UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS MODERNAS
PROGRAMA DE PRÓS-GRADUAÇÃO LETRA

RENATO CRESTINCOV

Francês para Objetivo Específico para Guias de Turismo no estado de São Paulo: especificidades para a elaboração de um programa de ensino

SÃO PAULO
2021

RENATO CRESTINCOV

Francês para Objetivo Específico para Guias de Turismo no estado de São Paulo: especificidades para a elaboração de um programa de ensino

Dissertação de apresentado ao Programa de Pós-Graduação LETRA do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Profa. Dra. Heloísa Brito de Albuquerque-Costa

SÃO PAULO

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudos e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Bibliotecas e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

Nome: CRESTINCOV, Renato

Título: Francês para Objetivo Específico para Guias de Turismo no estado de São Paulo: especificidades para a elaboração de um programa de ensino

Dissertação de apresentado ao Programa de Pós-Graduação LETRA do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr.:_____ Julgamento:_____

Instituição:_____ Assinatura:_____

Prof. Dr.:_____ Julgamento:_____

Instituição:_____ Assinatura:_____

Prof. Dr.: _____ Julgamento:_____

Instituição:_____ Assinatura:_____

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Doutora Heloísa Brito de Albuquerque Costa, por toda paciência, pelos ensinamentos e orientação nesta pesquisa.

À minha mãe, Maria Felícia Carlos, por ter me proporcionado uma educação multilíngue e por tanto amor.

À Professora Doutora Eliane Lousada, pelo acolhimento e direcionamento no início da minha trajetória na pós-graduação.

Às Professoras Doutoras Katia Ferreira Fraga da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Daniela Hirakawa, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), pelas orientações cuidadosas e pelo interesse em desenvolver o ensino de línguas estrangeiras em contextos específicos no Brasil.

À Professora Mestra Esmeralda Serpa, coordenadora dos cursos de turismo do Centro Paula Souza, por todo o incentivo.

À colega Professora Mestra Fabiana Nassif, por sempre estar disposta a iluminar meus caminhos durante o processo de elaboração deste trabalho.

Ao professor Jorge Covac, por ter despertado em mim o interesse por outras culturas ainda na adolescência e ao colega e amigo Felipe Soares por tanto apoio no início da minha carreira como Guia de Turismo.

Ao líder espiritual Guarani Xeramõi Pedro Macena, pelos ensinamentos sobre os espíritos das palavras.

“No curso da viagem há sempre alguma transfiguração, de tal modo que aquele que parte não é nunca o mesmo que regressa.”
Octávio Ianni

RESUMO

CRESTINCOV, Renato. Francês para Objetivo Específico para Guias de Turismo no estado de São Paulo: especificidades para a elaboração de um programa de ensino. 2021, ___f. Dissertação (Mestrado), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, São Paulo.

Na didática das línguas estrangeiras, os programas de ensino e de aprendizagem relacionadas a contextos específicos receberam várias denominações ao longo da história (LEHMANN, 1990; 1993; MANGIANTE; PARPETTE, 2004; CUQ; GRUCCA, 2005; CARRAS et al., 2007; MOURLHON-DALLIES, 2008). No que se refere a profissionais de uma determinada área que apresentam uma demanda e especificidades bem determinadas, especialistas em língua francesa explicam por que a denominação Francês para Objetivo Específico (FOS) é a mais adequada, na medida em que se trata de uma metodologia que visa a identificar e analisar as necessidades de comunicação oral e escrita, de um público e contexto de comunicação em particular. Assim, nesta dissertação, a adoção do procedimento metodológico do FOS orienta a identificação e análise das situações de comunicação que o profissional "Guia de Turismo" tem em seu cotidiano de trabalho. O Referencial teórico da pesquisa está baseado nos estudos de pesquisadores e especialistas da área do *Français de Spécialité, Français à Visée Professionnelle* e *Français sur Objectif Spécifique* (MANGIANTE; PARPETTE, 2004; CARRAS et al., 2007; MOURLHON-DALLIES, 2008), o que permite justificar teoricamente a opção pelo FOS para o programa de ensino de francês para os "Guias de Turismo do estado de São Paulo". Nesse sentido, a Metodologia de pesquisa é de natureza qualitativa e todas as etapas metodológicas do FOS permitem que chegue à identificação dos atos de linguagem que vão compor o programa de ensino "FOS: Guia de Turismo do estado de São Paulo". A contribuição da pesquisa se dá para o ensino e da aprendizagem de FOS e para a formação de professores, uma vez que a démarche FOS explicita a necessidade de considerar todas as especificidades comunicativas de um público-alvo em um determinado contexto. A adaptação em outras situações se faz, portanto, caso a caso.

Palavras-chave: Francês para Objetivo Específico; programa de ensino; Guia de Turismo do estado de São Paulo.

ABSTRACT

CRESTINCOV. Renato. Francês para Objetivo Específico para Guias de Turismo no estado de São Paulo: especificidades para a elaboração de um programa de ensino. 2021, ___f. Thesis (Master's Degree), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo.

In foreign language didactics, teaching and learning programs related to specific contexts have received several denominations throughout history (LEHMANN, 1990; 1993; MANGIANTE; PARPETTE, 2004; CUQ; GRUCCA, 2005; CARRAS et al., 2007; MOURLHON-DALLIES, 2008). Regarding professionals in a particular area who have a determined demand and specificities, experts in French language explain why the denomination French for Specific Purpose (FOS) is the most appropriate, as it is a methodology that aims to identify and analyze the spoken and written communication needs of a particular group and communication context. Thus, in this thesis, the adoption of the methodological approach of FOS guides the identification and analysis of the communication situations that the "Tour Guide" professional has daily at work. The theoretical framework of the research is based on studies by researchers and specialists in the fields of *Français de Spécialité, Français à Vissée Professionnelle* and *Français sur Objectif Spécifique* (MANGIANTE; PARPETTE, 2004; CARRAS et al., 2007; MOURLHON-DALLIES, 2008), which makes it possible to theoretically justify the option for the FOS for the French teaching program for the "São Paulo State Tour Guides". Therefore, the research methodology is qualitative in nature and all the methodological steps of the FOS allow to identify the language acts that will comprise the teaching program "FOS: Tour Guides in the State of São Paulo". The research contribution takes place in the field of FOS and the formation of teachers, since the FOS *démarche* reveals the need to consider all the communicative specificities of a target group in a certain context. Adaptation in other situations is therefore made on a case-by-case basis.

Key words: French for Specific Purpose, Teaching Program, Tour Guide in São Paulo

RÉSUMÉ

CRESTINCOV, Renato. Francês para Objetivo Específico para Guias de Turismo no estado de São Paulo: especificidades para a elaboração de um programa de ensino. 2021, ___f. Mémoire (Master), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo.

En didactique des langues étrangères, les programmes d'enseignement et d'apprentissage liés à des contextes spécifiques reçoivent des dénominations diverses à travers l'histoire (LEHMANN, 1990 ; 1993 ; MANGIANTE ; PARPETTE, 2004 ; CUQ ; GRUCCALL, 2005 ; CARRAS et al., 2007 ; 2008). En ce qui concerne les professionnels d'un métier particulier qui ont une demande et des spécificités bien définies, des experts de la langue française expliquent pourquoi la dénomination Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) est la plus appropriée, car il s'agit d'une méthodologie qui vise à identifier et analyser les besoins de communication orale et écrite d'un public et d'un contexte de communication particuliers. Ainsi, dans ce mémoire, l'adoption de la démarche du FOS guide l'identification et l'analyse des situations de communication que le professionnel « Guide Touristique » a dans son travail quotidien. Le cadre théorique de la recherche s'appuie sur les études de chercheurs et spécialistes dans le domaine du Français de Spécialité, du Français Professionnel et du Français sur Objectif Spécifique (MANGIANTE ; PARPETTE, 2004; CARRAS et al., 2007; MOURLHON-DALLIES, 2008) ce qui permet de justifier théoriquement l'option du FOS pour le programme d'enseignement du français Guides touristiques de l'État de São Paulo ». En ce sens, la méthodologie de recherche est de nature qualitative et toutes les étapes méthodologiques du FOS lui permettent d'identifier les actes de langage qui composeront le programme d'enseignement "FOS : Guide touristique de l'État de São Paulo." La contribution de la recherche est donnée à l'enseignement et apprentissage du FOS et à la formation des enseignants, puisque la démarche FOS rend explicite la nécessité de considérer toutes les spécificités communicatives d'un public ciblé dans un contexte donné. L'adaptation dans d'autres situations se fait donc au cas par cas.

Mots-clés : Français sur Objectifs Spécifiques ; programme d'enseignement, Guide Touristique de Sao Paulo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – FOS e FG.....44
Figura 2 – Capa do livro Le Français en contexte.....46
Figura 3 – Sumário Le Français en contexte, Módulo 1 p. 1 e 2.....47
Figura 4 – Atividade Ofertas de estágios profissionais……..…..48
Figura 5 – Quadro gramatical.....49
Figura 6 – Le Saviez-vous ?.....49
Figura 7 – Point Histoire.....49
Figura 8 – Point Métier.....50
Figura 9 – Projet Final 51
Figura 10 – Atividade de autoavaliação.....51
Figura 11– Atividade de vídeo 52
Figura 12 – Atividade lexical.....53
Figura 13 – Suivez le Guide.....54
Figura 14 – Gramática e Atividade de Produção escrita – Suivez le Guide.....56
Figura 15 – Atividades Lexicais.....58
Figura 16 – Atividades gramaticais.....59
Figura 17 – Projeto final.....60
Figura 18 – Atividade com Vídeo 61
Figura 19 – Atividade lexical Módulo Guia Français en Contexte.....62
Figura 20 – Capa Tourisme.com 65
Figura 21 – Sumário Tourisme.com, Unidades 1 e 2, p. 4.....66
Figura 22 – Abertura da unidade Guia Tourisme.com.....68
Figura 23 – Atividade "S'informer pour bien guider" Tourisme.com.....69
Figura 24 – Atividade gramatical – Inparfait Tourisme.com 70
Figura 25 – Atividades verbos no passado e história na atividade do Guia.....71
Figura 26 – Compreensão oral Tourisme.com.....72
Figura 27– Preposições de tempo Tourisme.com 73
Figura 28 – Atividade Apresentação de um monumento Tourisme.com.....74
Figura 29 – Atividades gramaticais pronomes relativos où e dont Tourisme.com.....75
Figura 30 – Atividades gramaticais de negação Tourisme.com.....76
Figura 31– Atividades gramaticais de revisão da unidade 77
Figura 32 – Atividades de competências profissionais do guia Tourisme.com 78
Figura 33 – Atividade complementar Guia de Turismo – Tourisme.com.....79

Figura 34 – Capa Bon Voyage!.....80
Figura 35 – Sumário Bon Voyage!.....81
Figura 36 – Sumário pt.2 Bom Voyage!.....82
Figura 37 – Sumário Bom Voyage! Pt. 3.....83
Figura 38 – Abertura Unidade 1 – Visita Guiada – Bom Voyage!.....84
Figura 39 – Atividades Iniciais Unidade 1 Bon Voyage!.....85
Figura 40 – Atividades Visite Guidée – Bon Voyage !.....86
Figura 41 – Abertura da segunda lição da unidade de guia – livro Bom Voyage!.....87
Figura 42 – Apresentar um itinerário – Bom Voyage!.....88
Figura 43 – Atividades Apresentação de Itinerário Bon Voyage!.....89
Figura 44 – Tarefa Final Guia De Turismo Bom Voyage!.....90
Figura 45 – Tarefa Final pt.2 Guia de Turismo Bon Voyage!.....91
Figura 46 – Gráfico de respostas à questão 1 do questionário on-line.....116
Figura 47– Gráfico de respostas à questão 2 do questionário on-line 117
Figura 48– Respostas complementares questão 2 do questionário Figura 49.....118
Figura 49 – Respostas à questão 3 do questionário on-line……...……..119
Figura 50 – Gráfico de respostas à questão 4 do questionário on-line ……...…….121
Figura 51 – Gráfico de respostas à questão 5 do questionário on-line ……...….123
Figura 52 – Gráfico de respostas à questão 6 do questionário on-line ……124
Figura 53 – Gráfico de respostas à questão 8 do questionário on-line ……126
Figura 54 – Gráfico de respostas à questão 9 do questionário on-line ……128
Figura 55 – Gráfico de respostas à questão 11 do questionário on-line ……..…129
Figura 56 – Gráfico de respostas à questão 12 do questionário on-line ……..……131
Figura 57 – Gráfico de respostas à questão 14 do questionário on-line ……..133
Figura 58– Gráfico de respostas à questão 15 do questionário on-line ……...135
Figura 59 – Gráfico de respostas à questão 16 do questionário on-line ……..……136
Figura 60 – Autorização de uso de dados……..……..136

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Denominações do ensino de Línguas para contextos específicos.....28
Quadro 2 – Ensino de francês para contextos específicos…..... 35
Quadro 3 – Diferenças entre o FS e o SOS.....33
Quadro 4 – Livros didáticos de Francês para o Turismo…….....46
Quadro 5 – Disciplinas do Curso Colégio SOER 93
Quadro 6 – Disciplinas do Curso ETEC.....94
Quadro 7 – Disciplinas – Instituto Monitor……..95
Quadro 8 – Disciplinas SENAC……...96
Quadro 9 – Turismo receptivo…….…101
Quadro 10 – Instrumentos de pesquisa……..113
Quadro 11 – Questionário aplicado aos Guias de Turismo……..114
Quadro 12 – Respostas questão 1……..……115
Quadro 13 – Respostas à questão 2 do questionário on-line……..116
Quadro 14 – Respostas complementare questão 2…….....118
Quadro 15 – Respostas à questão 3 do questionário on-line……..118
Quadro 16 – Respostas à questão 4 do questionário on-line……..120
Quadro 17 – Respostas à questão 5 do questionário on-line……..122
Quadro 18 – Respostas à questão 6 do questionário on-line……...123
Quadro 19 – Respostas à questão 8 do questionário on-line……..125
Quadro 20 – Respostas à questão 9 do questionário on-line……..126
Quadro 21 – Respostas à questão 11 do questionário on-line……128
Quadro 22 – Complementar da questão 11 do questionário on-line……..130
Quadro 23 – Respostas à questão 12 do questionário on-line……130
Quadro 24 – Respostas à questão 13 do questionário on-line……131
Quadro 25 – Respostas à questão 14 do questionário on-line……133
Quadro 26 – Respostas à questão 15 do questionário on-line……134
Quadro 27 – Respostas à questão 16 do questionário on-line……135
Quadro 28 – Legislação……..137
Quadro 29 – Legislação II……...……138
Quadro 30 – Legislação III……..139
Quadro 31 – Elaboração de programa FOS Guia de Turismo Regional SP……..145

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Remuneração do Guia de turismo e línguas estrangeiras…….……20

Tabela 2 – Ranking de países emissores de turistas para o Brasil..……22

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FOS Francês para Objetivo Específico

LE Língua Estrangeira

FLE Francês Língua Estrangeira

OTA Online Travel Agency

PAX Passageiro

UNWTO - Organização Mundial do Turismo (United Nations World Tourism Organization)

IES Instituição de Ensino Superior

LFFP Língua Francesa para Fins Profissionais

FLS Français Langue de Spécialité

FS Français de Spécialité

FLP Français Langue Professionnelle

QECRL Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas

CEFR Common European Framework of Reference for Languages

DPF Diploma de Francês Profissional

DELF Diploma de Estudos em Língua Francesa

CIEP Centre International d'Etudes Pédagogiques

SGAV Structuro-Global Audio-visuelle

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....16

CAPÍTULO 1: Referencial Teórico……...…….. 25
1. As diferentes denominações de formações no ensino e aprendizagem do Francês em contexto específico……..26
1.1 Francês para Objetivo Específico: o estudo de caso a caso.....32
1.2 Pesquisa em FOS Turismo: problemáticas estudadas 38
1.3 Materiais didáticos em Francês para Turismo: problematizações.....45

2. A formação técnica do Guia de turismo no estado de São Paulo ……92
2.1 Os profissionais Guias de Turismo segundo a legislação brasileira……99
2.2 Glossário na área do Turismo – termos técnicos……..103

CAPÍTULO 2: Metodologia…….……109
1. Natureza da pesquisa, objetivos e perguntas de pesquisa.……110
2. Contexto da pesquisa.....112
3. Instrumentos da pesquisa ……113
4. Participantes da pesquisa.....114

CAPÍTULO 3: Organização e Análise dos dados……..140

Considerações finais.....149
Bibliografia.....150
Apêndice.....156
Anexos……..……162

INTRODUÇÃO

O conjunto de acontecimentos históricos, sociais, políticos, econômicos e culturais ocorridos nos anos 1990, advindos do processo de globalização, trouxe diferentes demandas nas esferas pessoal, profissional e educacional dos indivíduos e das instituições como um todo, incidindo na formação e atuação cidadã ao redor do mundo. Na Europa, com o fim da União Soviética, ocorreu a independência dos países do leste europeu que podiam, a partir daquele momento, se relacionar com outros países no processo de integração europeia e com objetivos políticos, sociais e econômicos em face de um novo mercado global.

Esses acontecimentos provocaram profundas transformações ocorridas, ao longo do século XX, causadas por fatores fundamentalmente ligados a diferentes contextos e, especificamente, ao cenário do turismo, a saber, a intensificação do tráfego de pessoas e informações proporcionadas pelos meios de comunicação e transporte e também, devido às mudanças tecnológicas. No início do século XX, os navios transatlânticos a vapor se consolidaram como meio de transporte e intensificaram a sua presença social global através do neocolonialismo e da embrionária indústria do turismo. A ampliação da malha ferroviária estabeleceu os trens no cotidiano das pessoas e chegou a lugares novos, trazendo desenvolvimento e prosperidade. A disseminação dos automóveis modernos pelo mundo deixou as pessoas fascinadas pela velocidade e seduzidas por um sentimento de poder super-humano intensificado pelo voo do 14 Bis, que provou a todos que era possível conquistar os ares e diminuir o tempo das viagens longas ao redor do mundo, permitindo às pessoas realizar o sonho da conquista do espaço. Nas comunicações, com o rádio, na primeira metade do século XX as vozes dos cidadãos, dos Estados e das corporações de forma massiva foi ampliada e deu aos indivíduos uma sensação de proximidade; a música e as artes dramáticas foram transmitidas sem a *performance* presencial dos artistas, assim como a transmissão de notícias com mais rapidez.

Ainda neste período, na segunda metade do século XX, a aviação se populariza e permite ao indivíduo sonhar em conhecer o mundo, além de possibilitar conexões comerciais mais dinâmicas. As viagens espaciais se tornaram uma

realidade, permeando o imaginário popular com o fascínio pelo espaço e suas infinitas possibilidades. Outra evidência dessas transformações se refere à televisão que traz a dimensão visual às transmissões, com o acesso às informações que antes eram obtidas apenas pelos rádios, por meio de imagens cativantes difundidas segundo padrões estéticos da cultura de massa. O chamado fim da guerra fria, pontuado pela extinção da União Soviética (1991) e pela queda do muro de Berlim (1989), aliado ao surgimento da internet, finaliza o século XX com um entusiasmo pela ideia de aldeia global, onde a mobilidade de pessoas e informações é intensa, veloz e híper conectada. A configuração da rede permitiu, não apenas a ampliação das comunicações, mas também, apresentou um novo modelo de fluxo de mensagens em que o receptor da mensagem também é emissor – qualquer pessoa pode criar, ser autor de um *website*, *blog*, entre outras produções.

Se na primeira metade do século XX, o fascínio pelo futuro era predominante, no fim do século, surge um sentimento de fadiga causado pelo trânsito intenso de veículos nos grandes centros urbanos, do número crescente de informações difundidas digitalmente e pelo caráter viciante de estar conectado o tempo todo e, em certa medida, por uma atitude escapista da realidade para o mundo virtual.

A intensificação na mobilidade de pessoas e informações, dada pelos fatores acima citados, impulsionou diferentes formas de comunicação com o avanço das tecnologias que, além de sua presença nas esferas pessoal e profissional, passaram a ser adotadas em contextos de sala de aula, a partir da segunda metade do século XX, como por exemplo, gravadores de áudio, recursos multimídia com vídeo, e, posteriormente, a internet.

No que diz respeito à esfera educacional, a globalização, o avanço das tecnologias e a internet trouxeram mudanças nos comportamentos dos professores e alunos.

De forma mais específica, a área do turismo também se beneficiou desse processo e, nos dias atuais, representa uma indústria economicamente importante para diversos mercados globais. De acordo com o relatório oficial da Organização Mundial do Turismo de 2019 (UNWTO)[1], nos primeiros nove meses de 2019, estima-se que a indústria do turismo contou com 1.1 bilhão de turistas desembarcando em

[1] Para mais informações consultar o site http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/estat%C3%ADsticas-e-indicadores-turismo-mundial.html. Acesso em 20 de janeiro de 2021. A Organização Mundial do Turismo é uma agência especializada das Nações Unidas: unwto.org.

destinos ao redor do mundo. Segundo o documento, o Brasil tinha 2.183.000 empregos na indústria do turismo em 2019 e, no mesmo ano, recebeu 6.4 milhões de turistas internacionais, o que é um número baixo se levarmos em conta o potencial de um país com uma extensa e ensolarada costa, diferentes biomas, cultura diversa e gastronomia rica. Esses números, apesar de significativos, colocam o Brasil em quinquagésimo (50º) lugar na lista dos países que mais recebem turistas estrangeiros. No mesmo relatório, a França consta como o país que mais cresceu em gastos com turismo, aumentando o valor total em 10% em comparação ao ano anterior; em seguida, temos a Itália, que aumentou os seus gastos em 9%, depois aparecem a Austrália, os Estados Unidos e o Canadá, ocupando o terceiro lugar com um aumento de 6% em comparação a 2018.

Segundo Lage e Milone (2001), o turismo aumenta a renda do lugar visitado via entrada de divisas, estimula os investimentos e gera empregos e é um meio de redistribuição de riquezas, já que o turista obtém renda em seu país de origem e gasta em outro.

Esse movimento é definido por especialistas da área como “Turismo receptivo internacional” e compõe parte das exportações de serviços na balança comercial do país. Andrade (2000) afirma que o turismo receptivo é de vital importância para o país porque, além da valorização de seus recursos naturais e artificiais, o fator lucrativo injetado na economia nacional é extremamente relevante.

