, locais da pesquisa.



Fig. 2 – Mercado Municipal Adolpho Lisboa
(Fonte: A autora)



Fig. 3 – CAT Mercado
(Fonte: A autora)

O atendimento neste CAT consiste nas seguintes etapas:

- 1) Pergunta elaborada pelo turista (geralmente sobre lugares, passeios e transporte/ônibus)
- 2) Resposta falada do atendente, sendo às vezes escrita.
- 3) Cessão de material promocional impresso.
- 4) Outras perguntas feitas pelo turista derivadas do material escrito.
- 5) Resposta do atendente, geralmente falada.
- 6) Preenchimento de formulário de avaliação do atendimento.

Quando necessário pesquisar a informação, o atendente a executa em celular ou notebook, sendo esses pessoais.

A temperatura ambiente é a natural e um ventilador alocado no lado esquerdo do balcão é usado para amenizá-la. O espaço para movimentação dentro do balcão é pequeno (< 4 m²) e das 3 cadeiras somente uma possui acolchoamento e não são reguláveis. O balcão de atendimento é usado para guardar o material impresso e os pertences dos atendentes. Um molho de chaves é compartilhado e deixado nas gavetas do balcão ao término das atividades diárias. Atualmente uma estagiária possui a chave da área onde está alocado o bebedouro, sendo ela do turno matutino. Em dias de chuva forte o balcão fica molhado e a água no chão adentra o CAT, e nessas situações o

atendimento acontece pela parte externa do balcão ou em áreas próximas do mesmo.

O material promocional impresso a ser distribuído tem atendido grande parte das solicitações dos turistas, porém geralmente é necessário fazer a combinação de materiais. Os mesmos também têm sido fornecidos em frequências desregradas e somente nos idiomas inglês e português, por vezes em espanhol. A água fornecida para consumo também é repostada sem frequência determinada. Recentemente mudou-se o local do bebedouro e a água tem sido compartilhada entre atendentes, seguranças do mercado e policiais militares. O material de limpeza do balcão se constitui de álcool e papel toalha. Geralmente o balcão fica sujo com muita poeira e sujeira de pombo.

O material promocional, a água e o material de limpeza são repostos quando os atendentes informam ao coordenador que já estão se esgotando.

Os sete (07) atendentes atuais são acadêmicos do curso de Turismo, sendo quatro (04) da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e os outros três de Instituições privadas que oferecem o curso de bacharelado em Turismo, em Manaus. É importante frisar que estudantes de cursos como relações internacionais e administração também já compuseram o quadro de atendentes. A maioria desses apresenta faixa etária entre 17 e 25 anos e fala uma segunda língua em nível intermediário.

Há uma necessidade de conhecimento sobre as culturas que mais visitam a cidade por parte dos atendentes, que diante do diferente/inusitado acaba por se perder no processo de comunicação, por vezes causando ruídos.

Além de atender os turistas, pessoas que passam ou vão para o Mercado também solicitam ajuda como localizar determinado box, caixa 24 horas e serviços como de loteria, PAC, banco, armarinho, pet shop, entre outros. Nos minutos vagos os atendentes estudam, leem jornais, fazem pesquisas pelo próprio celular ou notebook.

O atendente enquanto no CAT interage com diversos tipos de pessoas, ou seja, desde pessoas com alto grau de educação a pessoas com mínimo.

São exemplos de situações que advém do ambiente:

- Observar a venda de produtos efetuada por ambulantes como meias, cintos, DVDs, celulares e joias, comida e outros.

- Interagir com pessoas que possuem distúrbios mentais que por vezes não estão acompanhadas.
- Presenciar a apreensão de meliantes executada pela polícia
- Observar a apresentação de passeios realizadas por guias contratados por agências de viagens e representantes de cooperativas, que por vezes convidam os turistas para conhecerem mais sobre suas ofertas.

Em dias de receptivo de navios efetua-se trabalho integrado com a polícia turística – POLITUR auxiliando com interpretação e tradução, cessão de água e, por vezes, material impresso.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

2.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada no CAT Mercado pertencente à Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Evento – MANAUSCULT. As observações da pesquisa iniciaram desde janeiro de 2015, sendo principiada a estrutura do projeto em 2015/2, apresentado e aprovado em 2016/1. O workshop para treinamento aconteceu em 25 de maio de 2016, sendo este sugerido e elaborado pela pesquisadora que era estagiária atuante no CAT Mercado, e a ideia de intervenção partiu das observações realizadas pela mesma. A coordenação do evento foi executada pela pesquisadora e o coordenador do estágio trabalhando-se conjuntamente.

A investigação é qualitativa e quanto aos objetivos exploratória, pois apresenta novas ideias acerca do problema. A mesma buscou analisar de forma holística e detalhada a relação do processo de comunicação com a qualidade do atendimento na atual realidade do CAT, as causas e efeitos sendo verificadas em forma de hipóteses.

Quanto as bases lógicas da investigação o método utilizado é o hipotético-dedutivo que de acordo com Kaplan (1972, p.12) apud GIL (2008, p.12):

[...]o cientista, através de uma combinação de observação cuidadosa, hábeis antecipações e intuição científica, alcança um conjunto de postulados que governam os fenômenos pelos quais está interessado, daí deduz ele as consequências por meio de experimentação e, dessa maneira, refuta os postulados, substituindo-os, quando necessário, por outros, e assim prossegue. (KAPLAN, 1972, p.12 apud GIL, 2008, p. 12).

Quanto aos meios técnicos seguiu o método experimental, o qual de acordo com Gil (1999) consiste na submissão dos objetos de estudo à influência de determinadas variáveis, de conhecimento do investigador e em condições controladas, para observação dos efeitos que cada variável produz no objeto. Sendo assim, esse método se mostra aplicável como meio técnico de investigação dos resultados gerados no processo de comunicação a ser desenvolvido nos CATS.

Em segundo lugar ela também se apresenta como uma pesquisa quase experimental antes-depois pois se realizou comparação do comportamento do grupo investigado antes e depois de determinado tratamento, o treinamento.