> [...] o turismo receptivo é uma operação econômica correspondente à atividade de exportação. [...] O turismo representa o ingresso de divisas na economia nacional, através do dinheiro gasto pelos turistas estrangeiros durante sua permanência no país, injetando moeda estrangeira na economia, aumentando a reserva financeira nacional. (ANDRADE, 2000, p. 52)

É necessário ressaltar que muitas profissões fazem parte do Turismo receptivo, a saber, motoristas, operadores de passeios e atividades, recepcionistas, *concierges* e profissionais da hotelaria, agentes de informações turísticas, garçons e demais profissionais do setor de alimentos e bebidas, monitores e demais profissionais de atrativos turísticos como parques, museus, mas, para Chimenti e Tavares (2007),

> a figura do Guia de Turismo estará presente durante toda a estada do turista na localidade visitada, tornando-se ele, então, o profissional que representará o principal elo de ligação entre o turista e os demais fornecedores de serviços turísticos a serem realizados. (CHIMENTI; TAVARES, 2007 p. 18).

Diante de dados mercadológicos que demonstram a importância da indústria do turismo, os profissionais da área passaram a ter um papel decisivo nos diversos contextos nos quais atuam e passam a ter uma necessidade de uma formação específica para atuar no mercado de trabalho, pois são confrontados a realidades locais, estaduais e nacionais que demandam particularidades em sua atuação profissional. Assim, são levados a mobilizar seus saberes e competências para desempenhar suas funções em um mercado bastante dinâmico e competitivo. Uma das competências que aponta um diferencial ao profissional se refere às competências linguísticas e socioculturais em línguas estrangeiras (doravante LE). Com a mobilidade dos indivíduos, a comunicação na internet, nas redes sociais e, sobretudo, a expansão da área do Turismo, as competências em LE são cada vez mais exigidas. Isso é concretamente observado na remuneração do Guia de Turismo. Na tabela do sindicato que rege os valores que os Guias de Turismo podem cobrar por seu trabalho no estado de São Paulo, essa diferenciação é nítida. Há uma diferenciação entre o trabalho ser realizado em português ou em outros idiomas.

De acordo com a tabela a seguir, o aumento no valor da atividade profissional é significativo para aqueles que a desenvolvem em línguas estrangeiras. Trata-se de um diferencial que tem impacto decisivo no perfil do profissional, representando um incremento de cerca de 25% em sua renda.

Tabela 1 – Remuneração do Guia de turismo e línguas estrangeiras

Tipo de Serviço	Trabalhos em Português	Trabalhos em Outros Idiomas	Observações	
Transfer In/Out CGH, GRU ou Porto	R$ 73 por hora	R$ 91 por hora	Mínimo de 3 horas de serviço	
City Tour de 3 horas	R$ 243 por período	R$ 303 por período		
City Tour de 4 horas	R$ 303 por período	R$ 380 por período		
City Tour de 6 horas	R$ 364 por período	R$ 455 por período		
City Tour de 8 horas	R$ 424 por período	R$ 531 por período		
Coordenação de grupos	R$ 73 por hora	R$ 91 por hora	Mínimo de 3 horas de serviço	
Guia de Turismo com veículo próprio	R$ 121 por hora	R$ 152 por hora	Pedágio e estacionamento por conta do Contratante	
Viagens Nacionais	R$ 364 por diária	R$ 455 por diária	Despesas de alimentação	
			Café da manhã	R$ 18
			Por Refeição	R$ 58
Viagens América do Sul	USD$150 por diária		Despesas de alimentação	
			Café da manhã	USD$15
			Por Refeição	USD$35
Viagens América Central, do Norte e Europa	USD$200 por diária		Despesas de alimentação	
			Café da manhã	USD$15
			Por Refeição	USD$35
Viagens Ásia, Oriente e Oceania	USD$250 por diária		Despesas de alimentação	
			Café da manhã	USD$15
			Por Refeição	USD$35

Fonte: https://www.sindegtursp.com.br/tabeladeremunercao Acesso em 15 de julho de 2021.

No caso específico desta pesquisa, a hipótese discutida é que o perfil do profissional “Guia de Turismo” vai além da transmissão de informações (datas, fatos e endereços históricos, entre outros), pois ele é levado a se engajar em uma situação comunicacional que seja mais enriquecedora e contextualizada. Para isso, o profissional utiliza estratégias específicas, como por exemplo, o *storytelling*[2], ou seja, sua capacidade de contar uma histórias cativantes sobre o espaço visitado.

Outra característica fundamental para se compreender o perfil do Guia de Turismo é o fato de que para cada estado há uma legislação ou regulamentação própria[3]. Aliás, essa é a única profissão regulamentada na área do turismo e, para ser exercida de maneira regular, requer que o profissional tenha concluído o curso de nível técnico. São três as habilitações que o profissional pode obter, além de duas especializações regulamentadas pelo artigo 3 (três) da Portaria nº 27 de 30 de janeiro

[2] *Storytelling* “deve ser entendido como a arte interativa de usar palavras e ações, e seus propósitos revelam os elementos de uma história e estimulam a imaginação do ouvinte” (Cf.: *National Storytelling Network,* 2011 apud Manosso; Ruiz; Nakatani, 2020).
[3] Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993 [http://www.planalto.gov.br/ccivil 03/leis/l8623.htm] Portaria nº 27 de 30 de janeiro de 2014 [http://antigo.turismo.gov.br/portaria-n-27-de-30-de-janeiro-de-2014]. Acesso em 19 de janeiro de 2021.

de 2014; para uma eficaz compreensão das particularidades envolvidas na atuação do Guia de Turismo, destacamos da Portaria o seguinte:

> I – Guia Regional – quando suas atividades compreenderem a recepção, o traslado, o acompanhamento, a prestação de informações e assistência a turistas, em itinerários ou roteiros locais ou intermunicipais de uma determinada unidade da federação, para visita a seus atrativos turísticos;
>
> II – Guia de Excursão Nacional – quando suas atividades compreenderem o acompanhamento e a assistência a grupos de turistas, durante todo o percurso da excursão de âmbito nacional ou realizada nos países da América do Sul, adotando, em nome da agência e turismo responsável pelo roteiro, todas as atribuições de natureza técnica e administrativa necessárias à fiel execução do programa;
>
> III – Guia de Excursão Internacional – quando realizarem as atividades referidas no inciso II[4], deste artigo, para os demais países do mundo; e
>
> IV – Guia Especializado em Atrativo Turístico – quando suas atividades compreenderem a prestação de informações técnico-especializadas sobre determinado tipo de atrativo natural ou cultural de interesse turístico, na unidade da federação para qual o profissional se submeteu à formação profissional específica. (BRASIL, Ministério do Turismo. Portaria. No 27, de 30 de janeiro de 2014)

O guia que possui a habilitação de Guia Regional tem o direito de exercer as suas atividades apenas dentro da unidade da federação em que estiver habilitado, sendo necessário um curso técnico para cada estado. Caso o guia pretenda atuar exercendo suas atribuições de Guia Regional em mais de um estado, ele deverá completar dois cursos técnicos diferentes.

A habilitação de Guia de Excursão Nacional, embora abranja todo o território nacional, não permite ao guia desempenhar as atribuições do Guia Regional conforme o artigo sexto da portaria, a saber:

> Art. 6º − O Guia de Turismo cadastrado apenas na categoria de excursão nacional não poderá realizar, dentro de uma

[4] Inciso II – O site do ministério do turismo encontra-se em transição para uma versão nova, que ainda não havia atualizado o texto da portaria para o novo site na data de 9 de setembro de 2021. É possível ler o texto da portaria na íntegra no arquivo do site antigo, acessar: http://antigo.turismo.gov.br/portaria-n-27-de-30-de-janeiro-de-2014. O texto encontra-se erroneamente sem o símbolo de inciso "§" no artigo, porém, é possível inferir que que a palavra inciso se refere ao item anterior, que é o item II, que define o escopo da atividade do Guia de Excursão Nacional.

> unidade da federação, as atribuições do guia de turismo regional daquele Estado.
> § 1º A atuação do Guia de Turismo cadastrado na categoria excursão nacional abrange o percurso interestadual, por meio terrestre ou aéreo, compreendendo o assessoramento técnico e a assistência necessária aos turistas, incluindo procedimentos de bordo e acomodação do turista em hotel.
> § 2º Caso haja a necessidade de realização de passeios locais, em determinados atrativos turísticos de um Estado, o guia de excursão nacional, em nome da agência de turismo, deverá contratar Guia de Turismo Regional que atue naquela unidade da federação. (BRASIL, Ministério do Turismo. Portaria. No 27, de 30 de janeiro de 2014)

Após a contextualização acima e, considerando as especificidades do profissional Guia de Turismo no estado de São Paulo, as demandas de trabalho existentes e as especificidades em termos de suas atribuições profissionais nesse contexto, é objetivo geral desta pesquisa, compreender as necessidades de formação linguística e sociocultural deste profissional para elencar as temáticas que integrariam uma formação em francês Língua Estrangeira (doravante FLE).

O destaque em relação ao FLE nessa pesquisa se justifica, pois, após o inglês e o espanhol, é a língua de comunicação que tem maior potencial em movimentar o mercado turístico do Brasil. A França é o país de língua não inglesa ou espanhola que mais enviou turistas ao Brasil na última década e está em sexto lugar no ranking.

Tabela 2 – Ranking de países emissores de turistas para o Brasil

Principais países emissores	Ano 2015			2016			2017			2018			2019		
	Total	(%)	Posição	Total	(%)	Posição	Total	(%)	Posição	Total	(%)	Posição	Total	(%)	Posição
Total	6.305.838	100,0	-	6.546.696	100,0	-	6.588.770	100,0	-	6.621.376	100,0	-	6.353.141	100,0	-
Argentina	2.079.823	33,0	1º	2.294.900	35,1	1º	2.622.327	39,8	1º	2.498.483	37,7	1º	1.954.725	30,8	1º
Estados Unidos	575.796	9,1	2º	570.350	8,7	2º	475.232	7,2	2º	538.532	8,1	2º	590.520	9,3	2º
Paraguai	301.831	4,8	4º	316.714	4,8	3º	336.646	5,1	4º	356.897	5,4	4º	406.526	6,4	3º
Chile	306.331	4,9	3º	311.813	4,8	4º	342.143	5,2	3º	387.470	5,9	3º	391.689	6,2	4º
Uruguai	267.321	4,2	5º	284.113	4,3	5º	328.098	5,0	5º	348.336	5,3	5º	364.830	5,7	5º
França	261.075	4,1	6º	263.774	4,0	6º	254.153	3,9	6º	238.345	3,6	6º	257.504	4,1	6º
Alemanha	224.549	3,6	7º	221.513	3,4	7º	203.045	3,1	7º	209.039	3,2	7º	206.882	3,3	7º
Itália	202.015	3,2	8º	181.493	2,8	9º	171.654	2,6	9º	175.763	2,7	8º	182.587	2,9	8º
Portugal	162.305	2,6	10º	149.968	2,3	10º	144.095	2,2	10º	145.816	2,2	11º	176.229	2,8	9º
Reino Unido	189.269	3,0	9º	202.671	3,1	8º	185.858	2,8	8º	154.586	2,3	9º	163.425	2,6	10º
Espanha	151.029	2,4	11º	147.846	2,3	11º	137.202	2,1	12º	147.159	2,2	10º	145.325	2,3	11º
Peru	113.078	1,8	13º	114.276	1,7	14º	115.320	1,8	14º	121.326	1,8	14º	135.880	2,1	12º
Bolívia	108.149	1,7	14º	138.106	2,1	12º	126.781	1,9	13º	126.253	1,9	13º	132.069	2,1	13º
Colômbia	118.866	1,9	12º	135.192	2,1	13º	140.363	2,1	11º	131.596	2,0	12º	126.595	2,0	14º
México	90.361	1,4	15º	94.609	1,4	15º	81.778	1,2	15º	79.891	1,2	15º	82.921	1,3	15º
Japão	70.102	1,1	18º	79.754	1,2	16º	60.342	0,9	18º	63.708	1,0	18º	78.914	1,2	16º
Canadá	68.293	1,1	19º	70.103	1,1	18º	48.951	0,7	21º	71.160	1,1	16º	77.043	1,2	17º
China	53.064	0,8	21º	57.860	0,9	21º	61.250	0,9	17º	56.333	0,9	20º	68.578	1,1	18º
Suíça	70.319	1,1	17º	69.074	1,1	19º	69.484	1,1	16º	70.040	1,1	17º	63.826	1,0	19º
Holanda	66.870	1,1	20º	72.268	1,1	17º	59.272	0,9	19º	62.651	0,9	19º	59.752	0,9	20º
Outros	825.392	13,1		770.299	11,8		624.776	9,5		637.992	9,6		687.321	10,8	

Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo.

Fonte: Portal Panrotas acessado em 11/9/2021

Além disso, trata-se de uma questão profissional pessoal, na medida em que, no trabalho de Guia de Turismo que desenvolvo no estado de São Paulo, identifiquei a necessidade de formação em língua francesa colocada pelos colegas de profissão. Não há nenhuma formação em francês na área, o que, em termos de contribuição ao desenvolvimento da profissão seria um diferencial no contexto no qual atuamos.

Assim, esta pesquisa tem os seguintes objetivos e perguntas:

Objetivos da pesquisa:

- ✓ Identificar o perfil do profissional Guia de Turismo que atua no estado de São Paulo.
- ✓ Identificar e analisar as necessidades do profissional Guia de Turismo no estado de São Paulo em situações de comunicação em línguas estrangeiras e, mais particularmente, em francês.
- ✓ Elaborar as temáticas e atos de linguagem que integrariam um programa de ensino do Francês para Objetivo Específico voltado aos profissionais Guias de Turismo no estado de São Paulo.

Perguntas de pesquisa:

- Quais são as características do perfil do profissional “Guia de Turismo” que atua no estado de São Paulo?
- Quais são as situações de comunicação do “Guia de Turismo” em sua atuação profissional no estado de São Paulo?
- Quais são as temáticas e atos de linguagem que devem integrar um programa de ensino de Francês para Objetivo Específico voltado aos profissionais “Guias de Turismo” no estado de São Paulo?

Para compreender como a pesquisa se desenvolveu, esta dissertação organiza-se em três capítulos.

O primeiro capítulo apresenta o Referencial teórico da pesquisa, iniciando pela identificação das diferenças existentes, na área da Didática das Línguas, entre o que se compreende como “Língua de Especialidade”, “Língua estrangeira para fins

profissionais” e o “Ensino de línguas para Objetivo Específico”. As referências teóricas apoiam-se nos estudos de especialistas de língua francesa (LEHMANN, 1990; 1993 ; MANGIANTE ; PARPETTE, 2004 ; CARRAS et al., 2007; MOURLHON-DALLIES, 2008) e, no Brasil, em experiências e pesquisas realizadas (ALBUQUERQUE-COSTA, 2013; 2015; 2016; TRALDI, 2019; OREFICE, 2019) No âmbito desta pesquisa, as denominações adotadas advêm destes estudos e são, portanto, Língua Francesa para fins profissionais (LFFP) e Francês para Objetivo Específico (FOS) mais especificamente, a formação em língua francesa do profissional Guia de Turismo.

Na sequência, em se tratando de uma área ampla, identifico as problemáticas trazidas no âmbito da pesquisa no contexto da formação linguístico e sociocultural em língua francesa para a área do Turismo, uma vez que elas ilustram os aspectos específicos que caracterizam o estado da arte na área.

Para trazer mais elementos relativos à formação do profissional do Turismo, um tópico essencial para a compreensão do quão específica deve ser essa formação, apresento e analiso os materiais didáticos de língua francesa disponíveis no mercado. Trata-se de publicações realizadas por editoras francesas para profissionais da área do Turismo em geral e, por isso, não se referem a um profissional em particular.

Na sequência, descrevo os eixos formativos, legislativos e as especificidades culturais que caracterizam a área do Turismo e, em particular, da formação do Guia de Turismo. Isso implica discorrer sobre os eixos que caracterizam a formação do profissional nas Instituições que conferem esse diploma, destacando a relação entre a formação curricular e as competências que o discente deve adquirir nas disciplinas propostas. Em seguida, à luz da legislação apresento os elementos que determinam a atuação do profissional.

O segundo capítulo apresenta a Metodologia desenvolvida na pesquisa, sua natureza, os instrumentos e a coleta e organização dos dados.

O terceiro capítulo traz as categorias selecionadas para a Análise dos dados que darão subsídios para a elaboração do programa de ensino de Francês para Objetivo Específico voltado aos profissionais Guias de Turismo no estado de São Paulo.

A dissertação apresenta, ao final, as Considerações Finais, para em seguida apresentar a Bibliografia do trabalho, os Apêndices e os Anexos.

CAPÍTULO 1 - REFERENCIAL TEÓRICO

“Você se interessa pela nossa cultura,
nossa língua e
nossa espiritualidade, mas você
se recusa a vivenciar a nossa
espiritualidade, se recusa a acreditar
nas coisas que estou te falando.
E você tem essa obstinação em aprender
a nossa língua, as nossas palavras.
Você não quer admitir, mas no fundo sabe
Que essa sua obstinação em
aprender a nossa língua
não existe por que você quer
conhecer as nossas palavras,
mas por que você quer conhecer
os espíritos das nossas palavras,
Se fosse apenas pelas palavras,
você não teria essa obstinação.”
Xeramõi Pedro Macena

1. As diferentes denominações de formações no ensino e aprendizagem do Francês em contexto específico.

A história da Didática das línguas estrangeiras apresenta, ao longo dos anos, as metodologias de ensino e aprendizagem de línguas que foram referência na elaboração de programas, na realização de pesquisas e na formação de professores em diferentes contextos. Os pressupostos teóricos, didáticos e metodológicos de cada metodologia (CUQ; GRUCA, 2005) apontam os princípios que orientaram a atuação dos professores em sala de aula.

Em determinados contextos, a demanda para o ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras exigiu da parte dos professores um detalhamento das situações de comunicação nas quais o aluno estaria inserido para responder às suas necessidades de formação.

Em alguns casos, o que se impunha como determinante na organização dos programas de ensino e das aulas eram, prioritariamente, as prescrições institucionais e teórico-metodológicas; em outros, são as mudanças advindas das teorias linguísticas e das inovações tecnológicas que vão alterar, do ponto de vista metodológico as ações de ensino e de aprendizagem.

> A área da didática das línguas estrangeiras é notadamente marcada por reflexões em torno de metodologias e recursos didáticos que favoreçam o desenvolvimento de experiências eficazes de ensino e aprendizagem (ALBUQUERQUE-COSTA; MAYRINK; OLIVEIRA, 2020, p. 188).

Segundo Cuq e Gruca (2005), nos anos 70, a abordagem comunicativa, cuja origem advém do desenvolvimento de teorias linguísticas da época (linguística da enunciação, a análise do discurso e a pragmática), trouxe à luz alguns conceitos centrais para a compreensão dos princípios metodológicos desse período. O primeiro deles é conceito de competência de comunicação. Aprender uma língua nessa abordagem significa aprender a comunicar. Para tanto, o conceito de atos de fala (atos de linguagem) ocupa um lugar central na elaboração de programas de ensino e publicações didáticas. Trata-se da lista de objetivos comunicativos com os quais o aluno está confrontado em diferentes situações do cotidiano, com ênfase na contextualização

de cada ato de fala, ou seja, a comunicação se realiza em um determinado contexto, com objetivos definidos e sujeitos envolvidos. Para uma melhor compreensão elementos que fazem parte da comunicação, os autores mencionam 4 aspectos que a integram, o linguístico, o sociolinguístico, o discursivo e o estratégico.

> *Une composante linguistique,* c'est-à-dire la connaissance de règles et des structures grammaticales, phonologiques, du vocabulaire, etc. Cette composante constitue une condition nécessaire, mais non suffisante pour pouvoir communiquer en langue étrangère; *une composante sociolinguistique* qui renvoie à la connaissance de règles socioculturelles d'emploi de la langue et qui impose de savoir utiliser les formes linguistiques appropriées en fonction de la situation de communication et de l'intention de communication; *une composante discursive* qui assure la cohésion et la cohérence des différents types de discours en fonction des paramètres de la situation de communication dans laquelle ils s'insèrent; *une composante stratégique* constituée par la capacité d'utiliser des stratégies verbales et non verbales pour compenser les défaillances ou les "ratés" de la communication. (CUQ et GRUCA, 2005, p. 266, 267)

Outro conceito é o de centração do processo de ensino e aprendizagem voltado ao aluno como protagonista e sujeito de sua aprendizagem (Rodgers, 1969). O professor, nas atividades de aula, cria estratégias que levem o aluno a mobilizar seus saberes e competências para favorecer sua participação.

Um terceiro conceito característico da abordagem comunicativa é o de "*besoin d'apprentissage"* (necessidade de aprendizagem) que, segundo os autores é assim definido: *"la notion de besoin va conditionner tous les programes de l'approche communicative et offrir la possibilité d'une utilisation "à la carte" des matériaux d'apprentissage"* (Cuq e Gruca, 2005, p. 205).

É no contexto da abordagem comunicativa, apoiando-se nos princípios acima que as demandas de cursos "à la carte" se situam. A partir dos 1960-70 várias denominações caracterizam o ensino de línguas para fins específicos.

CARRAS et al, (2007) apresentam no quadro abaixo, as diferentes denominações, os períodos a que se referem e suas características metodológicas.

Quadro 1 - Denominações do ensino de Línguas para contextos específicos

Période	***Dénomination***	***Public***	***Orientation Méthodologique***
Années 60	*Français de spécialité*	*Public professionnel (non scolaire)*	*Dans la mouvance du Français Fondamental, Focalisation sur le lexique*
Années 70	*Français scientifique et technique*	*Scientifiques*	*Méthode SGAV* *Modèle d'enseignement à 3 niveau :* *N1 : base de la langue usuelle* *N2 : tronc commun scientifique VGOS* *N3 : perfectionnement par discipline, fondé sur un inventaire lexical (VGOM, VIEA,…)*
Années 70	*Français Fonctionnel*	*Boursiers du gouvernement Français*	*Approche fonctionnelle et communicative* *Rejet des cursus longs à 3 étapes et de la détermination des contenus par comptages lexicaux* *Niveau Seuil :* *Prise en compte de la diversité des publics et de leurs besoins.* *Détermination des contenus en fonction des objectifs visés.* *Recensement des situations de communication et des actes de parole.*
Années 70	*Français Instrumental (Amérique latine)*	*Étudiants Chercheurs*	*La langue française comme instrument d'accès à la documentation scientifique et technique écrites.*
Années 80	*Enseignement Fonctionnel du français*	*Professionnels Étudiants Chercheurs*	*Émergence de la linguistique pragmatique* *Approche communicative (définition de contenu en fonction des situations de communication)* *Centration sur l'apprenant* *Accent mis sur l'utilisation des documents authentiques*
Depuis les années 90	*Français sur Objectifs Spécifique*	*Professionnels Étudiants Chercheurs*	*Approche communicative* *Centration sur l'apprenant* *Retour du linguistique* *Analyse du discours* *Pédagogie actionnelle (pédagogie de la tâche, par projet)* *Évaluation de la compétence communicative*
	Français de Spécialité		
	Français professionnel/ langue des métiers		*Centré sur une pratique professionnelle.*

Fonte : Carras et al. 2007, p. 17-18

A partir do quadro é possível observar que para cada um dos períodos, há uma ênfase na orientação metodológica de referência para a elaboração de programas de ensino.

No contexto desta pesquisa, destacamos as denominações a partir dos anos 80, que mencionam a abordagem comunicativa e o público-alvo:

- ✓ Ensino funcional do francês: dirigido a profissionais, retoma os princípios da abordagem comunicativa.
- ✓ Francês para Objetivo Específico; Francês de Especialidade; Francês profissional/ língua das profissões: dirigido a profissionais retomam, igualmente os princípios da abordagem comunicativa, incluindo novos aspectos metodológicos como a abordagem por projetos, a pedagogia acional e as contribuições da Linguística, mais especificamente da Análise do Discurso.

Outros especialistas como Lehmann (1990), mencionam as denominações: Francês científico e técnico, Língua de especialidade, Francês instrumental, Francês funcional, Ensino de Línguas com Objetivos Específicos, Públicos especializados. O destaque, de acordo com o autor, é para o Francês instrumental (FI), denominação que ficou restrita à América Latina e que tem por objetivo desenvolver a competência leitora de textos acadêmicos.

Mourlhon-Dallies (2008), retoma também as características do FI e afirma

> Le “français instrumental” rompt avec l’étude de la langue sous la forme de liste de mots et de règles de grammaire, prônée par la méthodologie de “grammaire-traduction”. C’est la fréquentation des textes eux-mêmes qui permet de s’approprier la langue. (Mourlhon-Dallies, 2008, p.19).

A autora traz outro quadro no qual são mencionadas, além das características acima, as metodologias de ensino-aprendizagem de línguas segundo a didática das línguas.

Quadro 2 - Ensino de francês para contextos específicos

Priorité didactique	**Courant/Appellation**	**Méthodologie didactique en arrière-plan**
Maîtrise d'un lexique technique	Français langue de Spécialité [FLS]	Structuro-Global-Audio-Visuelle
Lecture de textes spécialisés	Français Instrumental [FI]	Approche communicative
Connaissance large d'un domaine de spécialité, de métiers et discours	Français de spécialité [FS]	Approche communicative
Réponses aux besoins de communication de l'apprenant quel que soit son travail	Français de la communication professionnelle/français à visée professionnelle	Approche communicative
Prise de conscience des différents logiques d'exercice de professions	Français langue professionnelle [FLP]	Approche post-communicative

Fonte: MOURLHON-DALLIES, 2008, p. 13-14

A partir do quadro acima, é possível relacionar as metodologias de ensino e aprendizagem e os princípios metodológicos que orientam as denominações propostas para o ensino de línguas em contextos específicos. Assim, é possível depreender do quadro o seguinte:

- ✓ Francês língua de Especialidade (FLS) – Metodologia SGAV (*Structuro-Global-Audio-visuelle*) – ênfase para a aquisição do léxico técnico das diferentes áreas profissionais.
- ✓ Francês Instrumental (FI) – Abordagem comunicativa – ênfase para o desenvolvimento da competência leitora de textos especializados.
- ✓ Francês de especialidade (FS) – Abordagem comunicativa – ênfase ao conhecimento das grandes áreas profissionais, as diferentes profissões agrupadas e seus discursos específicos.
- ✓ Francês da comunicação profissional – Abordagem comunicativa – resposta às necessidades de comunicação do aprendente qualquer que seja sua atividade profissional.
- ✓ Francês Língua Profissional (FLP) – Abordagem pós-comunicativa – ênfase nos diversos contextos e discursos que permeiam o exercício profissional.

Em relação do Francês de Especialidade, a autora retoma os programas de curso que foram elaborados associados, em muitos casos, a publicações específicas.

A autora cita os programas de “Français des affaires et français commercial”, “Français de l’hôtellerie et du tourisme”, “Français Juridique”, “Français des relations internationales”, Français de la médecine”, entre outros. (MOURLHON-DALLIES, 2008, p. 27).

O que ocorre no âmbito do FS é que um mesmo programa de ensino é realizado com vários profissionais que se reúnem em torno de uma determinada área. Por exemplo, no caso do Francês do Turismo, os cursos são dirigidos aos seguintes profissionais: funcionários de uma agência, guias de turismo, monitores, proprietários de agência, recepcionistas de museus, entre outros. As situações de comunicação selecionadas se referem a atos de fala transversais, ou seja, aqueles que podem estar presentes no cotidiano de todos esses profissionais.

Para a autora, a denominação “Francês Língua Profissional” (FLP) se situa em outra referencia, na medida em que o programa de ensino em língua francesa se dirige a um grupo de profissionais que vai aprender a língua francesa em seu contexto de trabalho ao mesmo tempo em que aprende o próprio *métier*.

Em se tratando do “*Français langue professionnelle* (FLP)”, a autora afirma o seguinte

> L’enseignement du FLP, qui se fixe comme objectif de préparer à l’exercice des professions en français, articule plusieurs pôles : un pôle centré sur les aspects langagiers et linguistiques, qui revisite la notion de discours professionnels, lesquels permettent de cadrer les exigences de formation en matière d’enseignement du français ; un pôle « activité de travail », qui implique une réflexion sur les dispositifs, les rôles, les échanges, les responsabilités, les hiérarchies, dans une optique transversale aux différents domaines d’activité et aux différents postes occupés ; un pôle « métier », qui demande d’entrer plus avant dans l’exercice des professions et d’être au contact des terrains et des acteurs des différents domaines. (MOURLHON-DALLIES, 2008, p. 82).

Após estas precisões, na próxima seção, destacaremos o que é a denominação Francês para Objetivo Específico, segundo a conceituação dos especialistas Jean-Marc Mangiante e Chantal Parpette (2004).

1.1 Francês para Objetivo Específico: o estudo de caso a caso

Na sequência do que foi exposto anteriormente, a denominação que é central na pesquisa se refere ao Francês para Objetivo Específico, o FOS.

Segundo as principais referências na área (MANGIANTE e PARPETTE, 2004), o FOS se caracteriza por uma "démarche méthodologique" que busca fazer o tratamento de caso a caso. Para maior esclarecimento, os autores apresentam a diferença entre o *Français de Spécialité* (FS) e o FOS.

> La distinction entre Français de Spécialité et FOS recouvre, sur les plans institutionnel et didactique... celle qui relève de l'offre et celle qui relève de la demande. La première est une approche globale d'une discipline ou d'une branche professionnelle, ouverte à un public le plus large possible. Elle tente de rendre compte de la diversité du champ traite. [....] Le FOS, à l'inverse, travaille au cas par cas, ou en d'autres termes, métier par métier, en fonction des demandes et des besoins d'un public précis. (MANGIANTE e PARPETTE, 2004, p. 17)

Assim, em FOS, o professor/ elaborador de um programa vai atentar-se ao que é específico de um *métier* e não à área mais ampla na qual esse *métier* se situa. Isso determina uma ação do professor para determinar com precisão o contexto no qual o profissional se insere, a quais necessidades de comunicação oral e escrita ele está confrontado, qual é sua disponibilidade de tempos para se formar em FOS, quais materiais didáticos serão utilizados em sua formação e outras questões que são a grupadas, segundo o que os autores denominam de "*démarche méthodologique"* do FOS.

Albuquerque-Costa (2011) também afirma que

> O FOS difere de um curso baseado em uma área de especialidade em particular, o que é denominado ***langue de spécialité*** (francês jurídico, francês para medicina, francês para agronomia), na medida em que sua abordagem metodológica não é realizada por meio da aprendizagem do léxico restrito a determinada área profissional e nem pelos discursos restritos a uma determinada especialidade [...] (grifo da autora) (ALBUQUERQUE-COSTA, 2011, p. 51)

Segundo Mangiante (2006), as diferenças entre o Francês de Especialidade e o FOS convergem, por um lado, ao estudar certos discursos e práticas linguageiras em um determinado contexto profissional, mas divergem na especificidade desses discursos, se considerarmos, o estudo de caso a caso.

Em se tratando do FS, trata-se de um programa de médio a longo prazo, o que, no contexto do FOS, as demandas são feitas para serem atendidas em um curto espeço de tempo. A urgência da formação é uma das características do FOS.

Quadro 3 – Diferenças entre o FS e o SOS

Tableau des différences entre français de spécialité et français sur objectif spécifique

FRANCAIS DE SPECIALITE	FRANCAIS SUR OBJECTIF SPECIFIQUE
1. Objectif plus large couvrant un domaine	1. Objectif précis
2. Formation à moyen ou long terme	2. Formation à court terme (urgence)
3. Diversité des thèmes et des compétences liés à une discipline (économie, commerce, physique, médecine…)	3. Centration sur certaines situations cibles
4. Contenus nouveaux, a priori non maîtrisés par l'enseignant	4. Contenus nouveaux, a priori non maîtrisés par l'enseignant
5. Travail plus autonome de l'enseignant	5. Contacts avec les acteurs du milieu étudié
6. Matériel existant (insuffisant dans certains domaines)	6. Matériel à élaborer
7. Evaluation interne au programme de formation	7. Evaluation extérieure au programme

Fonte: MANGIANTE, 2006. p. 142

No contexto desta pesquisa, o trabalho se propõe a elaborar um programa de ensino para o Guia de Turismo do estado de São Paulo, portanto, trata-se de um *métier* em particular, dentro da grande área do Turismo. É necessário, assim, identificar as efetivas situações de comunicação nas quais estes profissionais estarão inseridos.

A *démarche-type* apresentada pelos autores, assegura a especificidade de cada *métier.*

A *démarche-type* é apresentada em cinco etapas:

i. Identificação da demanda de formação.
ii. Análise de necessidades.
iii. Coleta de dados.
iv. Análise dos dados coletados.
v. Elaboração das atividades.

Segundo Mangiante e Parpette (2004), as cinco etapas do FOS são detalhadas da seguinte forma:

1. **Identificação da Demanda** – A demanda por um programa FOS surge, em geral, de uma instituição de ensino de línguas (escola de idiomas, empresa, etc.) e consiste num texto simples e curto que contenha a definição do público-alvo, o local em que o curso será realizado, a carga horária e os objetivos da formação. Em geral, a demanda é apresentada ao professor e ele pode solicitar mais detalhes para compreender, de fato, as características do que é solicitado, por meio de um contato com o solicitante e/ou público-alvo.

2. **Análise de necessidades** – uma vez que a demanda está clara, o professor pode entrar em contato com os alunos, por meio de um questionário, para identificar as situações de comunicação às quais os alunos estarão confrontados em termos de produção e compreensão oral e produção e compreensão escrita.

3. **Coleta de dados** – é a etapa mais complexa, pois a coleta de documentos autênticos é feita pelo professor visando a atingir os objetivos colocados pela instituição e as necessidades dos alunos.

4. **Análise dos dados coletados** – a análise dos dados coletados levam o professor a estabelecer uma relação entre os objetivos do curso, as situações de comunicação identificadas e os itens do seu programa de ensino.

5. **Elaboração das atividades** – este trabalho é definido como "didatização", ou seja, p professor vai fazer o tratamento didático do dos documentos encontrados.

No contexto desta pesquisa, a formação para Guias de Turismo, explicitamos abaixo, o que seria a aplicação da *démarche-type* para este caso em particular.

Assim, segundo Mangiante e Parpette (2006, p.01) a aplicação da *démarche* é definida da seguinte maneira: « *la démarche-type d'élaboration de programmes FOS correspond à des demandes précises et ciblées de formation en termes d'objectifs de l'organisme demandeur, d'homogénéité du public-cible et des conditions matérielles de la formation »*.

Para melhor compreender como se daria a *démarche-type* do FOS para **Guias de Turismo que atuam no estado de São Paulo** (ainda de forma hipotética[5]), as etapas metodológicas a percorrer seriam as seguintes:

- **Identificação da Demanda –** uma agência de turismo solicita uma formação em língua francesa para Guias de Turismo que vão atuar no estado de São Paulo. Os alunos têm nível xxxxxxx e sua disponibilidade de tempo é de xxxx horas por semana.

- **Análise das necessidades** – identificação do perfil profissional de cada Guia e as situações de comunicação nas quais estarão inseridos. Identificação se o contexto será para o turismo emissivo quando há o deslocamento para outra cidade ou região) ou turismo receptivo quando o profissional exerce sua função na cidade onde recebe os estrangeiros. Quais atividades são previstas em cada um dos perfis profissionais.

- **Coleta de dados** - elaborar uma lista de documentos que se referem ao contexto no qual o profissional vai atuar. Mapeamento dos pontos

[5] No capítulo de metodologia, a pesquisa voltada ao grupo de Guias de Turismo será explicada em detalhes.

turísticos, entre outras situações.

- **Análise dos dados coletados** (idem ao colocado anteriormente) a análise dos dados coletados levam o professor a estabelecer uma relação entre os objetivos do curso, as situações de comunicação identificadas e os itens do seu programa de ensino.

- **Elaboração das atividades** (idem ao colocado anteriormente) – este trabalho é definido como “didatização”, ou seja, p professor vai fazer o tratamento didático do dos documentos encontrados.

A identificação do **perfil profissional** e das atividades que o Guia realizaria é importante, pois, a variedade de situações é bem grande. Há os guias de turismo que exercem funções como motoristas, ou seja, dirigem o seu próprio veículo enquanto conduzem o *tour*; há os que não são motoristas, mas trabalham em parceria com um motorista, dando atenção total ao(s) viajante(s), enquanto o motorista dá atenção total ao trânsito; há também os guias que trabalham com clientes privativos e com pequenos grupos; há aqueles que trabalham em grandes grupos e ainda, os guias que fazem passeios a pé, muitas vezes de forma gratuita, recebendo apenas uma contribuição (gorjeta). Além destes perfis de atuação, há as especialidades e tipos de turismo que cada guia está acostumado a fazer, e nesse ponto, podemos citar os guias que focam o seu trabalho na gastronomia ou na arquitetura, assim como há aqueles que dão destaque aos locais de compras, ao turismo natural, ao turismo de sol e praia, aos esportes, etc. Em todas essas situações, porém, é primordial que o trabalho tenha a clareza do espectro e a abrangência da demanda proposta. Daí a necessidade de verificação do perfil profissional que compõe o grupo que receberá a formação em língua francesa.

Outro aspecto a destacar se refere à **análise da demanda** que busca identificar as situações de comunicação que os alunos enfrentam ou enfrentarão no contexto real que originou a demanda do programa. Assim, é importante observar que o leque de situações propostos pelo objetivo de realizar, **por exemplo,** um *tour* no estado de São Paulo é amplo e bem diversificado, haja vista que pode ser feito um *tour* regular na cidade de São Paulo; um *tour* na comunidade de Paraisópolis; uma vivência em uma

aldeia indígena guarani; uma trilha na mata atlântica; um *tour* com rapel e *rafting* em Brotas; uma visita à Basílica de Nossa Senhora de Aparecida, e tantas outras experiências turísticas. Há toda uma gama de alternativas turísticas possíveis de serem realizadas no estado de São Paulo, que apresentam situações bastantes distintas e com vocabulários que podem variar muito entre si. Nesse sentido, cada *tour* é um objetivo específico que pode guiar a elaboração de um material didático ou paradidático – uma unidade do manual, um livreto, etc., pois cada atividade deve ser preparada para que o aluno ganhe competências para conduzir um *tour* específico.

A etapa da coleta de dados é fundamental para validar, invalidar ou complementar as situações de comunicação identificadas na análise da demanda. (MANGIANTE; PARPETTE, 2004). Os dados podem vir de questionários, entrevistas, filmagens, gravações e seleções de *corpus* autênticos de situações reais de comunicação para serem didatizados.

Coletar dados no próprio local onde as situações[6] ocorrem e ocorrerão representa uma vantagem na pesquisa em comparação a pesquisas elaboradas para situações que ocorrem e ocorrerão em outra localidade.

As duas etapas seguintes – análise dos dados coletados e didatização - são realizadas buscando atender, de forma coerente, ao que já foi sistematizado anteriormente. Isso significa que a démarche deve ser realizada em sua totalidade pelo professor responsável pela elaboração do programa.

Considerando as especificidades de um programa para Guias de Turismo do estado de São Paulo, foco principal da pesquisa, na próxima seção, colocamos as pesquisas realizadas na área para dialogar com o que já foi realizado.

Nossa hipótese é que, na maioria dos casos, o que é tratado é a grande área do Turismo. Nas situações em que se constata o estudo de um *métier* em particular dentro da grande área, a démarche FOS é plenamente aplicada.

---

[6] Importante ressaltar que nesta pesquisa reúno a condição de profissional da área estudada e de pesquisador, o que torna as hipóteses colocadas próximas às situações de comunicação reais do contexto estudado.

1.2 Pesquisas e publicações em FOS Turismo: problemáticas estudadas

As pesquisas encontradas na área do ensino e aprendizagem da língua francesa para profissionais que atuam na área do Turismo situam-se em países estrangeiros.

O estado da arte[7] levantado neste trabalho tem por objetivo identificar quais são as problemáticas abordadas e, em que medida, o conjunto de questões pode ser considerado como eixo transversal para a formação de diferentes profissionais de Turismo e, se houver particularidades, quais são elas e seus impactos na formação do profissional.

O recorte dos trabalhos foi feito a partir de 2015, considerando que esta pesquisa se interessa em propor um programa de ensino e aprendizagem na área do FOS Guia de Turismo no estado de São Paulo, segundo a abordagem comunicativa.

Os itens levantados se referem a dados que identificam a pesquisa em nível de doutorado, o ano e a universidade em que foi desenvolvida, seu título e autor e a orientação. Além da referência completa, o resumo do trabalho indica o que foi estudado.

Teses de doutorado

1. **Tese de doutorado**

   Título – *L'enseignement du français de l'hôtellerie et du tourisme dans les universités publiques kenyanes*

   Autor – Gladys Otieno

   Orientadores – Claude FREY e Milcah Mudeizi CHOKAH

   Universidade – Sorbonne Paris Cité (co-tutela com Kenyatta University Chapter)

   Ano – 2015

   Disponível em https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01508558/document

   Referência – Gladys Otieno. *L'enseignement du français de l'hôtellerie et du tourisme dans les universités publiques kenyanes.* Linguistique. Université Sorbonne Paris Cité, 2015. Français. ffNNT : 2015USPCA141ff. fftel-01508558f

[7] Obs.: nem todos os trabalhos realizados estão livres para acesso na Internet; o que é, em geral, disponibilizado na rede são os títulos, os autores, a universidade em que foram realizados os trabalhos de pesquisa e os resumos das dissertações e teses realizadas.

Résumé
Cette étude se focalise sur le cadre large du français non-généraliste et plus précisément du **français de spécialité** visant le domaine de l'hôtellerie et du tourisme. Elle a pour objectif de montrer dans quelle mesure l'enseignement du français de l'hôtellerie et du tourisme offert dans les universités publiques kényanes répond aux **besoins des apprenants**. Elle prend une approche systémique centrée sur l'apprenant. Des méthodes quantitatives et qualitatives ont été employées pour le recueil des données. Une analyse des besoins des apprenants a été effectuée auprès des apprenants. Les perspectives des besoins des apprenants par différents acteurs, à savoir, les enseignants et les professionnels ont été également sollicitées. Les résultats montrent qu'il existe des besoins par rapport à tous les paramètres étudiés et que ces **besoins sont transversaux plutôt que liés à la spécialité. Des recoupements des perspectives des différents acteurs des besoins des apprenants** ont été notés ainsi que des divergences. Par rapport aux enseignants, ces divergences se rapportent à **l'ampleur des besoins** tandis que pour les professionnels, celles –ci portent sur la **variété des besoins recensés**. Les résultats de nos enquêtes nous montrent que l'analyse des besoins reste une pratique valable en français de spécialité et que dans un cas idéal, elle doit être **centrée sur les apprenants.**

Nesta pesquisa, identificamos os seguintes aspectos:

- Francês de Especialidade – área da hotelaria e turismo
- Análise de necessidades – situações transversais
- Importância da identificação e análise de necessidades junto aos atores do contexto estudado.

2. Tese de doutorado

Título – *Vers une ingénierie de formation pour le français du tourisme en contexte marocain*

Autor – Saâdia Benmoussa

Orientadores – Florence MOURLHON-DALLIES e Chakib TAZI

Universidade – Université Paris Descartes

Ano – 2017

Disponível em

https://tel.archivesouvertes.fr/tel02144039/file/va_Benmoussa_Saadia.pdf

Referência - Saâdia Benmoussa. Vers une ingénierie de formation pour le français du tourisme en contexte marocain. Linguistique. Université Sorbonne Paris Cité; Université Sidi Mohamed ben Abdellah (Fès, Maroc), 2017. Français. ffNNT: 2017USPCB165ff.

Résumé

Si la langue française fut imposée, à l'époque coloniale à des fins d'empire et d'emprise, actuellement, elle s'impose par l'effet de la **mondialisation comme une langue à visée professionnelle.** Notre recherche accorde une attention particulière à l'enseignement du **français à visée professionnelle** dans le domaine du tourisme au Maroc. Elle se situe donc au **carrefour de la didactique des langues et de la formation professionnelle initiale**, suite aux programmes d'urgence décidés récemment par le Ministère du tourisme marocain concernant la mise à niveau des étudiants en français. Le besoin de réagir de manière efficace est devenu particulièrement sensible et motive la présente recherche. Notre projet est d'une part, de faire l'état des lieux de l'enseignement du français dans le domaine du tourisme au Maroc depuis l'indépendance à aujourd'hui, en examinant les outils méthodologiques utilisés, et, d'autre part, **d'identifier les besoins actuels des apprenants** et des enseignants et plus largement, les **attentes des établissements touristiques**, afin de concevoir un matériel didactique du français spécialement destiné à notre public actuel. L'objectif est de faire **acquérir aux apprenants des compétences culturelles et langagières spécifiques**, tant orales qu'écrites répondant aux injonctions du marché de l'emploi-En cela, le domaine de l'ingénierie de formation sera sollicité.