A pesquisa pode ser considerada bibliográfica pois os dados coletados foram interpretados à luz da mesma.

2.2 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTOS

Por se tratar de conhecer melhor a opinião dos componentes do grupo observado sobre determinados tópicos e com a finalidade de conhecer melhor o grupo de estagiários, se efetuou entrevista face a face com perguntas abertas. A entrevista foi conduzida pela pesquisadora que antes de efetuar pesquisou sobre o posicionamento do entrevistador a fim de evitar qualquer influência sobre as respostas. Em um dia realizou-se pesquisa com um estagiário da manhã e outro da tarde, sendo eles voluntários da investigação. As entrevistas foram transcritas e confrontadas com a revisão da literatura.

O registro da observação, participante natural e sistemática, foi executado por tomada de notas em diário de campo e imagens. Para se avaliar os dados derivados da observação foi usado formulário de avaliação de desempenho (adaptado de Universidade Federal de Campina Grande - UFCG) com variáveis graduadas elaborada pela pesquisadora para a realidade do CAT, o qual foi utilizado antes e depois do treinamento realizado com os estagiários a fim de se verificar e medir as mudanças no comportamento dos mesmos ao atender e se comunicar com os turistas.

As variáveis utilizadas na avaliação de desempenho foram:

- Compreensão do turismo no Amazonas e em Manaus
- Domínio de tecnologia de busca
- Domínio de conhecimentos básicos (atrativos, serviços, outros)
- Sensibilidade
- Entusiasmo
- Curiosidade
- Comunicação
- Domínio da língua estrangeira

Sendo as mesmas graduadas e correspondendo a um índice composto pela soma das graduações.

Muito boa/ Elevado(a)/Avançada = 9-10 Boa/Médio(a) = 6-8
Regular/Baixa/Básica = 4-5 Insuficiente = 0-3

Gil (2008) afirma:

[...] o que se procura na interpretação é a obtenção de um sentido mais amplo para os dados analisados, o que se faz mediante sua ligação com conhecimentos disponíveis, derivados principalmente de teorias. Ligação essa que precisa estabelecer-se de forma harmônica. (GIL, 2008, p. 178)

Baseando-se nas afirmações acima referidas a análise e interpretação de dados nesta pesquisa se deu de forma qualitativa, com base no referencial teórico para o estabelecimento de generalizações empíricas e sistemas de relações entre proposições. Assim confrontou-se teoria e fatos da realidade observada.

A amostragem foi buscada por acessibilidade ou conveniência que pode ser considerada de comportamento e temporal, que segundo Gil (2008):

A amostragem de comportamentos, por fim, requer a observação de um grupo num determinado contexto por inteiro. Em determinado período ocorre um comportamento particular e sua ocorrência é registrada com observações a respeito dos indivíduos. Este tipo de amostragem pode assumir duas formas: registro contínuo e amostragem temporal. No registro contínuo procura-se elaborar um registro rigoroso da frequência e duração de comportamentos específicos. Na amostragem temporal, as observações são registradas periodicamente, sendo que os momentos de amostragem são selecionados aleatoriamente. O registro contínuo tem como vantagem o fato de permitir que os elementos sejam medidos com precisão, embora se torne uma atividade pesada para o pesquisador. Já na amostragem temporal, como a observação é realizada apenas intermitentemente, reduz-se a carga de trabalho do pesquisador. (GIL, 2008, p. 107).

Os dois (02) participantes da pesquisa foram voluntários dos turnos matutino e vespertino (um da manhã e um da tarde), tempo de trabalho no CAT (um com mais de 1 ano e outro com menos de 6 meses).

Entendeu-se a seguinte relação dentre as variáveis, entre as quais aquelas que recebem setas são influenciadas por aquelas de onde partem as setas:

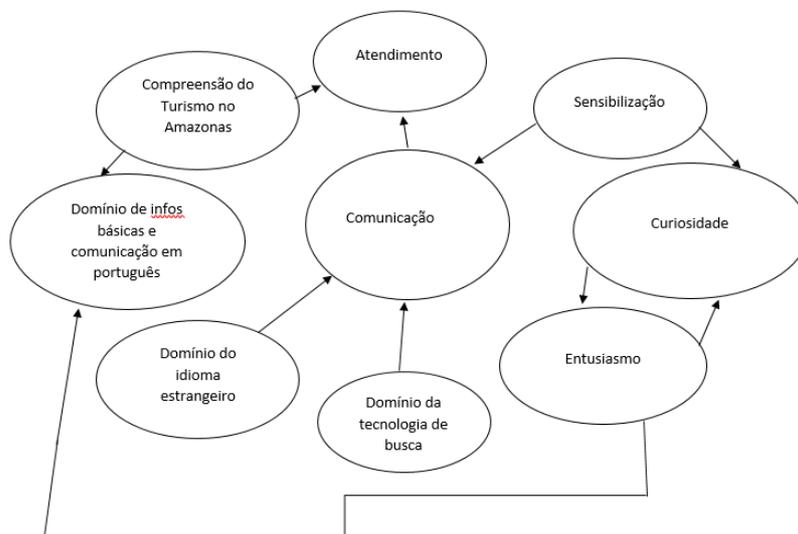


Fig. 4 – Diagrama de influências das variáveis
(Fonte: elaborado pela autora)

Em estudo anteriormente realizado sobre semiótica afirmou-se que é possível se comunicar com quem não fala qualquer das línguas dominadas na fala pelos atendentes/estagiários com o uso de pictogramas, sendo a comunicação em tempo real e com ruído quase zero, baseado nisso realizou-se com 1 dos estagiários voluntários, antes do treinamento, o seguinte teste: Imprimiu-se em folhas A4 os pictogramas e afixou-se no vidro do balcão do CAT, assim tanto o estagiário quanto o turista tinham boa visualização.