Nesta pesquisa, identificamos os seguintes aspectos:

- Língua francesa para fins profissionais
- Análise dos materiais didáticos utilizados
- Identificação das necessidades dos alunos e dos estabelecimentos ligados ao turismo
- Objetivo – aquisição de competências culturais e de comunicação específicas

3. Tese de doutorado

Título – *Le français langue étrangère dans la formation linguistique des apprentis guides touristiques vénézuéliens : pistes pédagogiques à partir de l'analyse du discours*

Autor – Yolibeth Machado Key

Orientadora – Nathalie SPANGHERO-GAILLARD

Universidade – Université Toulouse 2

Ano – 2013

Disponível em: https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00833264

Referência – Yolibeth Machado Key. Le français langue étrangère dans la formation linguistique des apprentis guides touristiques vénézuéliens : pistes pédagogiques à partir de l'analyse du discours. Linguistique. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2012. Français. NNT : 2012TOU20052.

Résumé
Notre étude s'inscrit dans les **recherches en didactique des langues. Elle vise à faire des propositions pédagogiques pour l'enseignement du français langue étrangère dans la formation linguistique des apprentis guides touristiques au Venezuela**. Pour ce faire, nous avons enregistré sur le terrain de travail quatre guides professionnels (deux français et deux vénézuéliens. Le corpus ainsi constitué a été transcrit avec les normes ICOR (Laboratoire ICAR, Lyon 2). Dans le but d'effectuer une analyse comparative, nous avons pris des outils de l'analyse conversationnelle, de la linguistique énonciative et de la linguistique textuelle pour déterminer les ressemblances et les différences discursives des guides touristiques à étude au niveau pragmatique, énonciatif, syntaxique et sémantique. Les analyses ont démontré que les guides des deux groupes culturels ont recours aux mêmes actes de parole dans les visites guidées, se servent des mêmes procédés linguistiques propres aux discours oraux même si ces derniers sont empreints de traces de scripturalisation. Toutefois, les guides utilisent différemment les déictiques en tant que marques énonciatives et culturelles. Avec ces observations, nous présentons des modèles d'activités pédagogiques visant la maîtrise des savoirs linguistiques, le développement de savoir-faire communicatifs et savoir-être nécessaires pour un guide touristique. Ces activités de formation intègrent les dimensions interculturelles qu'a fait apparaître l'analyse des interactions.

Nesta pesquisa, identificamos os seguintes aspectos:

- Formação para Guias de Turismo
- Análise do discurso dos profissionais
- Identificação de atos de fala semelhantes entre as duas culturas
- Modelos de atividades pedagógicas

Artigos publicados

No levantamento que fizemos, chamou-nos a atenção algumas publicações realizadas em revistas de estudos em língua francesa. A seguir, destacamos alguns deles:

- ELIE, Alrabadi (2011). *L'élaboration d'un programme de français du tourisme dans le contexte universitaire jordanien.* In **Thélème. Revista Complutense de Estudios Franceses** ISSN: 1139-9368 2011, vol. 26 89-110. doi : 10.5209/rev_THEL.2011.v26.6
  Disponível em: https://revistas.ucm.es . Acesso em 20 de agosto 2021.

Résumé
Pour préparer des guides touristiques qualifiés, l'Université du Yarmouk a créé le Département du Tourisme. Les étudiants de ce département choisissent obligatoirement, en mineure, une langue étrangère enseignée à l'université dont le français, objet de cette recherche. Cependant, nous avons remarqué qu'aucun programme n'a été mis en place pour convenir aux besoins de ces étudiants. Ils suivent la même **formation généraliste** que les étudiants du département de français. En effet, l'élaboration d'un programme de FOS, nécessite une **démarche spécifique** composée de cinq étapes : l'analyse de la demande ; l'analyse des besoins des apprenants ; la collecte des données ; l'analyse de ces données et l'élaboration des activités didactiques. L'objectif de cette recherche est de proposer une démarche scientifique pour la construction de ce programme afin de répondre au mieux aux besoins du pays et à ceux des apprenants.

- BENMESSAOUD, Saloua Kammoun (2018). *Enseigner le français du tourisme à des fins professionnelles en contexte tunisien*. In Synergies **Europe n° 13** p. 69-81 SSN 1951-6088 ISSN en ligne 2260-653X

Résumé
Afin de **répondre aux besoins de compétences et qualifications des employeurs**, la formation des futurs licenciés dans le domaine touristique ne peut se passer d'une formation aux langues étrangères, notamment le français, car plus que n'importe quel autre domaine, les formations disciplinaire et linguistique vont de pair dans le secteur du tourisme. **Comment adapter donc le cours de français du tourisme aux besoins du marché du travail dans le contexte tunisien ?** Pour répondre à cette problématique, nous proposons **une démarche ingénierique qui part de l'analyse des besoins pour fixer des objectifs pédagogiques adaptés au contexte tunisien**.

- CELOTTI, Nadine (2009) *Traduire pour accueillir l'étranger en voyage. Qu'en est-il des sites web touristiques institutionnels sur Trieste, « la plus 'mitteleuropéenne' des villes italiennes »*. In **Rivista internazionale di tecnica della traduzione, nº 11 : 2009 [18]** p. 85-95 Università di Trieste ISSN: 17225906
  URI http://hdl.handle.net/10077/3706 . Acesso em 20 de agosto de 2021.

Abstract

This paper deals with tourism communication and Institutional Tourism Web Translation through the observation of discourses for tourist use on the Italian town of Trieste. First of all, it focuses on French guides and Italian institutional Web sites to indicate how a French tourist-traveller can build his images of Trieste before his departure. The second part aims at analysing Italian Institutional Web Translation into French. Particular attention is paid to translation strategies mainly involving three terms: translation, adaptation and localisation.

- PARÍS, Félix Núñez (2001). *Le français sur objectifs spécifiques ou français de spécialité: l'enseignement du français du tourisme*. In **Revista de lenguas para fines específicos** 7/8 (2000-2001), Vol. 8 (2001), p. 241-258 https://ojsspdc.ulpgc.es/ojs/index.php/LFE/article/view/204 . Acesso em 20 de agosto de 2021.

Resumen

Teniendo como marco de referencia el concepto de francés de especialidad desde una perspectiva de enseñanza funcional del francés, ha sido nuestro propósito analizar las especificidades inherentes a la enseñanza del francés del turismo, incidiendo particularmente, en el ámbito de las competencias profesionales y comunicativas derivadas de la puesta en práctica de los correspondientes programas de enseñanza-aprendizaje. Ello nos permitirá determinar, subsiguientemente, si la elaboración del programa ha sido definida con criterios de calidad y a partir de un proyecto pedagógico bien ensamblado y coherente con los objetivos que se pretenden alcanzar.

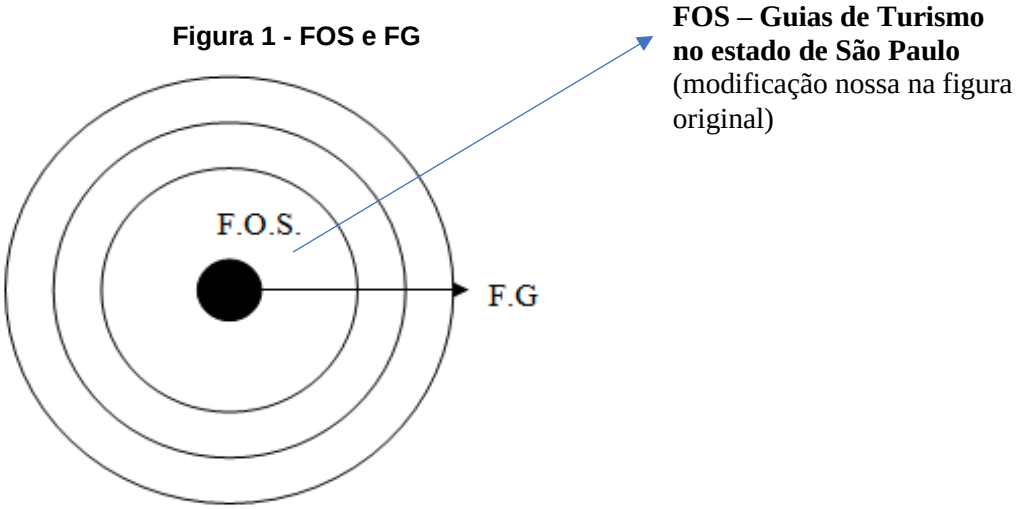
Das publicações selecionadas, destacamos os seguintes aspectos:

- Ênfase na *démarche* FOS para a identificação das necessidades.
- Formação para Guias de Turismo em nível universitário.
- Engenharia de formação em francês profissional adaptada ao contexto de um determinado país.
- Comunicação geral na área do turismo.
- Tradução institucional em turismo no ambiente web.
- Observação e análise do discurso.
- Análise da tradução turística na web.
- Francês de especialidade e ensino funcional do francês.
- Análise das especificidades do ensino do francês do turismo.

No contexto de nossa pesquisa, o estado da arte inicial na área nos fornece elementos para compreender melhor a especificidade de uma demanda em um determinado contexto. Podemos dizer que, segundo os especialistas quanto mais nos aproximamos de um *métier*, mais o programa de ensino responde melhor às necessidades do público-alvo.

Citando Mangiante e Parpette (2004), a figura abaixo expressa o que procuramos observar no que se refere ao programa de ensino para Guias de Turismo no estado de São Paulo.

Figura 1 - FOS e FG



Fonte – MANGIANTE, J.M. et PARPETTE, C. 2004

1.3 Materiais didáticos em Francês para Turismo: reflexões e problematizações

Os materiais didáticos na área do ensino de línguas estrangeiras para contextos específicos atendem, em geral, a demandas identificadas na grande área Turismo. Como já mencionado, anteriormente, essa concepção corresponde a uma abordagem que se refere ao ensino da língua por especialidade, por grande área, no caso do francês, é denominada, *Français de Spécialité* atendendo a um público que reúne um conjunto de profissionais ligados ao Turismo e não categorias, em particular. As editoras trazidas nesta pesquisa são francesas, não havendo, portanto, no contexto brasileiro, uma publicação na área do ensino e aprendizagem de línguas para profissionais do Turismo.

Assim, o objetivo dessa seção é identificar as orientações didático-metodológicas desses materiais, apontando as temáticas abordadas e as competências visadas. As editoras que publicaram na área do *Français de Spécialité* Turismo, buscaram fornecer elementos para a formação de diferentes profissionais da área, ou seja, temáticas transversais situações de comunicação presentes em seu cotidiano, consideradas “universais”.

No que se refere à formação em língua francesa de Guias de Turismo, o objetivo, num segundo momento, é, a partir dessa análise, identificar o que poderia ser considerado e “aproveitado” em termos temáticos e atividades propostas. Tomando como referência o FOS, é necessário desenvolver um material didático específico para esse público, ou seja, um material “à la carte”, FOS-Guia de Turismo. Mas, do ponto de vista editorial, pelos custos que isso representa, isso se torna inviável e as editoras acabam por publicar livros didáticos que atendem à área Turismo de modo geral.

Assim, para melhor compreender os objetivos das publicações em Francês do Turismo, foi selecionado um conjunto de livros didáticos, a partir dos quais são trazidas as informações de cada livro: Nome do material, editora, ano de publicação e autor. Num segundo momento, para cada livro, é apresentada uma ficha técnica na qual é apontado o nível, segundo a classificação do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas (QECRL)[8] , o número de horas a serem desenvolvidas, as temáticas abordadas e as atividades propostas, o que será objeto de uma análise mais específica.

O critério adotado para selecionar os livros didáticos para análise foi o contexto

[8]O Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas é um documento de referência internacional elaborado pela União Europeia para indicar as competências em línguas estrangeiras.

histórico atual, ou seja, apenas livros que são atualmente comercializados pelas editoras e que tenham sido publicados após o ano de 2010. Também foram descartados os livros de áreas específicas do turismo, como hotelaria, restauração e gastronomia por não serem áreas que contemplam a atividade do guia de turismo. Assim, na ausência de um material para guias de turismo, foram considerados apenas livros de francês profissional da grande área do turismo que contivessem atividades didáticas direcionadas à atividade profissional do guia de turismo. Os livros selecionados estão no quadro abaixo:

Quadro 4 – Livros didáticos de Francês para o Turismo

Nome do material	Editora	Ano	Autores
Le français en contexte – Tourisme.	Éditions Maison des Langues	2013	Andreu Coll, Arnaud Laygues
Tourisme.com	CLE International	2013	Sophie Corbeau, Chantal Dubois, Jean-Luc Penfornis
Bon voyage! Paris	CLE International	2017	Elisabeth Dussac

Fonte - Elaboração própria

- LAYGUES, A; COLL, A. *Le français en contexte – Tourisme*. Paris: Éditions Maison des Langues, 2013.

Figura 2 – Capa do livro *Le Français en contexte*

Ficha técnica

Nível – Iniciante – A1/A2

No de horas – 120

Editora – Maison de Langues

Ano - 2013

Fonte – Le Français en contexte - Tourisme

No livro didático *"Le Français en contexte- Tourisme"*, os autores afirmam que o material foi concebido a partir de pesquisas realizadas junto a profissionais do turismo, buscando identificar as demandas reais no exercício da profissão. Ao ser proposto para os níveis A1/A2, fica subentendido que o público-alvo possui conhecimentos iniciais da língua francesa e que, a partir das 120h de aprendizagem poderão atingir o nível A2. Além disso, o material tem por objetivo preparar o aluno para o exame DELF Pro A2 do CIEP, compondo uma etapa preliminar de preparação para o Diploma de Francês Profissional (DFP) em Turismo e Hotelaria da Câmara do Comércio e da Indústria de Paris.[9]

O sumário[10] (*Tableau de contenus*) do livro apresenta 6 módulos, divididos nos seguintes tópicos: contextos (temáticas), competências profissionais visadas, tipologia textual dos documentos, competências linguageiras (léxico e gramática), competências culturais e um item denominado vídeo e um último tópico, ação. Para cada um dos módulos, os objetivos são linguísticos e profissionais.

No Módulo 1, temos o seguinte:

Figura 3 – Sumário *Le Français en contexte*, Módulo 1 p. 1 e 2

TABLEAU DES CONTENUS

MODULE	CONTEXTES	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	TYPOLOGIE TEXTUELLE
M1 Les métiers du tourisme	VOUS ÊTES MONSIEUR... ?	Donner des informations sur soi et présenter un professionnel du tourisme.	• Carton d'invitation • Badges • Présentations d'ateliers
	C'EST FAIT POUR MOI !	Parler de ses qualités et de ses goûts. Comprendre des informations.	• Test d'orientation professionnelle • Petites annonces
	UNE ENQUÊTE PRO	Découvrir les métiers du tourisme et établir un questionnaire.	• Plan de salon • Questionnaire
	EN RECHERCHE DE STAGE	Comprendre et rédiger un email de demande de stage.	• Email de demande de stage

COMPÉTENCES LANGAGIÈRES		COMPÉTENCES CULTURELLES	VIDÉO	ACTION
LEXIQUE	GRAMMAIRE			
• Les nationalités • Les secteurs du tourisme	Le présent de l'indicatif (1)	LE SAVIEZ- VOUS ? Le secteur touristique en France POINT HISTOIRE : Le tourisme en France en 8 dates	QU'EST CE QU'UN BON MÉTIER ?	Aller à la rencontre des professionnels du secteur
• Les qualités professionnelles	Les adjectifs qualificatifs			
• Les métiers du tourisme	Le présent de l'indicatif (2)			
• La communication professionnelle à l'écrit (1)	Les verbes modaux			

Fonte – *Le Français en contexte - Tourisme*, p. 4 e 5

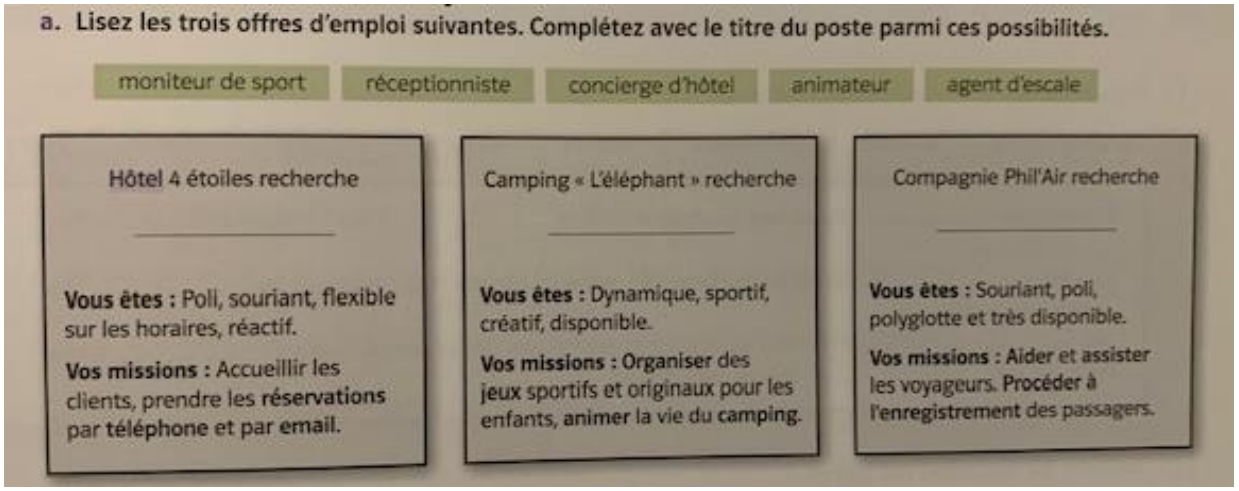
[9] O exame realizado pela câmara de comércio de Paris certifica o candidato aprovado em seu nível de língua francesa profissional do turismo, hotelaria e restauração, avaliando competências de produção e compreensão oral e escrita em situações profissionais. A certificação pode ser A2, B1 e B2 do CEFR.
[10] O sumário complete encontra-se no Anexo 1.

O Módulo 1 tem por objetivo desenvolver competências linguageiras relacionadas ao perfil de cada profissional, ou seja, pressupõe-se que, na sala de aula, há diferentes alunos que atuam na área e, portanto, não se trata de um profissional em particular. Assim, em "*compétences langagières*" o aluno é levado a desenvolver os seguintes atos de linguagem: apresentar-se e, sobretudo, apresentar-se como profissional, o que o leva a mobilizar o léxico dos *métiers* do Turismo. As competências orais e escritas mobilizadas são próprias à abordagem comunicativa, com a diferença de que se trata de alunos-profissionais do Turismo, incluindo entre outros, o Guia de Turismo.

Em relação ao perfil profissional dos diferentes *métiers* do Turismo do Módulo 1, uma das atividades propostas se refere a anúncios de empregos na área. Nesta atividade são apresentados perfis de estágio para: *moniteur de sport, récéptionniste, concierge d'hôtel, animateur* e *agent de escale*.

O espaço dedicado à gramática é denominado de *L'escale grammaire* – trata-se do desenvolvimento de tópicos relacionados ao módulo, ou seja, a abordagem da gramática é relacionada ao(s) contexto(s) trabalhados.

Figura 4 – Atividade Ofertas de estágios profissionais


a. Lisez les trois offres d'emploi suivantes. Complétez avec le titre du poste parmi ces possibilités.

moniteur de sport | réceptionniste | concierge d'hôtel | animateur | agent d'escale

Hôtel 4 étoiles recherche

_____

Vous êtes : Poli, souriant, flexible sur les horaires, réactif.

Vos missions : Accueillir les clients, prendre les réservations par téléphone et par email.

Camping « L'éléphant » recherche

_____

Vous êtes : Dynamique, sportif, créatif, disponible.

Vos missions : Organiser des jeux sportifs et originaux pour les enfants, animer la vie du camping.

Compagnie Phil'Air recherche

_____

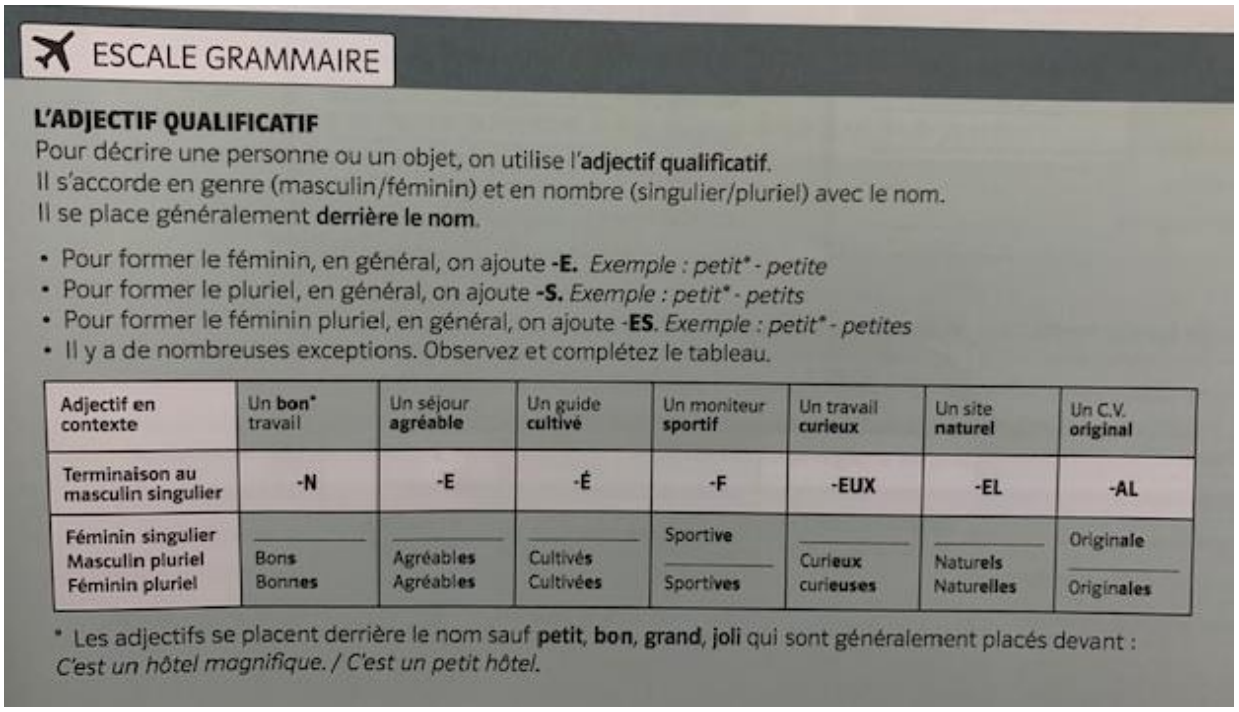
Vous êtes : Souriant, poli, polyglotte et très disponible.

Vos missions : Aider et assister les voyageurs. Procéder à l'enregistrement des passagers.

Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 11

O quadro gramatical que é apresentado na sequência busca trazer para o aluno, a explicação gramatical que é demandada na atividade. Trata-se de um quadro bastante claro que permite ao aluno a consulta à regra gramatical e, pela atividade, seu uso correto.

Figura 5 – Quadro gramatical



ESCALE GRAMMAIRE

L'ADJECTIF QUALIFICATIF

Pour décrire une personne ou un objet, on utilise l'**adjectif qualificatif**.
Il s'accorde en genre (masculin/féminin) et en nombre (singulier/pluriel) avec le nom.
Il se place généralement **derrière le nom**.

- Pour former le féminin, en général, on ajoute **-E.** *Exemple : petit* - petite*
- Pour former le pluriel, en général, on ajoute **-S.** *Exemple : petit* - petits*
- Pour former le féminin pluriel, en général, on ajoute **-ES**. *Exemple : petit* - petites*
- Il y a de nombreuses exceptions. Observez et complétez le tableau.

Adjectif en contexte	Un **bon*** travail	Un séjour **agréable**	Un guide **cultivé**	Un moniteur **sportif**	Un travail **curieux**	Un site **naturel**	Un C.V. **original**
Terminaison au masculin singulier	-N	-E	-É	-F	-EUX	-EL	-AL
Féminin singulier	_____	_____	_____	Sportive	_____	_____	Originale
Masculin pluriel	Bons	Agréables	Cultivés	_____	Curieux	Naturels	_____
Féminin pluriel	Bonnes	Agréables	Cultivées	Sportives	curieuses	Naturelles	Originales

* Les adjectifs se placent derrière le nom sauf **petit**, **bon**, **grand**, **joli** qui sont généralement placés devant :
C'est un hôtel magnifique. / C'est un petit hôtel.

Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 11

Na rubrica *"Compétences culturelles"* duas seções são apresentadas: a primeira é "*Le saviez-vous*? cujo objetivo é o de fornecer informações sobre um determinado assunto tratado no módulo; a segunda é denominada *"Point histoire"* na qual são dadas informações sobre um tema histórico relacionado ao módulo.

No módulo 1 são apresentadas desta forma

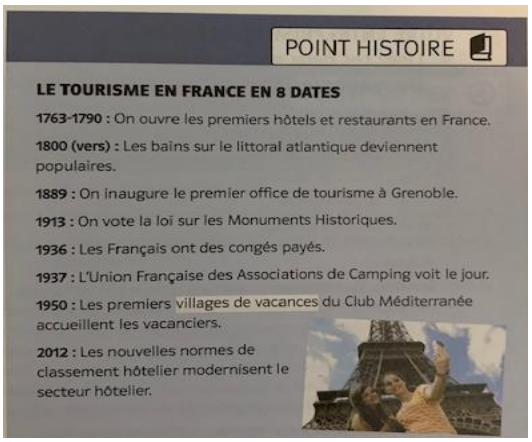
Figura 6 – Le Saviez-vous ?

LE SAVIEZ-VOUS ?

LE TOURISME EN FRANCE

- 1er secteur économique en France.
  - 40 milliards d'euros par an tous secteurs confondus (**hôtellerie**, **commerces**, **loisirs**…).
- 2,5 % du PIB (devant **l'énergie**, **l'agriculture** ou **l'automobile**).
- 1 million **d'emplois** (en particulier chez les jeunes) comme par exemple :
  - 440 000 dans la **restauration**;
  - 180 000 dans **l'hébergement**;
  - 40 000 en **agences de voyages**.

Figura 7- Point Histoire



POINT HISTOIRE

LE TOURISME EN FRANCE EN 8 DATES

1763-1790 : On ouvre les premiers hôtels et restaurants en France.

1800 (vers) : Les bains sur le littoral atlantique deviennent populaires.

1889 : On inaugure le premier office de tourisme à Grenoble.

1913 : On vote la loi sur les Monuments Historiques.

1936 : Les Français ont des congés payés.

1937 : L'Union Française des Associations de Camping voit le jour.

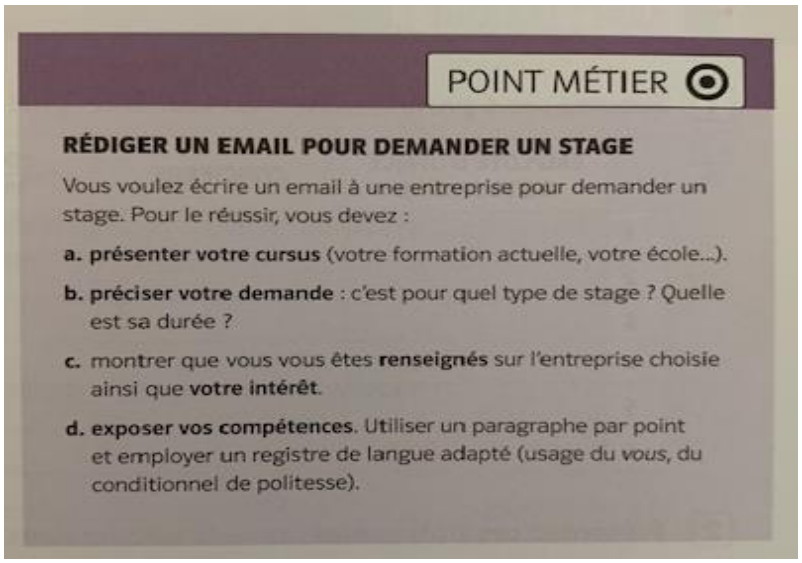
1950 : Les premiers villages de vacances du Club Méditerranée accueillent les vacanciers.

2012 : Les nouvelles normes de classement hôtelier modernisent le secteur hôtelier.

Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 8 ;15.

A seção *“Le point métier”* foi concebida pelos autores com o objetivo de propor a realização de uma *“tâche professionnelle”*. Neste módulo a atividade é a redação de um email solicitando um estágio. Na figura abaixo é interessante notar que a atividade é guiada, ou seja, o passo a passo é orientado ao aluno.

Figura 8 – Point Métier



POINT MÉTIER

RÉDIGER UN EMAIL POUR DEMANDER UN STAGE

Vous voulez écrire un email à une entreprise pour demander un stage. Pour le réussir, vous devez :

a. présenter votre cursus (votre formation actuelle, votre école...).

b. préciser votre demande : c'est pour quel type de stage ? Quelle est sa durée ?

c. montrer que vous vous êtes **renseignés** sur l'entreprise choisie ainsi que **votre intérêt**.

d. exposer vos compétences. Utiliser un paragraphe par point et employer un registre de langue adapté (usage du *vous*, du conditionnel de politesse).

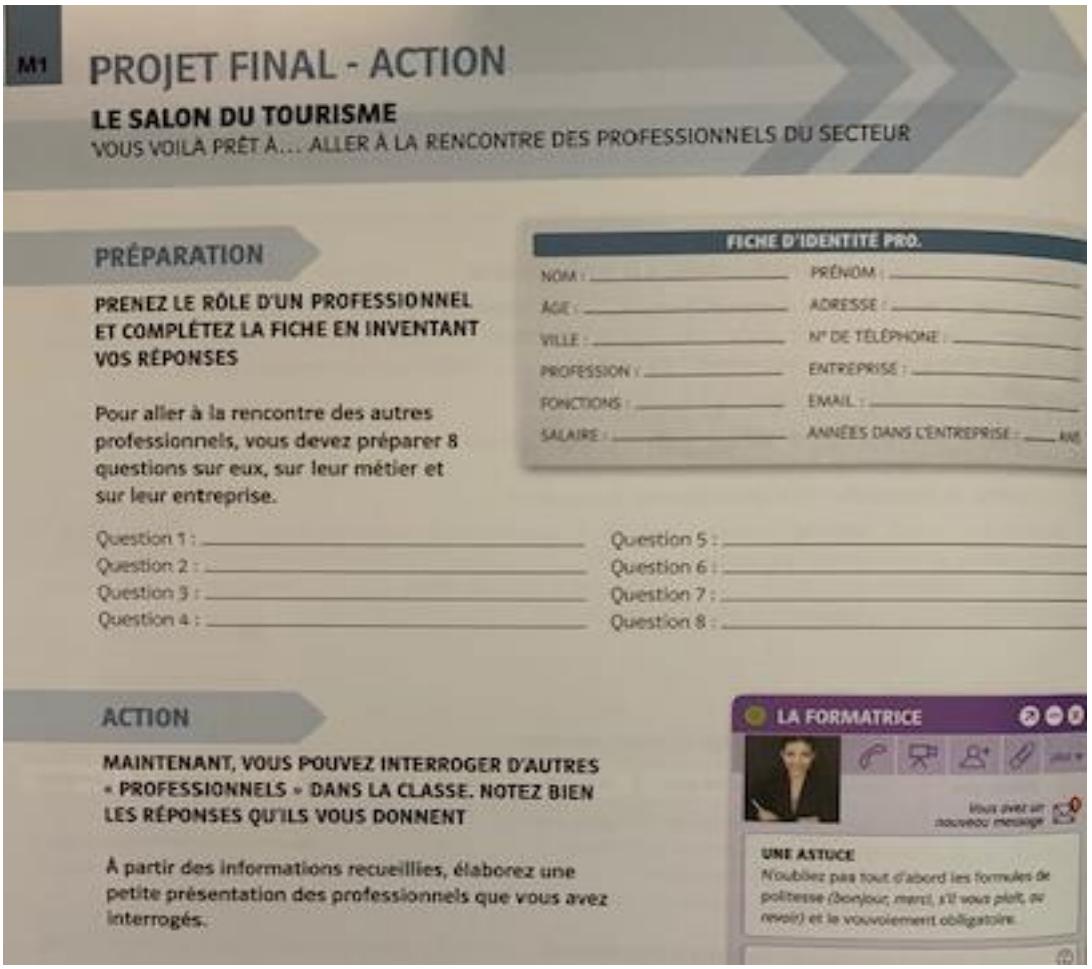
Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 17.

As duas últimas seções de cada módulo são denominadas *“Projet Final – Action”* e *“Vidéo – Ça tourne.* Em relação à abordagem didático-metodológica do livro, essas páginas trazem situações de comunicação autênticas nas quais o aluno vai mobilizar o que foi visto no módulo e, em classe, simular uma prática profissional equivalente àquela que ele poderá encontrar em seu cotidiano.

Assim, no Módulo 1, no “*Projet Final – Action”*, ao aluno é apresentado o contexto profissional *“Le Salon du Tourisme”* e sua ação profissional é de “Interroger d’autres professionnels” (os o=colegas da classe), para depois, oralmente apresentar cada perfil.

Para isso, ao professor é orientado que ele desenvolva junto aos alunos uma atividade de preparação, o que permite a recuperação linguística-discursiva do que foi realizado no módulo.

Figura 9 – Projet Final



M1

PROJET FINAL - ACTION

LE SALON DU TOURISME

VOUS VOILA PRÊT À... ALLER À LA RENCONTRE DES PROFESSIONNELS DU SECTEUR

PRÉPARATION

PRENEZ LE RÔLE D'UN PROFESSIONNEL ET COMPLÉTEZ LA FICHE EN INVENTANT VOS RÉPONSES

Pour aller à la rencontre des autres professionnels, vous devez préparer 8 questions sur eux, sur leur métier et sur leur entreprise.

FICHE D'IDENTITÉ PRO.

NOM : PRÉNOM :
ÂGE : ADRESSE :
VILLE : N° DE TÉLÉPHONE :
PROFESSION : ENTREPRISE :
FONCTIONS : EMAIL :
SALAIRE : ANNÉES DANS L'ENTREPRISE : ___ ANS

Question 1 :
Question 2 :
Question 3 :
Question 4 :
Question 5 :
Question 6 :
Question 7 :
Question 8 :

ACTION

MAINTENANT, VOUS POUVEZ INTERROGER D'AUTRES « PROFESSIONNELS » DANS LA CLASSE. NOTEZ BIEN LES RÉPONSES QU'ILS VOUS DONNENT

À partir des informations recueillies, élaborez une petite présentation des professionnels que vous avez interrogés.

LA FORMATRICE

Vous avez un nouveau message

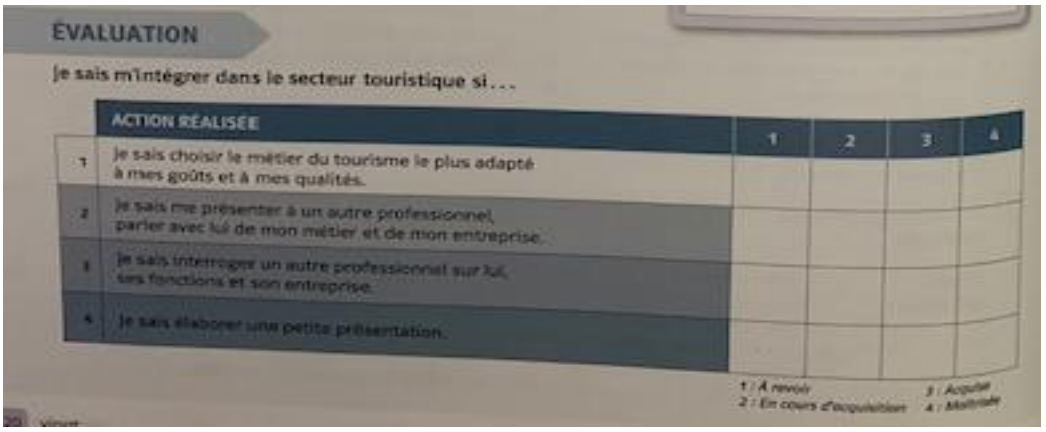
UNE ASTUCE

N'oubliez pas tout d'abord les formules de politesse (bonjour, merci, s'il vous plaît, au revoir) et le vouvoiement obligatoire.

Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 20.

Ao final da atividade, o livro propõe uma autoavaliação, na rubrica "*Evaluation".*

Figura 10 – Atividade de autoavaliação



ÉVALUATION

Je sais m'intégrer dans le secteur touristique si...

	ACTION RÉALISÉE	1	2	3	4
1	Je sais choisir le métier du tourisme le plus adapté à mes goûts et à mes qualités.				
2	Je sais me présenter à un autre professionnel, parler avec lui de mon métier et de mon entreprise.				
3	Je sais interroger un autre professionnel sur lui, ses fonctions et son entreprise.				
4	Je sais élaborer une petite présentation.				

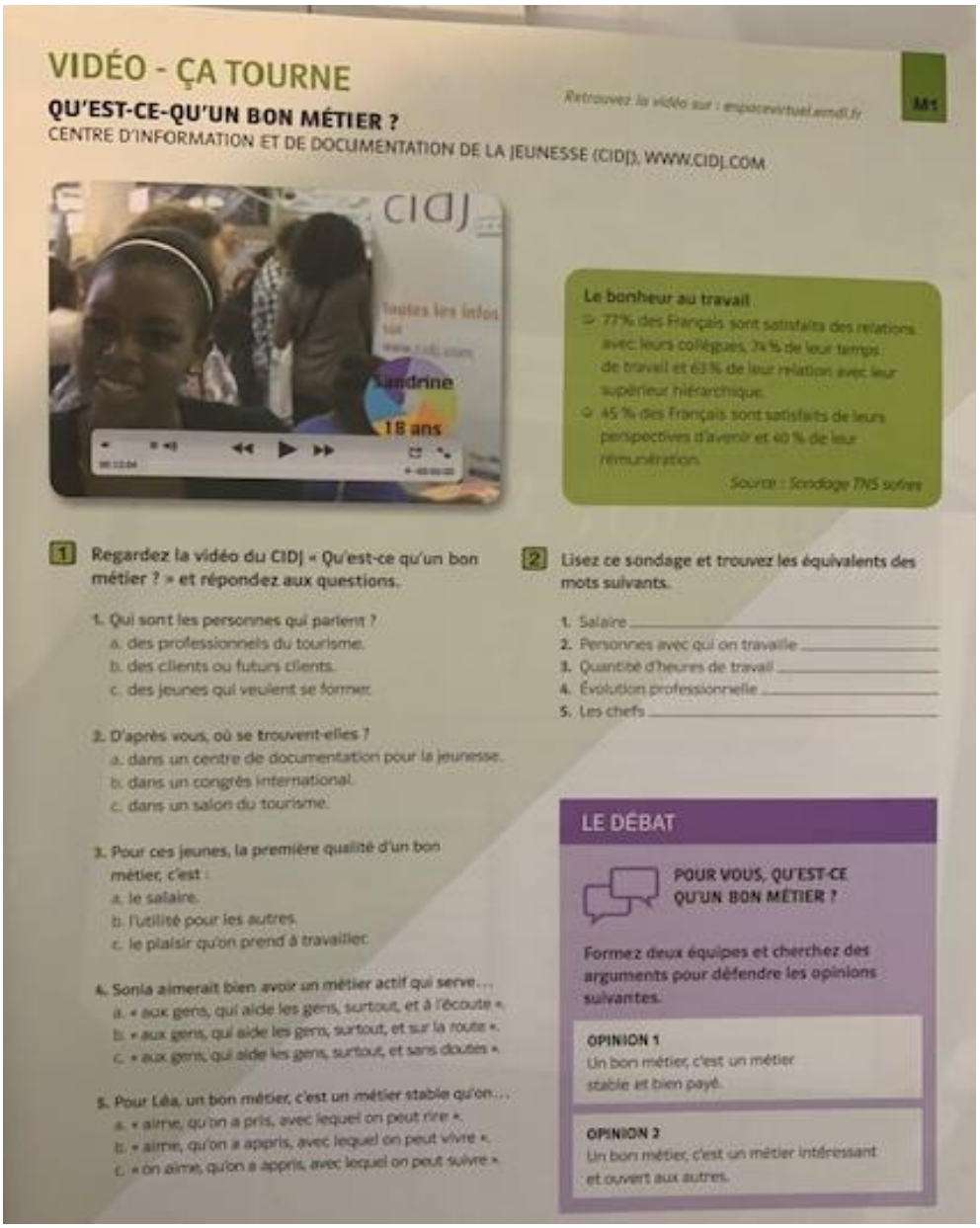
1 : À revoir
2 : En cours d'acquisition
3 : Acquis
4 : Maîtrisé

Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 20.

A seção "*Vidéo – Ça tourne*" apresenta um vídeo autêntico disponível em um

site. A atividade proposta é de compreensão oral, com a identificação de elementos específicos que vão dar origem a um debate.

Figura 11 – Atividade de vídeo



VIDÉO - ÇA TOURNE

QU'EST-CE-QU'UN BON MÉTIER ?

CENTRE D'INFORMATION ET DE DOCUMENTATION DE LA JEUNESSE (CIDJ). WWW.CIDJ.COM

Retrouvez la vidéo sur : espacevirtuel.emdl.fr

M1

Le bonheur au travail

- 77% des Français sont satisfaits des relations avec leurs collègues, 74 % de leur temps de travail et 63 % de leur relation avec leur supérieur hiérarchique.
- 45 % des Français sont satisfaits de leurs perspectives d'avenir et 40 % de leur rémunération.

Source : Sondage TNS sofres

1 Regardez la vidéo du CIDJ « Qu'est-ce qu'un bon métier ? » et répondez aux questions.

1. Qui sont les personnes qui parlent ?
   a. des professionnels du tourisme.
   b. des clients ou futurs clients.
   c. des jeunes qui veulent se former.
2. D'après vous, où se trouvent-elles ?
   a. dans un centre de documentation pour la jeunesse.
   b. dans un congrès international.
   c. dans un salon du tourisme.
3. Pour ces jeunes, la première qualité d'un bon métier, c'est :
   a. le salaire.
   b. l'utilité pour les autres.
   c. le plaisir qu'on prend à travailler.
4. Sonia aimerait bien avoir un métier actif qui serve…
   a. « aux gens, qui aide les gens, surtout, et à l'écoute ».
   b. « aux gens, qui aide les gens, surtout, et sur la route ».
   c. « aux gens, qui aide les gens, surtout, et sans doutes ».
5. Pour Léa, un bon métier, c'est un métier stable qu'on…
   a. « aime, qu'on a pris, avec lequel on peut rire ».
   b. « aime, qu'on a appris, avec lequel on peut vivre ».
   c. « on aime, qu'on a appris, avec lequel on peut suivre ».

2 Lisez ce sondage et trouvez les équivalents des mots suivants.

1. Salaire _____
2. Personnes avec qui on travaille _____
3. Quantité d'heures de travail _____
4. Évolution professionnelle _____
5. Les chefs _____

LE DÉBAT

POUR VOUS, QU'EST-CE QU'UN BON MÉTIER ?

Formez deux équipes et cherchez des arguments pour défendre les opinions suivantes.

OPINION 1
Un bon métier, c'est un métier stable et bien payé.

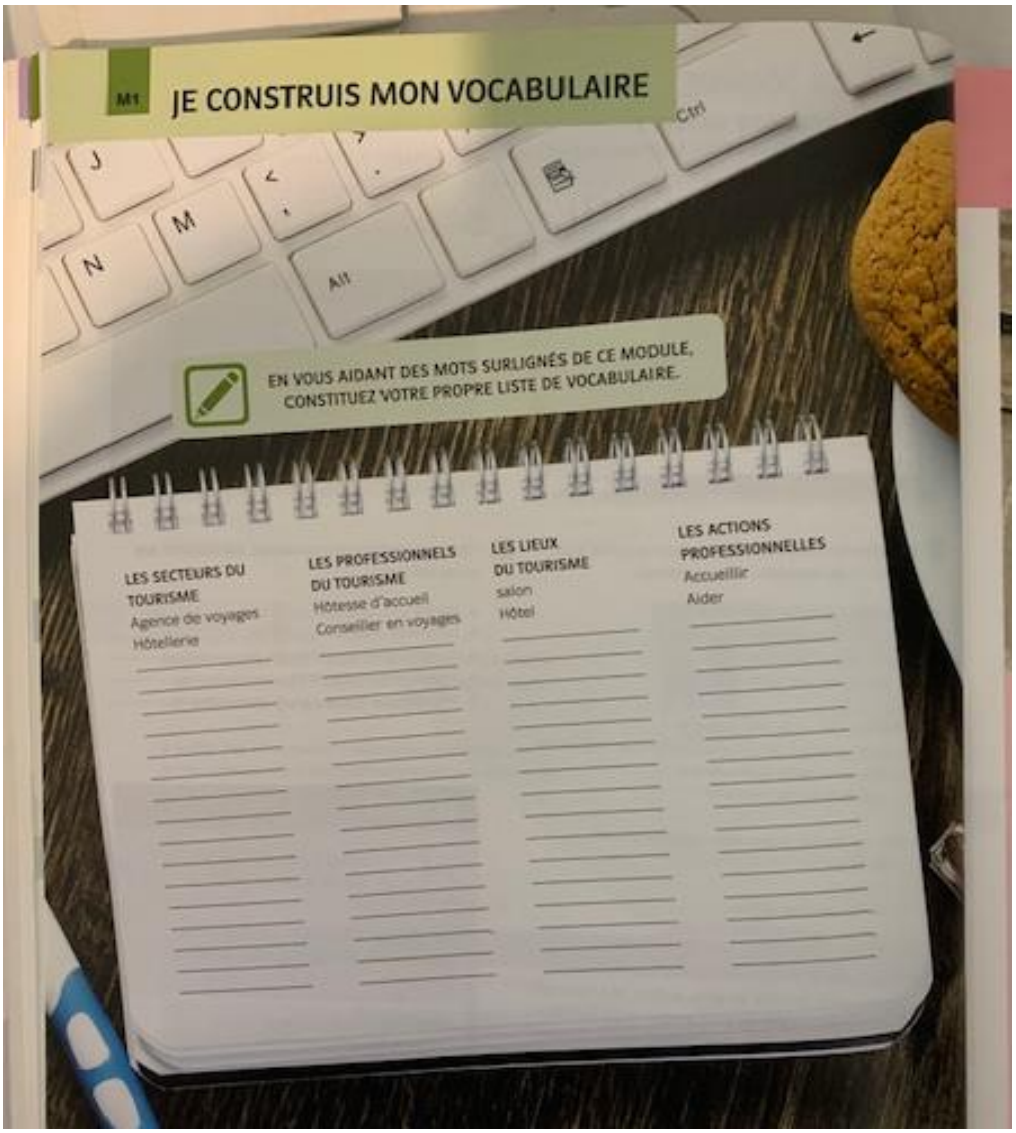
OPINION 2
Un bon métier, c'est un métier intéressant et ouvert aux autres.

Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 21.

Com o objetivo de sistematizar o vocabulário trabalhado no módulo, os autores propõem uma seção final que se denomina *"Je construis mon vocabulaire".* Em termos de abordagem metodológica, é possível dizer que, no âmbito do *"Français de Spécialité",* a ênfase do uso do vocabulário em contexto é um dos elementos que assegura a comunicação. O que se diferencia de outras abordagens de ênfase lexical

trabalhada no início da unidade, é que neste caso, a sistematização ocorre ao final, ou seja, cabe ao aluno realizar uma síntese lexical com temáticas do módulo: *Les Secteurs du Tourisme; Les Professionnels du Tourisme; Les Lieux du Tourisme; Les Actions Professionnelles.*

Figura 12 – Atividade lexical



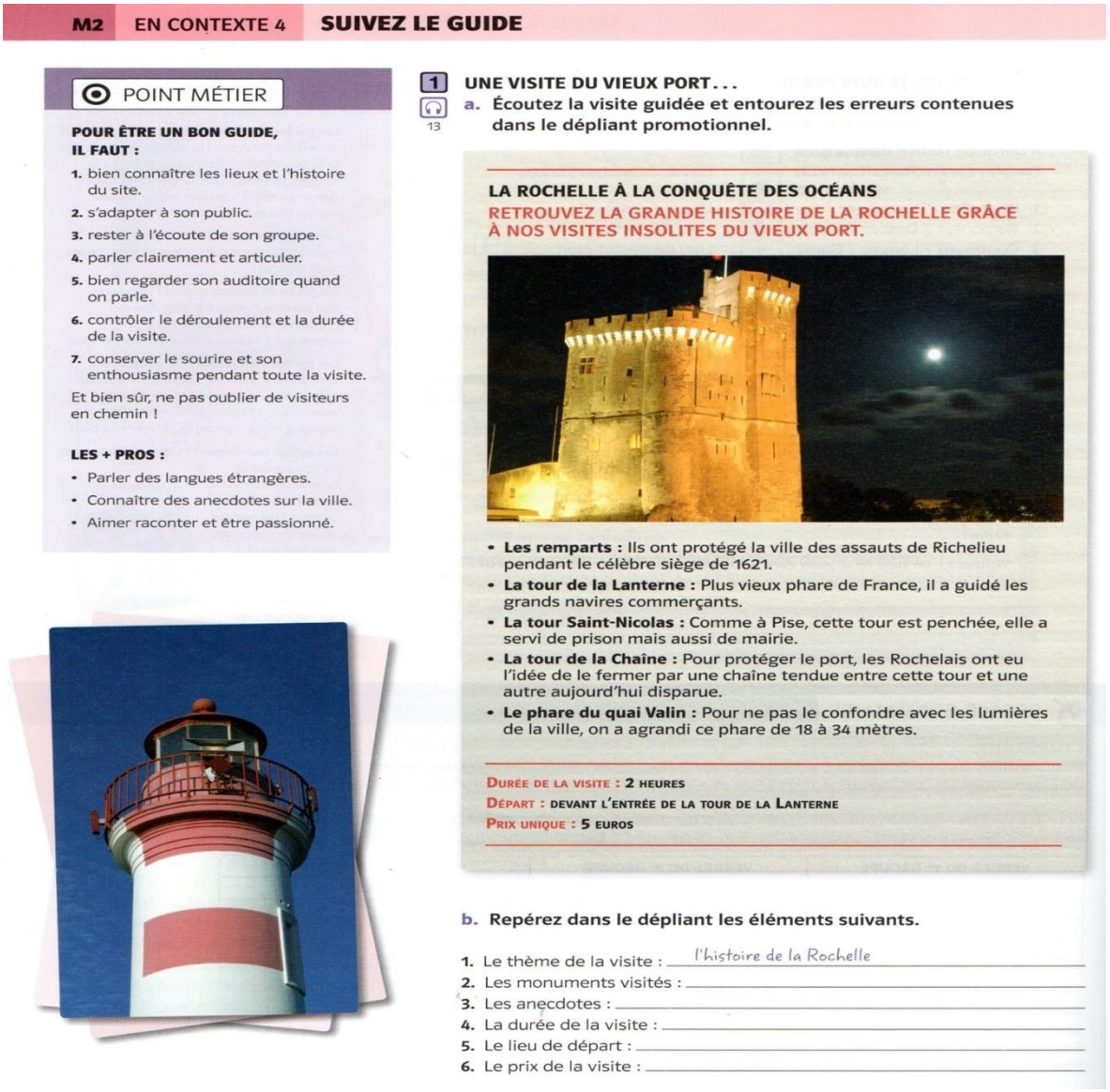
Fonte – *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 22.

Módulo: M2 – Guide Touristique

No módulo 2 do livro *"Le Français en contexte – Tourisme",* na seção denominada "*Suivez le guide*" o profissional em destaque é o Guia de Turismo.

O guia trabalha diretamente com diferentes suportes informativos tanto no guiamento quanto no centro de informações turísticas. Responder a pedidos de informações também integra as atividades profissionais do guia. A documentação turística e as questões frequentes trazem um léxico específico ao trabalho do guia, assim como os adjetivos demonstrativos e possessivos.

Figura 13. Suivez le Guide



M2 EN CONTEXTE 4 **SUIVEZ LE GUIDE**

POINT MÉTIER

POUR ÊTRE UN BON GUIDE, IL FAUT :

1. bien connaître les lieux et l'histoire du site.
2. s'adapter à son public.
3. rester à l'écoute de son groupe.
4. parler clairement et articuler.
5. bien regarder son auditoire quand on parle.
6. contrôler le déroulement et la durée de la visite.
7. conserver le sourire et son enthousiasme pendant toute la visite.

Et bien sûr, ne pas oublier de visiteurs en chemin !

LES + PROS :

- Parler des langues étrangères.
- Connaître des anecdotes sur la ville.
- Aimer raconter et être passionné.

1 UNE VISITE DU VIEUX PORT...

13 **a. Écoutez la visite guidée et entourez les erreurs contenues dans le dépliant promotionnel.**

LA ROCHELLE À LA CONQUÊTE DES OCÉANS

RETROUVEZ LA GRANDE HISTOIRE DE LA ROCHELLE GRÂCE À NOS VISITES INSOLITES DU VIEUX PORT.

- **Les remparts :** Ils ont protégé la ville des assauts de Richelieu pendant le célèbre siège de 1621.
- **La tour de la Lanterne :** Plus vieux phare de France, il a guidé les grands navires commerçants.
- **La tour Saint-Nicolas :** Comme à Pise, cette tour est penchée, elle a servi de prison mais aussi de mairie.
- **La tour de la Chaîne :** Pour protéger le port, les Rochelais ont eu l'idée de le fermer par une chaîne tendue entre cette tour et une autre aujourd'hui disparue.
- **Le phare du quai Valin :** Pour ne pas le confondre avec les lumières de la ville, on a agrandi ce phare de 18 à 34 mètres.

DURÉE DE LA VISITE : 2 HEURES
DÉPART : DEVANT L'ENTRÉE DE LA TOUR DE LA LANTERNE
PRIX UNIQUE : 5 EUROS

b. Repérez dans le dépliant les éléments suivants.

1. Le thème de la visite : l'histoire de la Rochelle
2. Les monuments visités :
3. Les anecdotes :
4. La durée de la visite :
5. Le lieu de départ :
6. Le prix de la visite :

Fonte : *Le Français en contexte- Tourisme*, p. 22.

A seção *“Point Métier”* deste módulo apresenta um quadro com 7 (sete) itens, indicando as competências que o profissional precisa desenvolver para ser um bom Guia de Turismo.

O primeiro diz respeito aos conhecimentos que deve ter sobre os pontos turísticos que fazem parte do programa de visita a ser realizado, ou seja, conhecer bem os lugares e a história local. Os outros se referem a questões atitudinais/ comportamentais que o Guia de Turismo deve ter, a saber, adaptar-se ao público; estar atento ao grupo; falar de maneira clara e articulada; olhar bem para o público enquanto fala; controlar o desenrolar e a duração do passeio e, por último, manter o sorriso e o entusiasmo durante a visita.

Em se tratando de questões de comportamento, é necessário destacar que muitas delas se referem a questões culturais. Ao mencionar *“conserver le sourire et son enthousiasme pendant la visite”*, os autores reforçam um comportamento que tomam por universal, e não, necessariamente, pode ser adequado para algumas culturas. Outro exemplo, no mesmo quadro diz respeito ao lembrete “*ne pas oublier des visiteurs en chemin”.* Mais uma vez o comportamento do guia é enfatizado. Nos cursos de Turismo, durante a formação do profissional, uma série de “bons comportamentos” são ensinados, como por exemplo, a contagem dos passageiros em cada parada para alimentação ou banheiro, certificando-se de que todos estão a bordo e de que não esqueceram nenhum pertence no ponto de parada (como carteiras, bolsas, celulares e agasalhos)”.

O quadro finaliza com três itens “os mais profissionais”, a saber, falar línguas estrangeiras, conhecer anedotas sobre a vila, amar contar (histórias) e ser apaixonado pela profissão.

A seção *“Une visite sur le vieux port”* traz uma atividade de compreensão oral com o áudio de um guia de turismo explicando o *tour* e um folheto publicitário do local para que o aluno circule os erros do folheto que estão em discordância com o que é dito pelo guia no áudio. Aqui, foram didatizados dois documentos autênticos: o áudio do guia de turismo e o folheto publicitário do *tour*, seguido de um exercício de compreensão oral.

O que é destacado nessa introdução diz respeito também às informações de caráter histórico que o Guia deve possuir. Os documentos autênticos em que isso pode ser visto são os **folhetos turísticos** ou **sites da internet** ou ainda um **material que o**

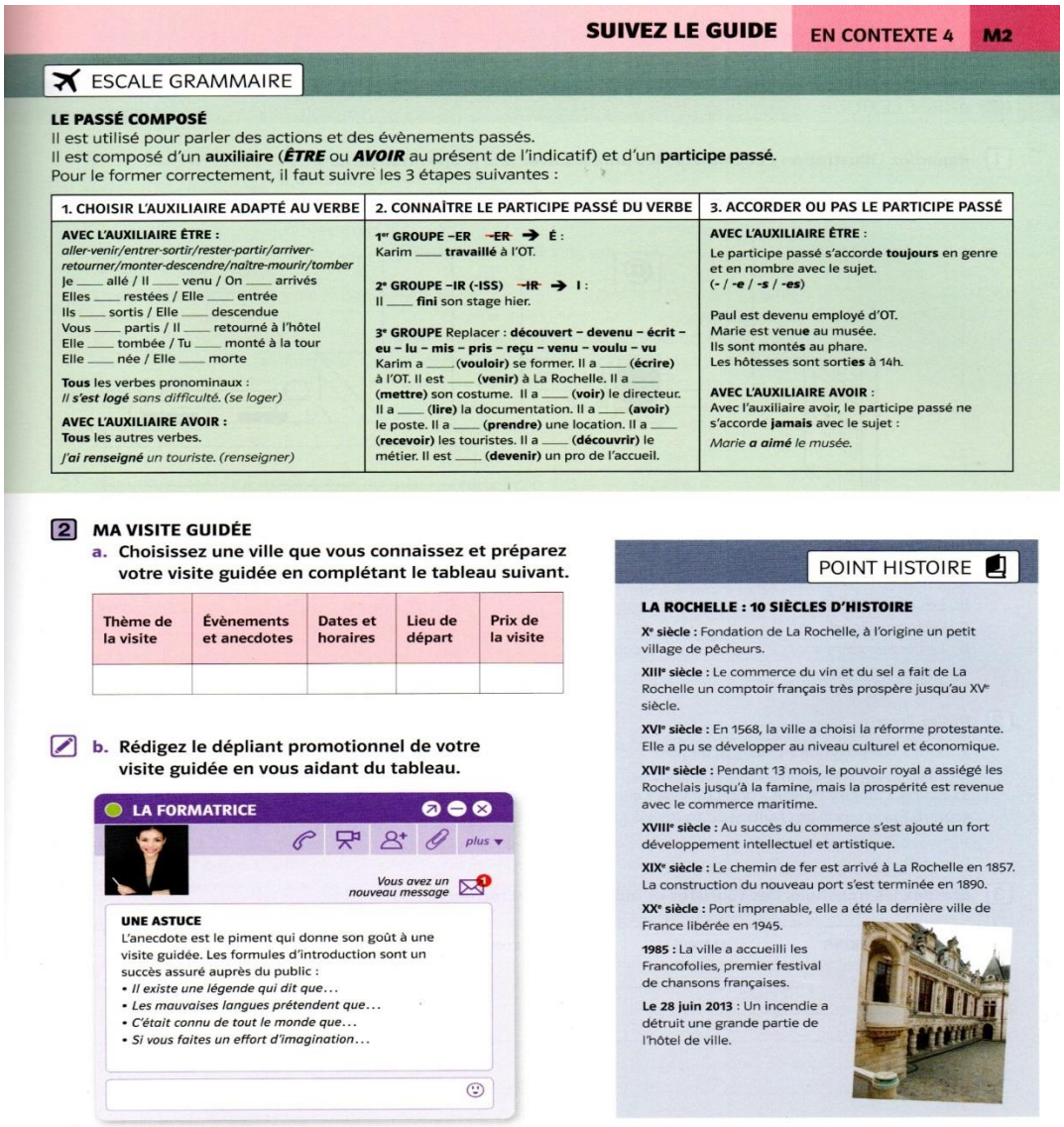
próprio profissional pode elaborar.

Assim, em termos de competências, o Guia de Turismo deve:

- se informar sobre a localidade em questão;
- identificar no mapa a localidade que será visitada;
- descrever o local;
- fornecer informações históricas, culturais, entre outras

Na página seguinte, o livro didático apresenta um quadro gramatical no qual é retomado o campo lexical verbal utilizado por Guias de Turismo no *passé composé.*

Figura 14 – Gramática e Atividade de Produção escrita – Suivez le Guide



SUIVEZ LE GUIDE | EN CONTEXTE 4 | M2

ESCALE GRAMMAIRE

LE PASSÉ COMPOSÉ
Il est utilisé pour parler des actions et des évènements passés.
Il est composé d'un **auxiliaire** (***ÊTRE*** ou ***AVOIR*** au présent de l'indicatif) et d'un **participe passé**.
Pour le former correctement, il faut suivre les 3 étapes suivantes :

1. CHOISIR L'AUXILIAIRE ADAPTÉ AU VERBE	2. CONNAÎTRE LE PARTICIPE PASSÉ DU VERBE	3. ACCORDER OU PAS LE PARTICIPE PASSÉ
AVEC L'AUXILIAIRE ÊTRE : *aller-venir/entrer-sortir/rester-partir/arriver-retourner/monter-descendre/naître-mourir/tomber* Je ___ allé / Il ___ venu / On ___ arrivés Elles ___ restées / Elle ___ entrée Ils ___ sortis / Elle ___ descendue Vous ___ partis / Il ___ retourné à l'hôtel Elle ___ tombée / Tu ___ monté à la tour Elle ___ née / Elle ___ morte **Tous** les verbes pronominaux : *Il **s'est logé** sans difficulté. (se loger)* **AVEC L'AUXILIAIRE AVOIR :** **Tous** les autres verbes. *J'**ai renseigné** un touriste. (renseigner)*	**1er GROUPE –ER** ~~–ER~~ → **É :** Karim ___ **travaillé** à l'OT. **2e GROUPE –IR (-ISS)** ~~–IR~~ → **I :** Il ___ **fini** son stage hier. **3e GROUPE** Replacer : **découvert – devenu – écrit – eu – lu – mis – pris – reçu – venu – voulu – vu** Karim a ___ **(vouloir)** se former. Il a ___ **(écrire)** à l'OT. Il est ___ **(venir)** à La Rochelle. Il a ___ **(mettre)** son costume. Il a ___ **(voir)** le directeur. Il a ___ **(lire)** la documentation. Il a ___ **(avoir)** le poste. Il a ___ **(prendre)** une location. Il a ___ **(recevoir)** les touristes. Il a ___ **(découvrir)** le métier. Il est ___ **(devenir)** un pro de l'accueil.	**AVEC L'AUXILIAIRE ÊTRE :** Le participe passé s'accorde **toujours** en genre et en nombre avec le sujet. **(- / -e / -s / -es)** Paul est devenu employé d'OT. Marie est venu**e** au musée. Ils sont mont**és** au phare. Les hôtesses sont sort**ies** à 14h. **AVEC L'AUXILIAIRE AVOIR :** Avec l'auxiliaire avoir, le participe passé ne s'accorde **jamais** avec le sujet : *Marie **a aimé** le musée.*

2 MA VISITE GUIDÉE

a. Choisissez une ville que vous connaissez et préparez votre visite guidée en complétant le tableau suivant.

Thème de la visite	Évènements et anecdotes	Dates et horaires	Lieu de départ	Prix de la visite

b. Rédigez le dépliant promotionnel de votre visite guidée en vous aidant du tableau.

LA FORMATRICE

plus

Vous avez un nouveau message

UNE ASTUCE
L'anecdote est le piment qui donne son goût à une visite guidée. Les formules d'introduction sont un succès assuré auprès du public :
- *Il existe une légende qui dit que…*
- *Les mauvaises langues prétendent que…*
- *C'était connu de tout le monde que…*
- *Si vous faites un effort d'imagination…*

POINT HISTOIRE

LA ROCHELLE : 10 SIÈCLES D'HISTOIRE

Xe siècle : Fondation de La Rochelle, à l'origine un petit village de pêcheurs.

XIIIe siècle : Le commerce du vin et du sel a fait de La Rochelle un comptoir français très prospère jusqu'au XVe siècle.

XVIe siècle : En 1568, la ville a choisi la réforme protestante. Elle a pu se développer au niveau culturel et économique.

XVIIe siècle : Pendant 13 mois, le pouvoir royal a assiégé les Rochelais jusqu'à la famine, mais la prospérité est revenue avec le commerce maritime.

XVIIIe siècle : Au succès du commerce s'est ajouté un fort développement intellectuel et artistique.

XIXe siècle : Le chemin de fer est arrivé à La Rochelle en 1857. La construction du nouveau port s'est terminée en 1890.

XXe siècle : Port imprenable, elle a été la dernière ville de France libérée en 1945.

1985 : La ville a accueilli les Francofolies, premier festival de chansons françaises.

Le 28 juin 2013 : Un incendie a détruit une grande partie de l'hôtel de ville.

Fonte *Le français en contexte – Tourisme*. p. 23

O primeiro quadro desta página é gramatical e aborda o *passé composé* com exemplos de situações e vocabulários do turismo: museu, pontos turísticos, receção, utilizando verbos frequentes de situações turísticas, e assim como na página anterior, o vocabulário do programa aqui proposto, deve contemplar museus, atrativos e hotéis do estado de São Paulo.

A primeira atividade pede que o aluno complete as lacunas com dados do *tour* da cidade que ele conhece e o prepara para a segunda atividade, uma atividade de produção escrita que consiste na redação de um folheto publicitário de um *tour*, a partir dos dados fornecidos: aspectos históricos de *La Rochelle.*

Esta atividade retoma o que foi feito anteriormente na atividade de áudio, ou seja, orienta o profissional a preparar a visita a partir de dados concretos de um ponto turístico na França. Ou seja, o professor é levado a retomar o que é visto na unidade para que os alunos possam mobilizar os conhecimentos e saberes estudados.