Ao chegar-se um turista sorrindo e olhando o material rapidamente como se não fosse servir a ele, e após o estagiário sorrir e falar boa tarde em espanhol e em inglês, e o turista balançar a cabeça com expressão de que não compreendia e não falava qualquer desses idiomas, o atendente por hora não soube de imediato como reagir apenas demonstrou prontidão, então lembrou-se e chamou o turista acenando com a mão e mostrou-lhe os pictogramas. O turista sorriu e fez uma expressão facial de surpresa como se finalmente alguém o entenderia. Ele por um tempo visualizou os pictogramas e apontou para um deles com expressão de quem diz “onde?” O pictograma se referia a uma praia e

sabendo o estagiário que disponibilizava de um material impresso com pictogramas e de praias (MAPA ANAVILHANAS) rapidamente mostrou ao turista que sorriu e balançava a cabeça com ar de grande satisfação. Olhou o material com atenção e pediu mais um fazendo gesto, apertou a mão do estagiário sorrindo como quem está grato e foi embora. A seguir apresenta-se o modelo de pictogramas utilizados bem como o mapa acima citado.

 Church / Igreja	 Museum / Museu	 Theater / Teatro	 Stadium / Estádio
 Hotel / Hotel	 Restaurant / Restaurante	 Bank / banco	 Post Office / Correo
 Taxi / Taxi	 Bus / ônibus Bus Station / Estação	 Harbor / Porto Hidroviário	 Airport / Aeroporto

Fig. 5 – Modelo de Folha com pictogramas (Fonte: A autora)

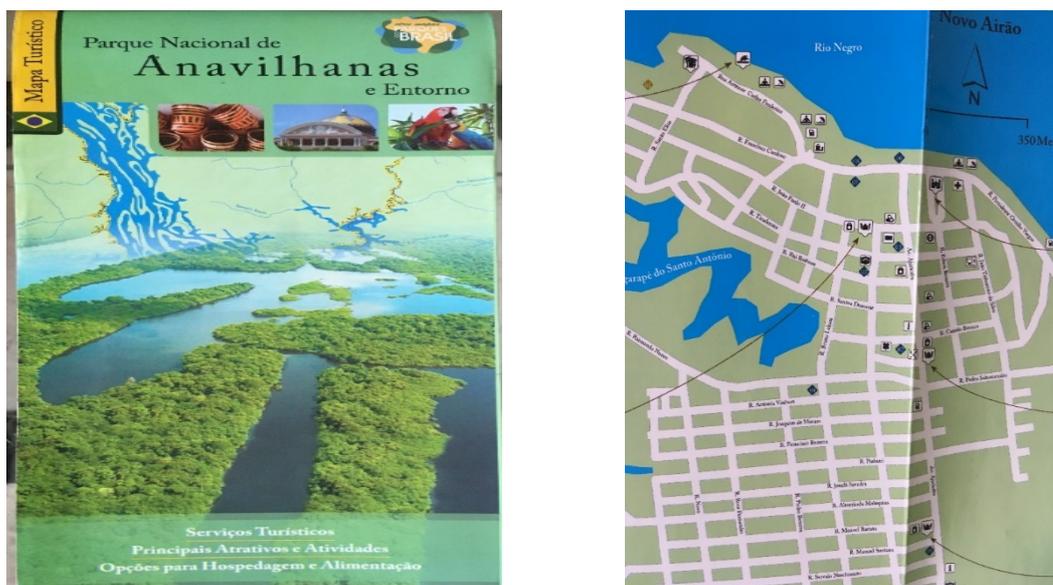


Fig. 6 – Mapa Anavilhanas (Fonte: ICMBio, 2011)

Percebeu-se que o estagiário precisava de mudanças em seu comportamento ao atender nessas condições, pois se perdia com frequência. Assim propôs-se um treinamento inicial para se verificar posteriormente o

comportamento dos estagiários, e em especial daquele que participou dos testes com uso de pictogramas.

O evento (treinamento)

O evento foi realizado em 25 de maio de 2016 no Café Teatro. O mesmo foi aberto à comunidade acadêmica interessada em saber mais sobre o estágio no CAT e buscar qualificar-se para o atendimento aos turistas pois em agosto do mesmo ano iniciariam as Olimpíadas 2016.

Em primeira etapa houve o credenciamento daqueles que antecipadamente se inscreveram. Iniciamos o trabalho contando a História do Mercado Municipal Adolpho Lisboa, em seguida, um permissionário (trabalhador atuante nas vendas e proprietário de um box no Mercado) expôs as suas impressões enquanto permissionário e como se relacionam com os turistas. A moderadora do evento então equilibrou as apresentações e cedeu a palavra aos interessados em fazer questionamentos. Com as repostas vieram discussões a respeito do material impresso (mapa), que para muitos conhecedores desse era um material desatualizado e que confundia muitos turistas na hora de usá-lo.

Após um momento de discussão e críticas às condições do CAT Mercado por parte de estagiários egressos e exposição de opinião de alguns que ainda se encontravam estagiando, seguiu-se por fim para uma dinâmica de apresentação e realização da oficina de atendimento ao turista. Essa oficina apresentou informações sobre o Turismo no Estado do Amazonas como alternativa econômica sustentável, listando-se áreas da ciência relacionadas a esse, expondo-se o turismo em cenário mundial e na América do Sul, países emissores de turista para o estado do Amazonas, estados do Brasil emissores de turistas para o Amazonas, polos turísticos do estado, seguimentos turísticos, condições necessárias para o desenvolvimento do turismo, benefícios que o turismo oferece, conquistas do turismo no Amazonas, fragilidades do turismo no Amazonas, oportunidades do turismo no Amazonas, etapas para o atendimento de excelência.

Em seguida o público foi dividido em 6 grupos com total de 33 participantes pois muitos tiveram de deixar o evento no seu decorrer. Foram os participantes levados a realizar uma análise SWOT (forças, fraquezas,

oportunidades e ameaças) baseados no que foi discutido e direcionados por uma folha que norteava, com perguntas referentes a cada análise. Após elaboraram matrizes de sugestões para melhoria, sendo os estagiários que ainda trabalhavam no local ouvidos com muita atenção, fato que produziu o sentimento de finalmente serem ouvidos. Os resultados da matriz de responsabilidade criada tanto sobre o Mercado quanto o CAT e estagiários foram: problemas, soluções, oportunidades, envolvidos e prazos, como seguem.