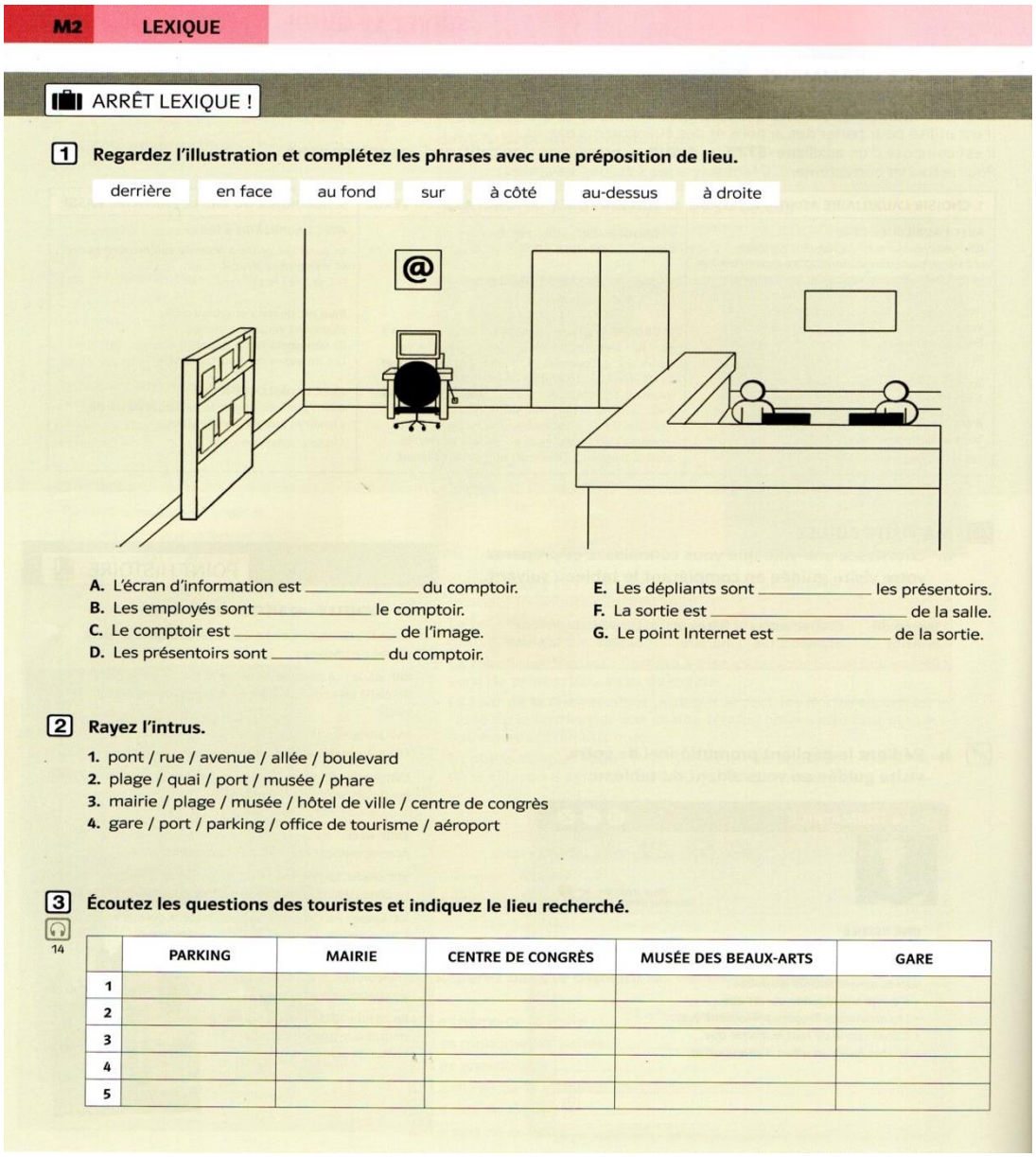
Na sequência, esta sessão "*Suivez le guide*" apresenta uma página intitulada "*Lexique*" na qual são propostos quadros de vocabulário gramatical para indicar as preposições de lugar e os nomes de localizações. Por meio de um exercício simples de preposição (fora do contexto de uma situação autêntica) são retomadas as preposições de localização.

A segunda atividade pede que o aluno encontre a palavra que não está de acordo com as outras, e não há como adaptar ao contexto paulista, pois são palavras universais da área do turismo.

Na terceira atividade, que trabalha a compreensão oral, são apresentados quatro áudios de pessoas perguntando onde fica algum lugar de interesse turístico e o aluno é convidado a assinalar qual local é perguntado em cada um dos áudios. Essa é uma situação de comunicação comum no contexto do centro de informações turísticas, que contrata guias de turismo, embora não seja uma atividade de guiamento.

Podemos concluir que as atividades são as de ensino do Francês Geral.

Figura 15 – Atividades lexicais



M2 LEXIQUE

ARRÊT LEXIQUE !

1 **Regardez l'illustration et complétez les phrases avec une préposition de lieu.**

derrière | en face | au fond | sur | à côté | au-dessus | à droite

A. L'écran d'information est _____ du comptoir.
B. Les employés sont _____ le comptoir.
C. Le comptoir est _____ de l'image.
D. Les présentoirs sont _____ du comptoir.
E. Les dépliants sont _____ les présentoirs.
F. La sortie est _____ de la salle.
G. Le point Internet est _____ de la sortie.

2 **Rayez l'intrus.**

1. pont / rue / avenue / allée / boulevard
2. plage / quai / port / musée / phare
3. mairie / plage / musée / hôtel de ville / centre de congrès
4. gare / port / parking / office de tourisme / aéroport

3 **Écoutez les questions des touristes et indiquez le lieu recherché.**

14

	PARKING	MAIRIE	CENTRE DE CONGRÈS	MUSÉE DES BEAUX-ARTS	GARE
1					
2					
3					
4					
5					

Fonte: *Le français en contexte – Tourisme*. p. 24

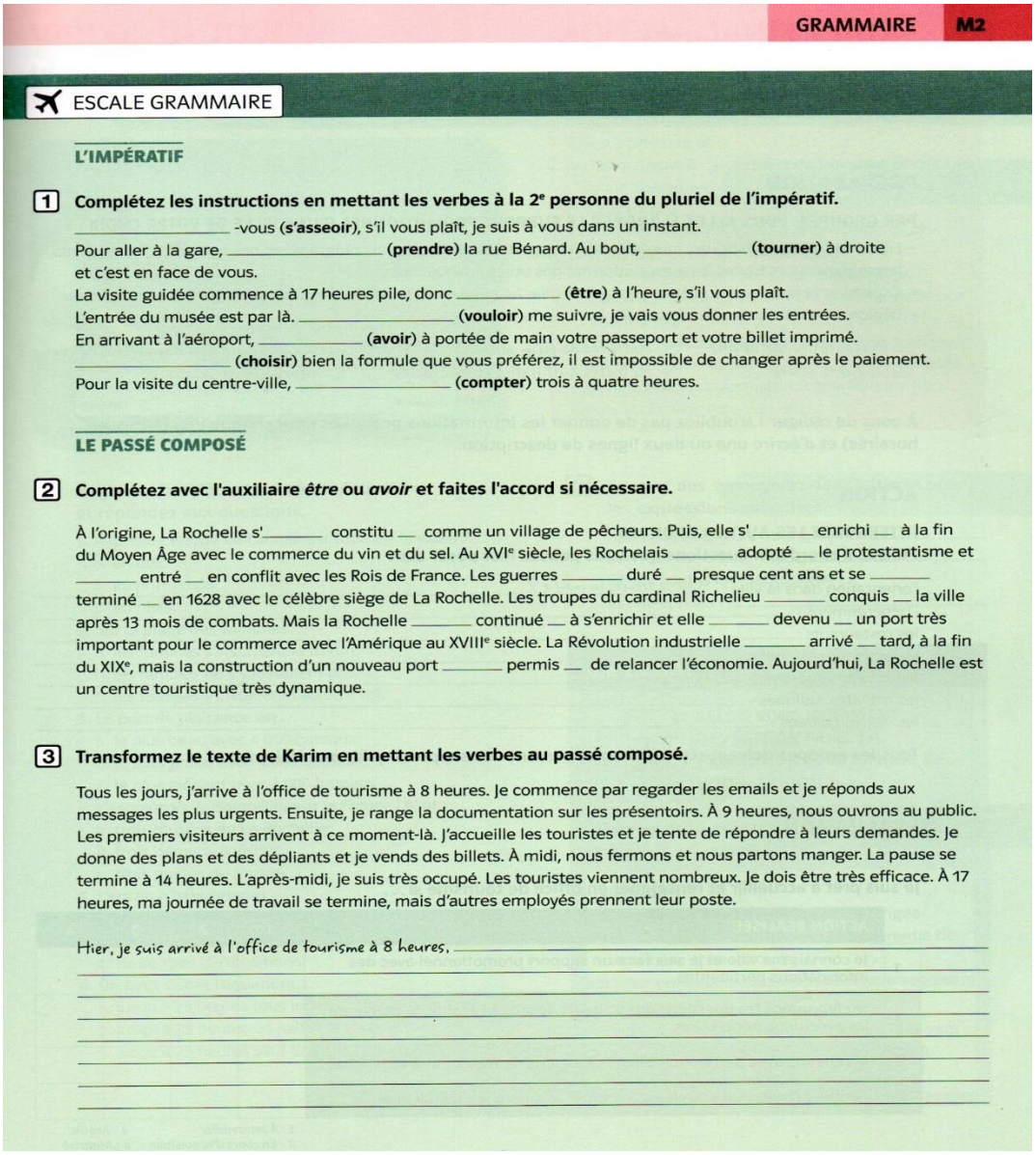
A página seguinte apresenta **três atividades com foco na gramática**, sendo a primeira uma atividade para completar lacunas com verbos na segunda pessoa do plural do imperativo. O texto trabalha o imperativo no contexto de uma fala em que é dada uma instrução a um turista, é possível fazer pequenas alterações nas falas para que sejam instruções próprias do contexto do turismo paulista.

A segunda atividade trabalha o *passé composé* e convida o aluno a completar as lacunas com os verbos *être* ou *avoir* num texto que conta a história de La Rochelle. O tempo verbal trabalhado é fundamental no trabalho do guia para apresentar a história

de pontos de interesse turístico. Essa mesma atividade pode ser realizada num texto que conte a história de uma localidade turística paulista.

A terceira atividade apresenta um texto em que o profissional fala sobre a sua rotina de trabalho no órgão de turismo e em seguida o aluno deve reescrever o texto usando o *passé composé* para relatar o seu dia anterior no escritório. Embora os órgãos de turismo contratem guias, essa é uma atividade minoritária na profissão, já que é uma minoria de profissionais que segue esse rumo profissional. Para que a atividade contemple mais guias, em vez da rotina no órgão de turismo, poderia ser apresentada a rotina de um guia que faça o mesmo passeio todos os dias.

Figura 16 – Atividades gramaticais



GRAMMAIRE M2

ESCALE GRAMMAIRE

L'IMPÉRATIF

1 **Complétez les instructions en mettant les verbes à la 2e personne du pluriel de l'impératif.**

_____ -vous (**s'asseoir**), s'il vous plaît, je suis à vous dans un instant.
Pour aller à la gare, _____ (**prendre**) la rue Bénard. Au bout, _____ (**tourner**) à droite et c'est en face de vous.
La visite guidée commence à 17 heures pile, donc _____ (**être**) à l'heure, s'il vous plaît.
L'entrée du musée est par là. _____ (**vouloir**) me suivre, je vais vous donner les entrées.
En arrivant à l'aéroport, _____ (**avoir**) à portée de main votre passeport et votre billet imprimé.
_____ (**choisir**) bien la formule que vous préférez, il est impossible de changer après le paiement.
Pour la visite du centre-ville, _____ (**compter**) trois à quatre heures.

LE PASSÉ COMPOSÉ

2 **Complétez avec l'auxiliaire *être* ou *avoir* et faites l'accord si nécessaire.**

À l'origine, La Rochelle s'_____ constitu __ comme un village de pêcheurs. Puis, elle s' _____ enrichi __ à la fin du Moyen Âge avec le commerce du vin et du sel. Au XVIe siècle, les Rochelais _____ adopté __ le protestantisme et _____ entré __ en conflit avec les Rois de France. Les guerres _____ duré __ presque cent ans et se _____ terminé __ en 1628 avec le célèbre siège de La Rochelle. Les troupes du cardinal Richelieu _____ conquis __ la ville après 13 mois de combats. Mais la Rochelle _____ continué __ à s'enrichir et elle _____ devenu __ un port très important pour le commerce avec l'Amérique au XVIIIe siècle. La Révolution industrielle _____ arrivé __ tard, à la fin du XIXe, mais la construction d'un nouveau port _____ permis __ de relancer l'économie. Aujourd'hui, La Rochelle est un centre touristique très dynamique.

3 **Transformez le texte de Karim en mettant les verbes au passé composé.**

Tous les jours, j'arrive à l'office de tourisme à 8 heures. Je commence par regarder les emails et je réponds aux messages les plus urgents. Ensuite, je range la documentation sur les présentoirs. À 9 heures, nous ouvrons au public. Les premiers visiteurs arrivent à ce moment-là. J'accueille les touristes et je tente de répondre à leurs demandes. Je donne des plans et des dépliants et je vends des billets. À midi, nous fermons et nous partons manger. La pause se termine à 14 heures. L'après-midi, je suis très occupé. Les touristes viennent nombreux. Je dois être très efficace. À 17 heures, ma journée de travail se termine, mais d'autres employés prennent leur poste.

Hier, je suis arrivé à l'office de tourisme à 8 heures, _____

Fonte: *Le français en contexte – Tourisme*. p. 25

Na sequência da unidade, há o projeto final a ser desenvolvido pelos alunos, dividido em duas etapas: a primeira convida os alunos a elaborarem um folheto de divulgação de uma localidade turística e a segunda é uma atividade de produção oral em que os alunos fazem perguntas aos outros grupos sobre aspectos das suas respectivas localidades. Ao final da página, uma atividade de autoavaliação.

Figura 17 – Projeto final

M2

PROJET FINAL - ACTION

L'ACCUEIL DES TOURISTES

VOUS VOILÀ PRÊT À… ACCUEILLIR ET RENSEIGNER LES VISITEURS

PRÉPARATION

PAR GROUPES, VOUS ALLEZ ÉLABORER LE SUPPORT PROMOTIONNEL D'UNE VILLE DE VOTRE CHOIX

- Listez des sites touristiques, musées, activités sportives et de plein air, programmations culturelles, restaurants, hébergements et toutes les autres informations utiles aux touristes.
- Choisissez la nature du support : dépliant (feuille A4 pliée en 3), brochure de plusieurs pages, site Internet, etc.
- Décidez des rubriques pour classer les informations.

1. Présentation de la ville
2. Lieux d'intérêt
3. Activités de plein air
4. Activités culturelles et spectacles
5. Où manger ? Où dormir ? Où sortir ?
6. Informations pratiques

À vous de rédiger ! N'oubliez pas de donner les informations pratiques pour chaque lieu (adresse, horaires) et d'écrire une ou deux lignes de description.

ACTION

INTERROGEZ LES AUTRES GROUPES

Pensez d'abord aux questions que vous pouvez leur poser sur :

l'orientation dans la ville : Où se trouve la mairie ? _____

l'hébergement : _____

les restaurants : _____

les activités culturelles : _____

les activités sportives : _____

les activités ludiques : _____

les visites guidées : _____

Tous les groupes doivent répondre en se servant des supports qu'ils ont élaborés.

ÉVALUATION

Je suis prêt à accueillir et renseigner en office de tourisme si…

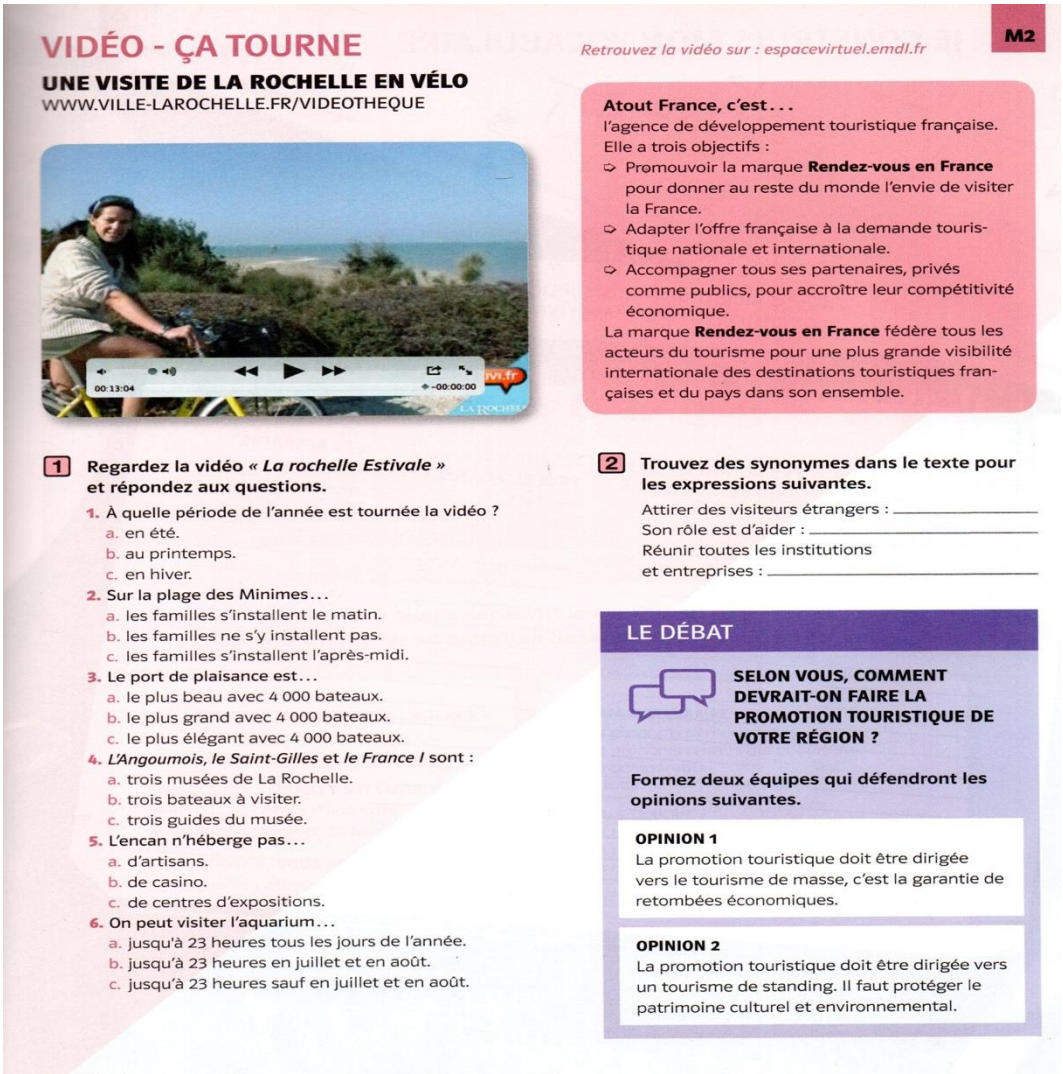
	ACTION RÉALISÉE	1	2	3	4
1	Je connais ma ville et je sais faire un support promotionnel avec des informations pertinentes.				
2	Je comprends les questions des visiteurs, je suis à l'écoute, je demande les précisions nécessaires.				
3	Je réponds avec pertinence à leurs questions de façon claire et précise.				
4	J'utilise correctement la documentation que j'ai à ma disposition.				

1 : À retravailler *3 : Acquis*
2 : En cours d'acquisition *4 : Maîtrisé*

Fonte: *Le français en contexte – Tourisme*. p. 26

A atividade de vídeo ao final apresenta um vídeo produzido pela prefeitura de *La Rochelle* no qual uma mulher dá uma volta de bicicleta pela cidade mostrando os pontos de interesse turístico da região. Duas atividades são propostas com base no vídeo, a primeira é de múltipla escolha com informações do vídeo e a segunda pede que o alune encontre sinônimos no vídeo de expressões dadas. Como em todas as atividades, propõe-se que o conteúdo seja adaptado ao contexto paulista no programa específico para guias paulistas, ou seja, que o vídeo seja de uma localidade turística de São Paulo. Além das duas atividades do vídeo, a página contém informações sobre o órgão de promoção turística francês e a marca de turismo da França.

Figura 18 – Atividade com Vídeo



VIDÉO - ÇA TOURNE

M2

Retrouvez la vidéo sur : espacevirtuel.emdl.fr

UNE VISITE DE LA ROCHELLE EN VÉLO
WWW.VILLE-LAROCHELLE.FR/VIDEOTHEQUE

Atout France, c'est...
l'agence de développement touristique française.
Elle a trois objectifs :
- Promouvoir la marque **Rendez-vous en France** pour donner au reste du monde l'envie de visiter la France.
- Adapter l'offre française à la demande touristique nationale et internationale.
- Accompagner tous ses partenaires, privés comme publics, pour accroître leur compétitivité économique.

La marque **Rendez-vous en France** fédère tous les acteurs du tourisme pour une plus grande visibilité internationale des destinations touristiques françaises et du pays dans son ensemble.

1 **Regardez la vidéo *« La rochelle Estivale »* et répondez aux questions.**

1. À quelle période de l'année est tournée la vidéo ?
   a. en été.
   b. au printemps.
   c. en hiver.
2. Sur la plage des Minimes...
   a. les familles s'installent le matin.
   b. les familles ne s'y installent pas.
   c. les familles s'installent l'après-midi.
3. Le port de plaisance est...
   a. le plus beau avec 4 000 bateaux.
   b. le plus grand avec 4 000 bateaux.
   c. le plus élégant avec 4 000 bateaux.
4. *L'Angoumois, le Saint-Gilles* et *le France I* sont :
   a. trois musées de La Rochelle.
   b. trois bateaux à visiter.
   c. trois guides du musée.
5. L'encan n'héberge pas...
   a. d'artisans.
   b. de casino.
   c. de centres d'expositions.
6. On peut visiter l'aquarium...
   a. jusqu'à 23 heures tous les jours de l'année.
   b. jusqu'à 23 heures en juillet et en août.
   c. jusqu'à 23 heures sauf en juillet et en août.

2 **Trouvez des synonymes dans le texte pour les expressions suivantes.**

Attirer des visiteurs étrangers : _____
Son rôle est d'aider : _____
Réunir toutes les institutions et entreprises : _____

LE DÉBAT

SELON VOUS, COMMENT DEVRAIT-ON FAIRE LA PROMOTION TOURISTIQUE DE VOTRE RÉGION ?

Formez deux équipes qui défendront les opinions suivantes.