3 RESULTADOS

O teste com pictogramas foi realizado no período de duas semanas com 8 turistas estrangeiros não falantes de inglês, francês, espanhol ou português, dos quais 5 apresentaram resposta similar à que foi descrita anteriormente. Outros pareciam não ter paciência ou tempo e por isso desistiam de tentar se comunicar não iniciando qualquer processo de comunicação mais aprofundado.

Teste com pictogramas – abril / maio 2016		
Atendentes participantes	Turistas estrangeiros participantes	Turistas alcançados
1	8	5

Fonte: A autora, 2016.

No CAT Mercado faz-se uso de material impresso que contém imagens que certamente trazem a ideia evocada, entretanto a falta de organização, já que se trata de conjuntos lógicos e, portanto, seguem uma sequência acabam por confundir o turista, como é o caso do mapa distribuído na copa de 2014 que não apresentava escala, mas apenas uma noção do que se tinha para visitar no centro da cidade. Assim o turista não sabia qual a distância iria percorrer, ou tempo que levaria, e até mesmo as coordenadas norte/sul/leste/oeste não se apresentavam, ou seja, não havia qualquer referencial.

Para que o turista recebesse ajuda se concentrava esforço por parte do atendente/estagiário que procurava meios para explicar. Partindo-se então de que o atendente exercia grande influência como fonte de informação, fazia-se mister a preparação do mesmo. O quadro de atendentes apresentava-se seguinte maneira:

Quadro de Atendentes		
Nº Atendentes/IES	Faixa etária	Entrevistados
04 UEA	17 – 25 anos	1 atendente da manhã
03 Outras IES Privadas	17 – 25 anos	1 atendente tarde

Fonte: A autora, 2016.

Os estagiários do CAT falam ao menos uma segunda língua os quais baseando-se nos conceitos propostos pelo QECR podem ser nivelados em sua maioria entre A1 e B1.

Os participantes da entrevista quando questionados sobre tempo de trabalho no CAT afirmaram 5 meses e outro quase 2 anos.

Ambos afirmaram que é relevante o conhecimento da história do Mercado trabalhando no CAT pois eram constantemente questionados sobre a mesma.

Na opinião deles as linguagens atualmente mais usadas no Centro de atendimento ao turista do Mercado Adolpho Lisboa são gestos, imagens do guia turístico e fala.

Os mesmos acreditam ser possível a melhoria da comunicação entre atendente (estagiário) e turista nos CATs por meio de cursos de capacitação e tecnologia para pesquisa.

Quando questionados se um turista que não fala seu idioma vem ao CAT lhe solicitar alguma ajuda o que faziam para se comunicar e como você tinham certeza das mensagens trocadas entre eles, disseram que tentam vincular imagens a gestos e mediante os gestos expressões faciais que faziam os turistas é que sabiam sobre o resultado do processo.

Na opinião deles é importante conhecer os povos (culturas) que mais visitam Manaus sabem o que oferecer ou não, quais gestos fazer e não fazer durante o atendimento.

Questionados sobre como era possível saber quais povos mais visitam a sua cidade eles citaram a folha de registro dos atendimentos na qual é citada a origem do turista.

Como critério para responder a um turista que pergunta o que se pode fazer em Manaus eles perguntam quais os locais que já visitaram e que tipo de atividades gostam e assim seguem para o uso do guia impresso.

Eles afirmaram obter as informações fornecidas nos materiais impressos e se estas não estão disponíveis eles ligam do celular de uso próprio para seu coordenador de estágio que lhes fornece a informação. Mas se este está impossibilitado de atendê-los dizem ao turista que não há como ajuda-los.

Questionados se lembravam de alguma vez em que atenderam pessoas com deficiência física e/ou idosos eles disseram que com deficiência não, mas idosos muitos pois são os que mais chegam a Manaus por meio dos cruzeiros. Disseram que é preciso ser paciente.

Informaram que a rotina de trabalho no CAT Mercado é mais intensa em época de receptivos de navios, quando atendem muitos idosos europeus (ingleses e alemães). Os adultos que vem nos navios questionam opções para atividades na selva. Em épocas de baixa temporada atendem mais brasileiros (Paulistas e cariocas) que pedem mais atividades na própria cidade.

Eles descrevem o ambiente de trabalho no CAT Mercado atualmente como seguro quando a Polícia turística ou os seguranças do Mercado se encontram no local, quando não se encontram é preciso ser mais atento. O local também é quente, as cadeiras são desconfortáveis, o ambiente precisa ser constantemente higienizado, e o espaço é apertado, há falta infraestrutura adequada. A comunicação com a administração do Mercado está em harmonia.

Na opinião deles nem todo material impresso disponível ajuda em 100% no atendimento, pois uns estão desatualizados.

As condições de trabalho os motivam a trabalhar em parte pois cumprem 5 horas diárias e o salário é bom e não são cobrados constantemente, porém as condições de trabalho precisam melhorar.

Como sugestão de melhoria os estagiários voluntários da investigação afirmaram a tecnologia para pesquisa (computador com bom processador e internet veloz), se possível um telefone para contatar empresas do trade como agências de viagens. Troca de cadeiras por unidades mais ergonômicas, adição de outro ventilador caso ficassem no mesmo local.

É possível constatar que grande parte dos atendentes/aprendizes buscam cumprir com sua função de atendente de CAT, entretanto os mesmos apresentam falta de conhecimento do plano de atividades de estágio e já sufocados com os afazeres e atividades de seu dia-a-dia, bem como por vezes

há falta de recurso financeiro, acabam por deixar a calorosa vontade inicial de aprender e passa-se a um estado de comodismo.

Formulário de avaliação de desempenho

Antes do treinamento os estagiários apresentaram conhecimento de turismo mediano e baixo sobre o próprio estado, (conforme apêndice), sendo estreita a visão. Por outro lado, possuem bom domínio de tecnologia de busca como celulares. Um apresentou conhecimento médio sobre os atrativos e serviços e o outro conhecimento muito bom, porém limitado sobre determinados conhecimentos específicos que podem ser verificados por ligações e pesquisa na internet.

Um deles apresentou baixo nível de sensibilidade em relação ao atendimento ao turista e a outra sensibilidade mediana. Ambos apresentavam baixo entusiasmo ao atender, mas boa vontade em servir. Um apresentou baixa curiosidade e outro nível mediano. Ambos apresentaram bom nível de comunicação em português, no idioma estrangeiro um apresentou básico domínio e outro mediano.

Evento (treinamento)

No evento, os problemas encontrados foram: Sinalização, acessibilidade, capacitação (limitada quanto à língua estrangeira), infraestrutura, falta de segurança com a ausência dos seguranças e policiais, marketing local fraco, ausência de conhecimento da população, informações turísticas em material impresso desatualizadas, fraco compartilhamento de informações da coordenação do CAT em relação a cursos de capacitação em parceria com a Escola de Serviço Público Municipais e Inclusão Socioeducacional – ESPI, dificuldades de acesso à informação (sendo necessário por vezes locomoção pois o CAT não dispõe de telefone), falta de cursos/palestras/workshops de capacitação (treinamento), falta de conhecimento da própria cultura.

As soluções encontradas foram: Sinalização em pontos, reforma do piso tátil, cursos em parceria com Escolas/Universidades, revisão de planejamento de estrutura do CAT, reforço no policiamento e na equipe de segurança do

Mercado convidando e treinando alguns permissionários para compor o quadro (semelhante à brigada de incêndio), revisão do planejamento de marketing de Manaus, ambiente bem estruturado com acesso à internet e criação de aplicativo de celular direcionado às informações turísticas, projetos para educação da população promovidos pelas universidades para recepção do turista, maior frequência na comunicação entre coordenação de estágio e estagiários (Reuniões e rotatividades entre CAT e Sede), telefone para o CAT, treinamento.

Como oportunidade apresentou-se: Treinamento integrado entre polícia, seguranças e permissionários, os jogos olímpicos, valorização cultural, parcerias, melhoria da qualidade dos serviços, maior promoção de informação, mais comunicação e unidade, mais vendas de produtos e serviços turísticos no destino, facilidade de comunicação, mais interação entre comunidade acadêmica e órgãos municipais.

Como envolvidos no desenvolvimento de tais atividades teve-se: Governo do Estado e Município por meio das Secretarias, iniciativa privada, Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, Instituições de Ensino Superior - IES, escolas de idiomas, Secretaria de Segurança Pública – Seseg, Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan.

Como delimitação de tempo apresentou-se: Curto, médio e longo prazo. Com relação ao evento, este foi muito bem avaliado pela grande maioria sendo solicitadas outras edições. A jornada pela maioria foi considerada pontual, Espaço físico agradável, ótima metodologia e excelente cumprimento dos objetivos.

Pós-evento

Os resultados encontrados nessa investigação foram notáveis. Ambos estagiários voluntários da pesquisa apresentaram elevado nível de entusiasmo, curiosidade e sensibilidade em relação ao atendimento turístico. Observou-se esse resultado não somente por parte dos dois estagiários voluntários da pesquisa, mas também os outros colegas.

Os estagiários apresentaram um novo comportamento diante do turista sendo mais empáticos, atentos, respondendo com firmeza as perguntas sobre a

história do Mercado Municipal bem como sobre os atrativos turísticos da cidade e demonstrando mais entusiasmo.

Por vezes por não dispor de tecnologia digitais para pesquisa mais ampla é que se encontravam impossibilitados de responder a outras questões advindas das informações já prestadas.

Percebeu-se maior vontade nos atendentes de pesquisar sobre a própria história, sobre os serviços disponíveis que eles gostariam de pagar para ter, atitude não notada antes. Planejamento por parte deles nas suas próprias atividades.

4 DISCUSSÃO

As pesquisas anteriormente realizadas e consideradas para composição da revisão bibliográfica trouxeram outros questionamentos como: como se comunicar com quem não fala qualquer das línguas parcialmente dominadas pelos atendentes/estagiários?

À luz dos autores estudados e das práticas formativas acima descritas percebe-se de fato a comunicação de ideias de forma ágil e universal mediante o uso de símbolos, porém é necessário atentar para peculiaridades culturais, sendo exemplo o fato de que orientais comem com *hashi* logo o pictograma de restaurante que apresenta um prato e garfo e faca já não transmite a ideia desejada na mesma velocidade que faz a uma pessoa ocidental, a qual faz uso desses itens e, portanto, imediatamente compreende a ideia transmitida em razão de o turista visualizar a ideia final para formar imagens mentais.

O estágio, de fato, possibilita o confronto teoria e prática. Nesse sentido buscou-se adquirir conhecimento sobre a comunicação e suas variáveis bem como as variáveis de um processo maior de desenvolvimento pessoal e profissional dos estagiários enquanto aprendizes.

Para alguns chega-se ao desinteresse, assim o que era para ser um espaço produtivo de confrontos entre teoria e prática, com aprendizagem significativa e formativa, passa a ser um lugar de monotonia. Nesse contexto o estágio não possibilita uma visão crítica da realidade, portanto, se reduz a apenas um cumprimento de requisito.

Por meio de observações, tomada de notas (diário de campo) e imagens, bem como baseando-se nos conteúdos já estudados, elaborou-se formulário de avaliação de desempenho para avaliação de conhecimento e comportamento, meio de verificação utilizado tanto antes quanto depois de qualquer ação para modificação do comportamento dos atendentes (treinamento). A fim de conhecer melhor a visão dos estagiários realizou-se entrevista com dois deles e percebeu-se que a aquisição de mais conhecimento aprofundado por parte dos atendentes em relação ao atendimento se fazia necessária mesmo tendo mais de um ano de experiência no desempenho da função.

A programação de treinamento de estagiários esteve diretamente relacionada às necessidades básicas e informações fundamentais, tendo em vista todo o contexto do ambiente e as características e condições dos recursos humanos, a mudança de comportamento e outros possíveis resultados. Tal formação criou situações de reflexão capazes de maior envolvimento dos sujeitos na construção de significados. Essa construção de significados é que faz com que a pessoa trabalhada venha mudar suas atitudes diante da realidade percebida.

Observadas diversas vezes que os turistas faziam perguntas aos atendentes/estagiários sobre história do Mercado, de Manaus e do Estado do Amazonas, decidiu-se então inserir na programação de treinamento esse assunto a fim de prepara-los para tais questionamentos. Além disso, os estagiários receberiam informações específicas sobre atendimento e por fim fariam avaliação do CAT concentrando sua atenção de forma geral e específica.

Ao término das análises foram levados a fazer sugestões, indiretamente a si mesmos, de forma a analisar seu próprio comportamento, suas atitudes e implementar as informações sobre atendimento recebidas. O evento foi realizado com sucesso por meio de workshop aberto também à comunidade acadêmica a fim de que outros interessados em ingressar como atendentes no CAT viessem a ter conhecimento prévio. Fato que levou a instituição concedente de estágio a se aproximar da comunidade acadêmica em geral.

Após o evento de treinamento observou-se e avaliou-se os estagiários novamente mediante formulário de avaliação de desempenho e os resultados pós-evento foram notavelmente significativos na mudança de um comportamento acomodado para um comportamento atento e em busca de melhoria própria.

Firmeza e intensidade ao se responder ao “cliente”, organização e pesquisa para se repassar informações fidedignas, busca de técnicas para melhoria da comunicação e do atendimento em si, ou seja, as variáveis curiosidade, sensibilização e entusiasmo foram de fato levadas a um nível mais alto, bem como domínio de conhecimentos básicos para atendimento no CAT e compreensão do turismo no Estado do Amazonas e em Manaus.

Assim foi possível observar como efeitos compreensão básica dos conceitos e aspectos teóricos que gerou um comportamento de observação,

aprimoramento de habilidades de processo, leitura do ambiente e auto monitoria, logo, consequências positivas no desempenho dos estagiários.

Sabe-se que o profissional desse ramo é multidisciplinar e, portanto, deve dominar diversas técnicas. Assim além de se ter um profissional que saiba se adequar às demandas também tem de adquirir conhecimentos específicos que muitas vezes em seu espaço geográfico não estão disponíveis por diversas razões. Face a isso, percebe-se uma oportunidade para treinamentos futuros e mais específicos a fim de fazer com que a visão dos educandos se expanda.

Além disso é parte do quadro de metas da organização promover eventos que apoiem e produzem fomentação do conhecimento por meio de workshops, palestras, seminários, entre outros.

O Centro de Atendimento ao Turista tem a função de fornecer informações turísticas; prestar serviços de agência de viagens (reserva de serviços em estabelecimentos turísticos: meios de hospedagem, traslados, serviços de guias de turismo, reservas em show e outros eventos, dicas de atrativos turísticos); disponibilizar banheiros e disponibilizar serviços de alimentação.

O CAT Mercado possui estrutura composta apenas por um balcão-armário, com cadeiras e um ventilador. No balcão-armário são guardados os materiais informativos impressos como mapas e folhetos. Não há telefone com linha ativa, computador ou qualquer outro recurso tecnológico de comunicação. Assim é impossível cumprir com a prestação de serviços de agência de viagens.

O Mercado em seu espaço apresenta banheiros masculinos e femininos, que para uso paga-se R\$ 1,00. Neste local de visitação turística também há praças de alimentação que ofertam comidas regionais. Assim o próprio ambiente do mercado proporciona o que o CAT deveria prover ao turista.

A recuperação da informação tem como objetivo promover acesso rápido à informação por parte do usuário de acordo com seu interesse, construindo-se índices eficientes no processamento de consultas com alto desempenho e desenvolvimento de algoritmos de ranqueamento. Essa é a forma de pesquisa baseada no computador.

Baseada no usuário tem-se como objeto de estudo o comportamento deste e suas principais necessidades. O primeiro é mais focado tanto no meio acadêmico como no Mercado. Perante o exposto para se fornecer serviço ágil, dinâmico e eficiente é necessário o emprego de tecnologia de modo a se diminuir

distâncias entre o trade turístico, o CAT e o turista, promovendo-se então conhecimento mais aguçado da profissão.

Os estagiários apresentaram considerável noção de tecnologia assim estando à frente e mais preparado para essas ações de busca por informações se mostrando capazes de cuidar e manter o recurso com satisfatória manutenção considerando-se o que se tem disponível para isso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados encontrados claramente mostram a importância de se preparar continuamente o estagiário para o desempenho de sua função e combinar isto a bem planejados recursos físicos para que se tenha a combinação do imaterial com o material de forma que trabalhem em harmonia reverberando em alcance do objetivo, um atendimento de excelência com elevado nível de comunicação entre atendente e turista.

Se o estagiário não possui domínio das informações básicas necessárias para o atendimento ele se mostra incapaz de cumprir com sua função. Assim, é necessário que sejam cobrados com mais rigor sobre o aprendizado e a melhoria de fornecimento das informações pois avaliações turista-oculto não produzem qualquer efeito no comportamento da maioria, logo não há melhoria contínua.

Se o estagiário possui vasto conhecimento das informações a serem fornecidas e sabe obter novas informações, porém não domina a fala do idioma em nível no mínimo intermediário esse buscará constantemente ajuda ou simplesmente cederá material impresso e não prestará atendimento de forma a tirar dúvidas do turista que vai embora insatisfeito.

Se o estagiário não receber qualquer treinamento básico inicial para que seja sensibilizado sobre a importância de sua função e tenha motivação considerando-se que possui noção da obtenção de informações e domínio do idioma ele também não terá interesse em prestar um atendimento de qualidade representando a empresa de maneira insatisfatória.

Se não há equipamento adequado para busca de informações pode não haver atendimento de qualidade já que se recorre a ligações e mensagens ao coordenador que pode estar muito ocupado e não responder ao chamado. O ambiente de trabalho minimamente adequado não contribui para o interesse do estagiário em ficar de prontidão para o atendimento, logo não se evita a fugas intermitentes.

Se o estagiário não sabe como agir diante do turista ele é incapaz de se comunicar de maneira eficaz.

De modo geral é necessário repensar a forma de preparação do estagiário para que seja um processo contínuo e que leve a melhorias instantâneas e/ou paulatinamente.

O estudo contribuiu para a continuidade de pesquisas anteriormente realizadas a fim de se verificar a realidade sugerida. Contribuiu ainda para a obtenção de perspectiva norteadora de correções e planejamentos tanto para o coordenador de estágio quanto para o estagiário que muitas vezes inicia uma atividade sem qualquer planejamento. Por fim, contribuiu para tomada de ação para melhor posicionamento da pesquisadora.

Este trabalho limitou-se a investigar a influência dos resultados de treinamentos direcionados a fim de melhorar a comunicação com estrangeiros no ambiente turístico e acabou por revelar novas hipóteses para futuras investigações, questões como: como se comunicar com idosos e deficientes físicos (auditivos, visuais) demonstrando cortesia.

Como sugestão para outros eventos preparatórios tem-se os norteadores a seguir:

Sugestão de tópicos e quizz para treinamento básico

- Como atender um turista que:

Foi roubado?

Busca a polícia federal?

Busca carimbos colecionáveis?

Quer comprar redes?

Quer comprar botas de borracha?

Quer visitar tribos indígenas?

Quer visitar comunidades locais?

Quer ir ao encontro das águas?

Começa a reclamar do atendimento no CAT?

Quer fazer uma reclamação de um restaurante para a administração do local?

Quer saber sobre quais peixes pode levar p/ outro estado?

Quer saber a quantidade de garrafas que pode levar no avião como bagagem de mão?

- Como lidar com turistas com deficiência e idosos?

- O horário dos atrativos mudou, mas no material impresso continua o antigo, o que fazer?
- Como responder a seguinte pergunta: O que se pode fazer em Manaus?
- Simulação: Agora responda: sou um homem de 45 anos, tenho recursos financeiros e venho em um sábado à tarde perguntar o que ainda posso fazer enquanto na cidade, considerando que meu voo sai no domingo pela manhã. O que você indica?

REFERÊNCIAS

ABRAPP. Guia para modelo de avaliação de desempenho. São Paulo, SP. 2013. Disponível em: file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetoll%20REFERENCIA/livros/artigo/guia_a_valiacao_desempenho.pdf. Acesso em: 23 jan. 2016

ACEVEDO, Claudia Rosa. **Como Fazer Monografias: TCC, dissertações e Teses.** – 4. ed. Ver. Atual. São Paulo: Atlas 2013.

ARANHA, Kaline Cunha e ROCHA, Fernanda Daniela Chaves. **Reflexões acerca do ensino no curso superior de turismo: realidade, desafios e tendências.** Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, Penedo, vol. 4, n. 2, p. 67-76, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetoll%20REFERENCIA/livros/artigo/ENSINO%20DO%20TURISMO%20-%20REVISTA%20IBEROAMERICANA%20DE%20TUR.pdf>. Acesso em: 23 Jan. 2016

AUN, Marta Pinheiro. **Capacitação de recursos humanos na área de informação tecnológica.** Ci. Inf., Brasília, v. 25, n. 1, p.43-46, jan. / abril 1996. Disponível em: <file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetoll%20REFERENCIA/livros/artigo/CAPACITACAO%20DE%20RH%20EM%20INFO%20TEC.pdf>. Acesso em: 23 Jan. 2016

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 6. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

BISSOLI, Maria Angela Marques Ambrizi. **Estágio em Turismo e Hotelaria.** São Paulo: Aleph, 2002.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA CASA CIVIL. **LEI Nº 11.788, DE 25 DE SETEMBRO DE 2008.** Brasília, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm. Acesso em: 22 jan. 2016.

BRITISH COUNCIL. **Quadro comum europeu de referência para línguas (cefr).** Pinheiros, SP. 2019. Disponível em: <https://www.britishcouncil.org.br/quadro-comum-europeu-de-referencia-para-linguas-cefr>. Acesso em: 17 jan. 2016.

BROXADO, Silvio. **Como Criar uma Política de Treinamento nas Organizações.** Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento – ABTD. São Paulo, 04 nov. 2014. Disponível em: <http://portal.abtd.com.br/Portal/1863/artigo/Como-Criar-uma-Politica-de-Treinamento-nas-Organizacoes.html>. Acesso em: 02 Mar 2016

BURIOLLA, Marta Alice Feiten. **Estágio Supervisionado.** 3 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

CONSELHO EUROPEU. **O conselho da Europa e o ensino da língua.** Council of Europe. Estrasburgo. [s.d.] Disponível em: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages/language-policy-in-the-council-of-europe> Acesso em: 20 Nov. 2015.

DE LUCCA FILHO, V. **Estudo do fluxo de informações em centros de informações turísticas de Santa Catarina: programa portais do lazer.** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. Campinas: **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições.** Editora Alínea, 2002.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual.** 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FLAHERTY, James. **Coaching.** Ed. 2 Londres, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. – São Paulo: Atlas, 1999.

GUIMARÃES, Daniel Vasconcelos. **Estudo semiótico de comunicação gráfico-visual em Turismo. Centro de atendimento ao Turista (CAT) da Empresa Estadual de Turismo (AMAZONASTUR), no Aeroporto Internacional Brigadeiro Eduardo Gomes.** Manaus: UEA, 2005.

HALLAL, Dalila Rosa et al. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA. – CIGU. XIV. 2014. Florianópolis – Santa Catarina – Brasil. **Universidade: a concepção do curso de bacharelado em turismo da UFPel e o estágio curricular.** Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/132028/2014-331.pdf?sequence=1>. Acesso em: 24 jan. 2016.

LIMA, Ana Clévia Guerreiro (Coord.). **Inventário da Oferta Turística.** Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

MAGALHAES, Solange Martins Oliveira. Afetar e sensibilizar na educação: uma proposta transdisciplinar. *Linhas Críticas*, vol. 17, núm. 32, janeiro-abril, 2011, pp. 163-181 Universidade de Brasília, Brasil. Disponível em: <file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetol%20REFERENCIA/livros/artigo/SENSIBILIZAR%20NA%20EDUCAÇÃO.pdf>. Acesso em: 22 Jan. 2016.

MARCOVITCH, Jacques. **Tecnologia e competitividade.** Revista de Administração. São Paulo. Vol. 26, n. 2, p. 12-21, abril/junho 1991. Disponível em: <http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/2602012.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2016.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do Mercado Turístico.** 2 ed. São Paulo. Roca, 2001.

PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de pessoas em turismo: sustentabilidade, qualidade e comunicação**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

PINHEIRO, Edson Holanda. **Centro de Atendimento ao Turista e sua estrutura: Uma análise da qualidade dos serviços ofertados visando a satisfação do turista**. Manaus: UEA, 2014.

PRETTE, Almir Del e PRETTE, Zilda A. P. Del. **No contexto da travessia para o ambiente de trabalho: treinamento de habilidades sociais com universitários**. Estudos de Psicologia 2003, 8(3), 413-420. Disponível em: <file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetolI%20REFERENCIA/livros/artigo/TREINAMENTO%20COM%20UNIVERSITÁRIOS.pdf>. Acesso em: 22 Jan. 2016.

REVISTA STRATEGIA CENTRO DE NEGÓCIOS. **Marketing Interno para motivar a los trabajadores**. Ano 6 nº 24 p. 57-59 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetolI%20REFERENCIA/livros/artigo/marketing%20interno%20para%20motivação%20dos%20trabalhadores%20-%20Revista%20Strategia.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2016.

RUGGIERO, Beto. **Coaching: Utilize com Moderação. Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento**. Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento – ABTD. São Paulo, 29 fev. 2016. Disponível em: <http://portal.abtd.com.br/Portal/1944/artigo/Coaching--Utilize-com-Moderacao.html>. Acesso em: 02 Mar. 2016.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO MUNICIPAL. **MANAUSCULT Inaugura Centro de Atendimento ao Turista no Mercado Adolpho Lisboa**. MANAUSCULT, Manaus, 19 Nov 2013. Disponível em: <http://manauscult.manaus.am.gov.br/manauscult-inaugura-centro-de-atendimento-ao-turista-no-mercado-adolpho-lisboa/>. Acesso em: 15 Jan 2016

SHOWERS, Bervely. **Teachers Teach Teachers**. Education Leadership. Abril 1985. Disponível em: file:///C:/Users/rol20/Downloads/projetolI%20REFERENCIA/livros/artigo/teachers_coaching_teachers_km.pdf. Acesso em: 17 Jan. 2016

SOUZA, Arminda Mendonça. **Série Memória**. 7. ed. Governo do Estado do Amazonas / Secretaria de Cultura e Turismo. 2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE. **Formulário de Desempenho**. V_2.0 – 14 nov. 07. Disponível em: http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/secretarias/srh/setorPessoas/formularioDesempenho.doc. Acesso em: 15 Mar. 2016

YASOSHIMA, J.R. e OLIVEIRA, N. da S. **Antecedentes das viagens e do turismo** in REJOWSKI, M. (org.) Turismo no percurso do tempo. São Paulo, Aleph, 2002.

YATES, Ricardo Baeza; NETO, B. Ribeiro. **Recuperação de Informação: Conceitos e Tecnologia das Máquinas de Busca**. In Recuperação de Informação. Edição 2. São Paulo: Bookman, 2013.

Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=YWk3AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=tecnologia+de+informa%C3%A7%C3%A3o+conceito&ots=ubXrJWIQuU&sig=PklPI_d1aqhyldA2etZSMTLUAVk#v=onepage&q=tecnologia%20de%20informa%C3%A7%C3%A3o%20conceito&f=false. Acesso em: 23 Jan. 2016.

APÊNDICE

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DOS ESTAGIÁRIOS ANTES E DEPOIS DO TREINAMENTO

IDENTIFICAÇÃO	
Órgão	
Nome	
Tempo de estágio	
Curso	
Nível Escolar	
Chefe Imediato	

Conhecimentos adquiridos e aplicados

Compreensão do turismo no Amazonas e em Manaus

	Elevada		Média		Baixa		Insuficiente
--	---------	--	-------	--	-------	--	--------------

Domínio de tecnologia de busca

	Muito boa		Boa		Regular		Insuficiente
--	-----------	--	-----	--	---------	--	--------------

Domínio de conhecimentos básicos (atrativos, serviços, outros)

	Elevada		Média		Baixa		Insuficiente
--	---------	--	-------	--	-------	--	--------------

Sensibilidade

	Muito boa		Boa		Regular		Insuficiente
--	-----------	--	-----	--	---------	--	--------------

Entusiasmo

	Elevado		Médio		Baixo		Insuficiente
--	---------	--	-------	--	-------	--	--------------

Curiosidade

	Elevada		Médio		Baixo		Insuficiente
--	---------	--	-------	--	-------	--	--------------

Comunicação

	Muito boa		Boa		Regular		Insuficiente
--	-----------	--	-----	--	---------	--	--------------

Domínio da língua estrangeira

	Avançado		Médio		Básico		Insuficiente
--	----------	--	-------	--	--------	--	--------------

Muito boa/ Elevado(a)/Avançada = 9-10 Boa/Médio(a) = 6-8

Regular/Baixa/Básica = 4-5 Insuficiente = 0-3

Índice:

Assinaturas:

Estagiário (a)

Pesquisador (a)