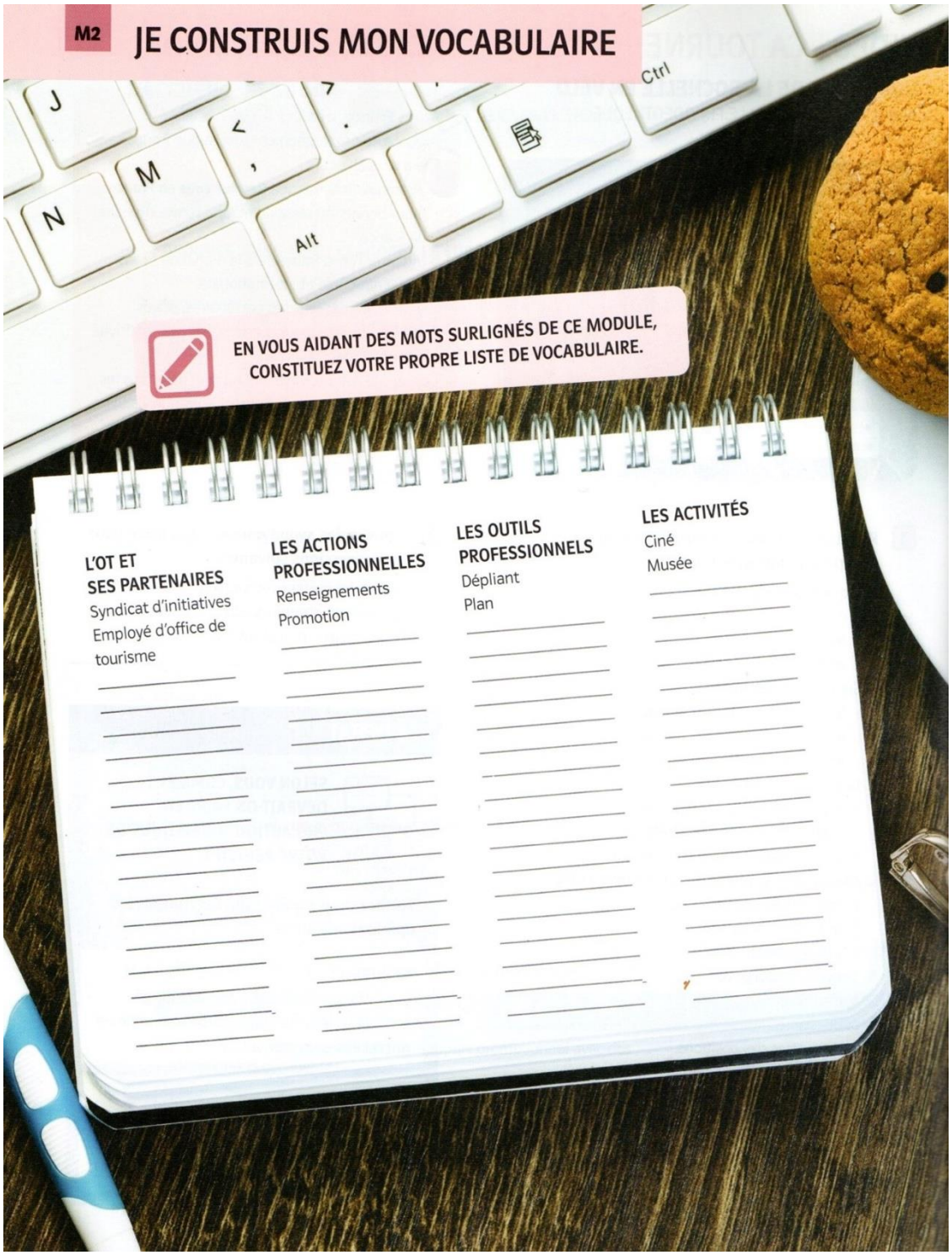
OPINION 1
La promotion touristique doit être dirigée vers le tourisme de masse, c'est la garantie de retombées économiques.

OPINION 2
La promotion touristique doit être dirigée vers un tourisme de standing. Il faut protéger le patrimoine culturel et environnemental.

Fonte - *Le français en contexte – Tourisme*. p. 27

A última página do módulo 2 permite que o aluno tome nota de vocabulário aprendido no módulo dividido em quatro blocos: o órgão de turismo e seus parceiros, ações profissionais, ferramentas profissionais e atividades.

Figura 19 – Atividade lexical Módulo Guia Français en Contexte



Fonte - *Le français en contexte – Tourisme*. p. 28

Enquanto, formação inicial de nível A1/A2, é possível destacar os seguintes aspectos:

- A atividade de visita guiada (*visite guidée*) a um destino turístico é própria do profissional Guia de Turismo. Enquanto tópico de um programa de ensino de línguas, trata-se de algo pertinente.
- O campo lexical do tópico fornece ao aluno o vocabulário mais recorrente na situação de comunicação.
- Em se tratando de um material para nível A1/A2, há diferenças em relação a um livro didático para o ensino do Francês Geral que trataria do *passé composé* no final do livro. Essa antecipação é própria da situação de comunicação e das necessidades linguístico-discursivas do profissional Guia de Turismo.
- O foco da sessão "*Suivez le guide*" tem uma ênfase lexical que é sistematizada ao final da unidade.

Os outros módulos do livro *Le Français en contexte- Tourisme* se referem aos seguintes tópicos:

Módulo: M3 – A agência de viagens

Esta unidade apresenta o vocabulário ligado profissionais que são parceiros do guia que trabalham em agências, bem como os tipos de agência, que são os distribuidores (operadoras) e vendedores (agência de varejo) dos produtos turísticos (passeios, atividades, viagens) que contêm o serviço do guia (guiamento).

Este contexto apresenta situações de comunicação presentes no desenrolar das tarefas do guia de turismo. Sempre que o passeio foge do padrão, há uma conversa com o cliente no sentido de alinhar as expectativas às possibilidades reais de execução, e essa conversa pode ocorrer entre o guia e um cliente francófono.

Podemos dizer que é bastante direcionado para o agente de viagens e a forma tradicional da sua atividade, e tem pouca utilidade para o guia de turismo.

Como dito anteriormente, os tipos de agência de viagens representam um conteúdo importante na formação do Guia de Turismo para instrumentalizar o profissional a inserir o seu trabalho nos canais de distribuição do turismo. O projeto de ação que trabalha a condução de uma conversa de venda de produto turístico pode ser útil ao guia de São Paulo, que pode vender seu trabalho diretamente, sem intermediários, mas é importante que os produtos turísticos abordados sejam produtos relacionados ao contexto onde o guia vai atuar.

Módulo: M4 – Os transportes

Neste tópico, mais uma vez, é considerada uma temática ligada geral, mas que no cotidiano profissional do guia é interessante, pois pode haver algum tipo de solicitação que o turista demande ligada ao contexto. Os procedimentos com locação de veículo não são parte do trabalho do guia de turismo e o assunto não precisa ser aprofundado. Não há relevância para o tratamento de um aspecto em particular.

Módulo: M5 – A Hospedagem

No contexto da hotelaria, as principais funções que importam para o guia de turismo são a do *concierge* e rececionista. Num programa direcionado a guias de turismo, este contexto deve priorizar as atividades que estão conectadas com a atividade do guia, como indicação de atrativos, restaurantes, e até a recomendação do guia, que frequentemente trabalha em parceria com esses profissionais.

Neste contexto, a tipologia textual da ficha de inscrição faz parte do trabalho do guia, que auxilia no preenchimento no momento do *check in*.

O trabalho do guia de turismo no contexto de cruzeiro é limitado ao desembarque para o tour e embarque de volta ao final do dia.

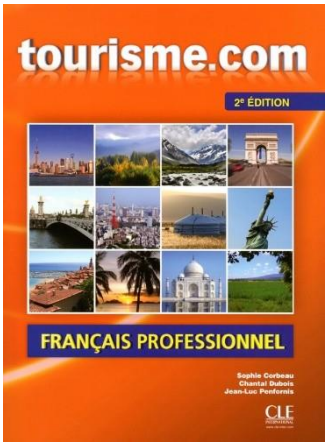
Módulo: M6 – Os Eventos

As competências culturais trabalhadas ao longo do módulo tratam de um importante setor do turismo de São Paulo: o turismo de negócios.

No que se refere ao trabalho do guia de turismo, o livro *"Français en contexte"* apresenta no módulo 2, uma unidade intitulada "Office du Tourisme", "Suivez le Guide".

- CORBEAU, Sophie; DUBOIS, Chantal; PENFORNIS, Jean-Luc. *Tourisme.com. Paris*: CLE International, 2013.

Figura 20 – Capa Tourisme.com



Ficha técnica

Nível – Falso Iniciante – A1+ /A2

No de horas – 120

Editora – CLE International

Ano - 2013

O livro didático "*Tourisme.com*" apresenta 120 horas de atividades didáticas de francês profissional do turismo para alunos que tenham tido no mínimo 60 horas de aulas de Francês Geral e constitui uma primeira etapa no preparatório para o *Diplôme de français professionnel tourisme et hôtellerie (DPF tourisme et hôtellerie B1)* da *Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France*.

O livro é composto por seis unidades, cada uma com quatro lições que explicitam os *savoir faire* e a gramática, além de lições complementares chamadas de *Faites le point gramatical* e *Faites le point professionnel*, com revisões dos conteúdos vistos na unidade.

As duas primeiras unidades desenvolvem competências linguísticas e funcionais comuns a todos os trabalhos do Turismo se apresentar, apresentar a sua

empresa recepcionar os clientes francófonos.

As unidades seguintes focam em quatro setores do Turismo a animação de uma localidade turística, a promoção de um destino, a concepção e a venda de um produto turístico e o guiamento.

As profissões que foram levadas em consideração na elaboração didática das atividades são: agente de informações e recepção, contabilidade, agente comercial, encarregado de promoção turística, agente de reservas, recreador, chefe de cabine, agente operador, a gente de viagens entre parênteses varejo, guia-intérprete, guia acompanhador, comissário de bordo, mensageiro e monitor esportivo.

Figura 21 – Sumário Tourisme.com, Unidades 1 e 2, p. 4

Unité	Leçon	Page	Savoir-faire	Grammaire
	Testez-vous	6		
1 Premiers contacts	1. Se présenter et parler de son métier	10	Se présenter, présenter son métier	*C'est/Il est*, indicatif présent de *être* et *avoir* ; verbes en *-er*, forme négative
	2. Présenter son entreprise	13	Présenter une entreprise touristique	Articles définis, articles indéfinis
	3. Engager une conversation téléphonique	16	Savoir répondre au téléphone et prendre un message	Indicatif présent verbes irréguliers, nombres cardinaux
	4. Prendre contact par écrit	19	Comprendre et rédiger un CV	Adjectifs qualificatifs : genre et nombre
	Faites le point grammatical	22	Révisions de l'unité 1.	
	Faites le point professionnel	23		
	Pour aller plus loin	24	Le qui fait quoi dans le tourisme en France.	
2 Accueil	1. Renseigner à l'aéroport	26	Lire un plan, indiquer la direction	*Il faut*, impératif présent, nombres ordinaux
	2. Accueillir les passagers	29	Accueillir et servir les passagers à bord d'un avion	Adjectifs possessifs, articles partitifs
	3. Informer les voyageurs	32	Lire un indicateur horaire et informer sur les horaires	Expression du temps : heures et dates
	4. Vendre un billet de train	35	Expliquer un billet de train, prendre une réservation	L'interrogation
	Faites le point grammatical	38	Révisions de l'unité 2.	
	Faites le point professionnel	39		
	Pour aller plus loin	40	Un bon comportement pour un bon accueil.	

Fonte – Tourisme.com. p. 4

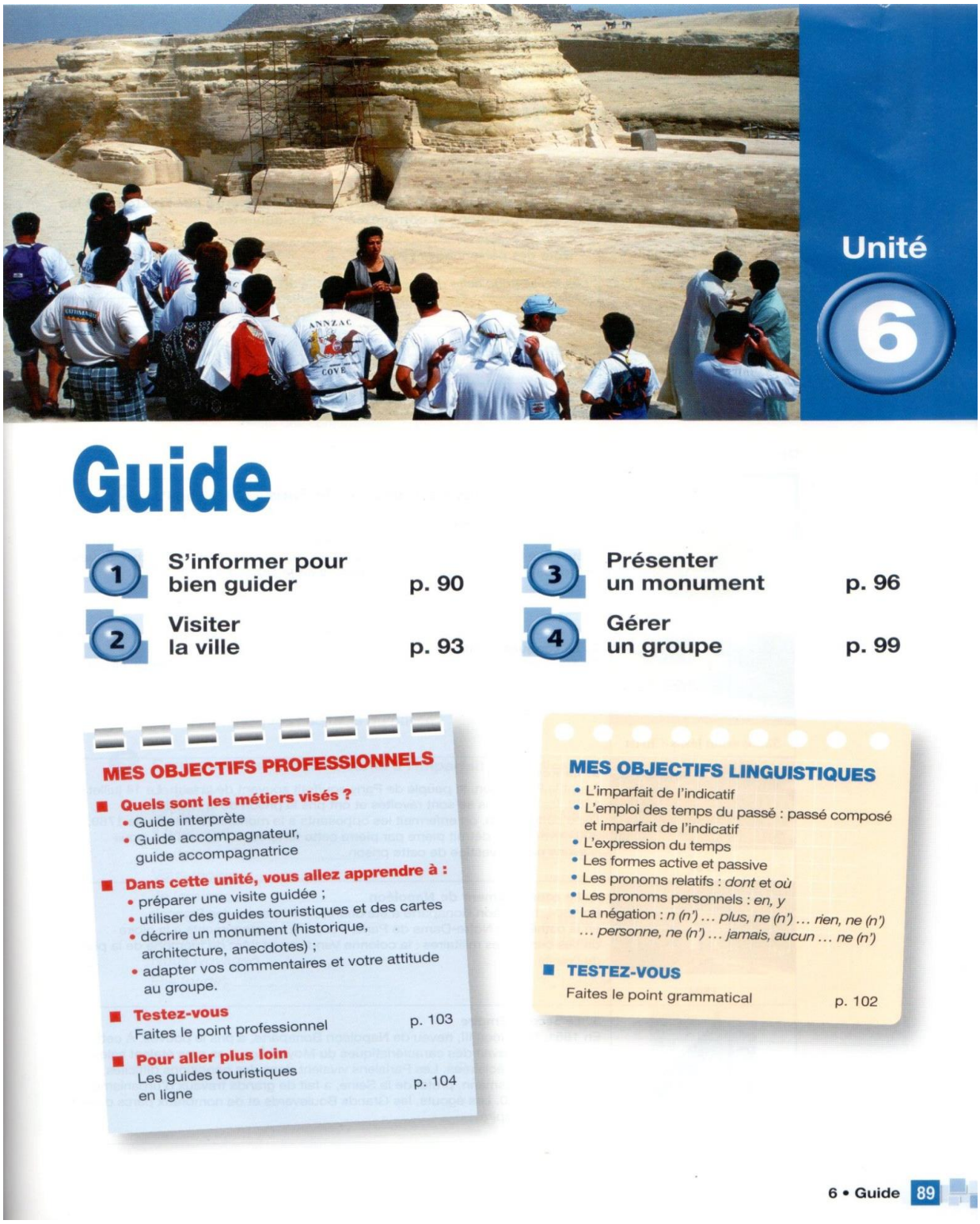
Cada unidade contém quatro lições sendo cada lição com 3 páginas. Ao início de cada lição, é proposto ao aluno que marque elementos linguísticos a partir de documentos profissionais sonoros e escritos. Depois o aluno é conduzido a atividades escritas e orais sempre em contexto profissional, sempre dando importância a gramática. Os aspectos gramaticais são abordados de maneira progressiva e sempre em função ao matar essa profissional a ser cumprida de maneira simulada nos quadros repete gramaticais e como um dia.

Ao final de cada unidade é apresentado um teste em forma de questionário de múltipla escolha para avaliar o conhecimento gramatical e competências profissionais apresentadas na unidade, e um quadro para ir mais longe que oferece um complemento de informação profissional e um tema de reflexão

Ao final do livro são apresentados exercícios de preparação para o diploma francês profissional da Câmara de comércio.

A unidade 6 se refere especificamente ao Guia de Turismo.

Figura 22 – Abertura da unidade Guia Tourisme.com



Unité 6

Guide

1 S'informer pour bien guider p. 90

2 Visiter la ville p. 93

3 Présenter un monument p. 96

4 Gérer un groupe p. 99

MES OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- **Quels sont les métiers visés ?**
  - Guide interprète
  - Guide accompagnateur, guide accompagnatrice
- **Dans cette unité, vous allez apprendre à :**
  - préparer une visite guidée ;
  - utiliser des guides touristiques et des cartes
  - décrire un monument (historique, architecture, anecdotes) ;
  - adapter vos commentaires et votre attitude au groupe.
- **Testez-vous**
  Faites le point professionnel p. 103
- **Pour aller plus loin**
  Les guides touristiques en ligne p. 104

MES OBJECTIFS LINGUISTIQUES

- L'imparfait de l'indicatif
- L'emploi des temps du passé : passé composé et imparfait de l'indicatif
- L'expression du temps
- Les formes active et passive
- Les pronoms relatifs : *dont* et *où*
- Les pronoms personnels : *en, y*
- La négation : *n (n') … plus, ne (n') … rien, ne (n') … personne, ne (n') … jamais, aucun … ne (n')*

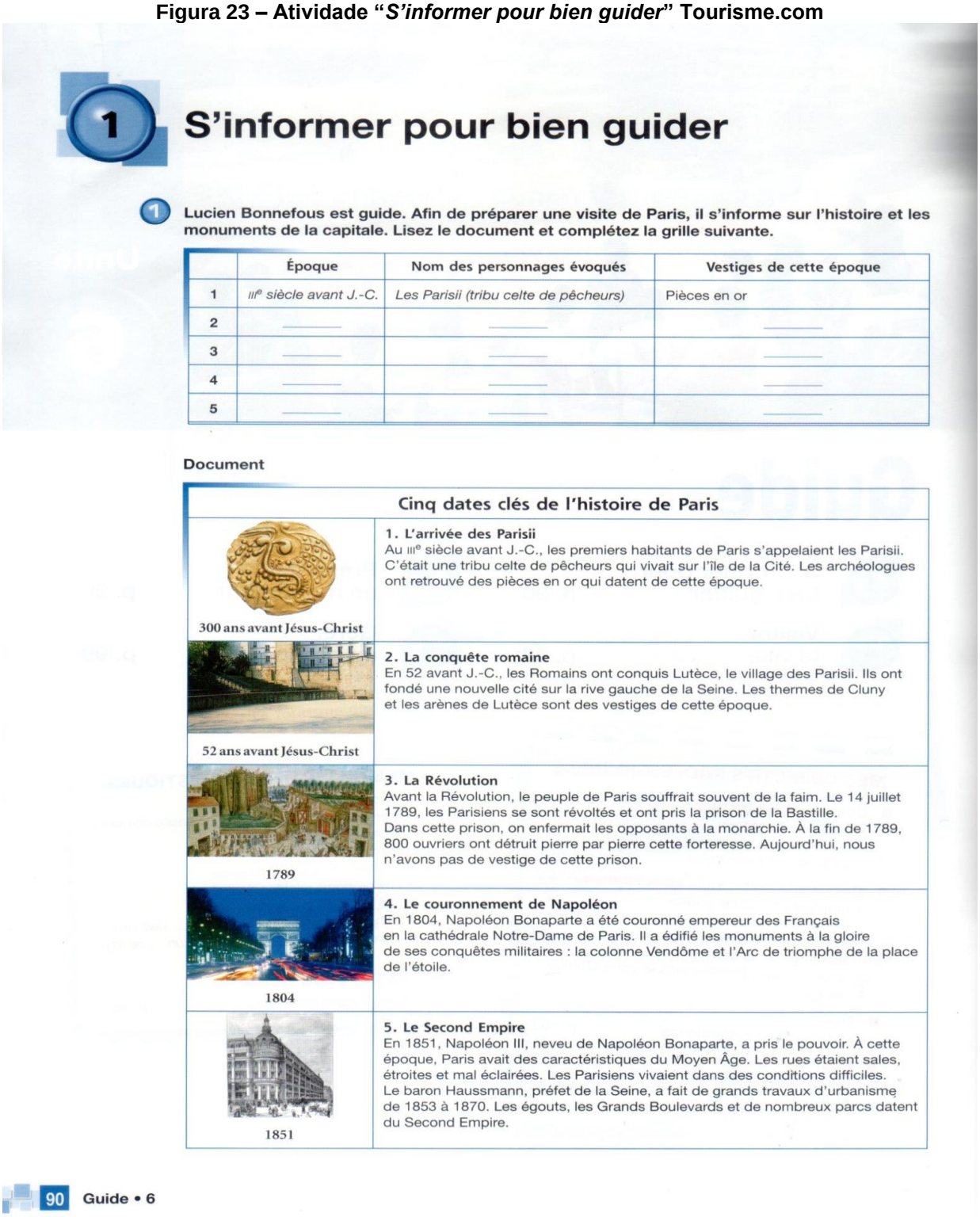
- **TESTEZ-VOUS**
  Faites le point grammatical p. 102

6 • Guide 89

Fonte - "*Tourisme.com*", p.89

A figura abaixo retoma a ideia de informação "*S'informer pour bien guider*". Os elementos solicitados se referem a dados históricos e culturais e estão presentes no texto fornecido elaborado a partir de documentos autênticos.

Figura 23 – Atividade "*S'informer pour bien guider*" Tourisme.com



1 S'informer pour bien guider

1 Lucien Bonnefous est guide. Afin de préparer une visite de Paris, il s'informe sur l'histoire et les monuments de la capitale. Lisez le document et complétez la grille suivante.

	Époque	Nom des personnages évoqués	Vestiges de cette époque
1	*IIIe siècle avant J.-C.*	*Les Parisii (tribu celte de pêcheurs)*	Pièces en or
2	_____	_____	_____
3	_____	_____	_____
4	_____	_____	_____
5	_____	_____	_____

Document

Cinq dates clés de l'histoire de Paris	
300 ans avant Jésus-Christ	**1. L'arrivée des Parisii** Au IIIe siècle avant J.-C., les premiers habitants de Paris s'appelaient les Parisii. C'était une tribu celte de pêcheurs qui vivait sur l'île de la Cité. Les archéologues ont retrouvé des pièces en or qui datent de cette époque.
52 ans avant Jésus-Christ	**2. La conquête romaine** En 52 avant J.-C., les Romains ont conquis Lutèce, le village des Parisii. Ils ont fondé une nouvelle cité sur la rive gauche de la Seine. Les thermes de Cluny et les arènes de Lutèce sont des vestiges de cette époque.
1789	**3. La Révolution** Avant la Révolution, le peuple de Paris souffrait souvent de la faim. Le 14 juillet 1789, les Parisiens se sont révoltés et ont pris la prison de la Bastille. Dans cette prison, on enfermait les opposants à la monarchie. À la fin de 1789, 800 ouvriers ont détruit pierre par pierre cette forteresse. Aujourd'hui, nous n'avons pas de vestige de cette prison.
1804	**4. Le couronnement de Napoléon** En 1804, Napoléon Bonaparte a été couronné empereur des Français en la cathédrale Notre-Dame de Paris. Il a édifié les monuments à la gloire de ses conquêtes militaires : la colonne Vendôme et l'Arc de triomphe de la place de l'étoile.
1851	**5. Le Second Empire** En 1851, Napoléon III, neveu de Napoléon Bonaparte, a pris le pouvoir. À cette époque, Paris avait des caractéristiques du Moyen Âge. Les rues étaient sales, étroites et mal éclairées. Les Parisiens vivaient dans des conditions difficiles. Le baron Haussmann, préfet de la Seine, a fait de grands travaux d'urbanisme de 1853 à 1870. Les égouts, les Grands Boulevards et de nombreux parcs datent du Second Empire.

90 Guide • 6

Fonte - "*Tourisme.com*", p. 90

Em se tratando de informações de caráter histórico-cultural, a parte gramatical que é desenvolvida se refere aos tempos do passado e há atividades gramaticais e de produção escrita que trabalham o *Passé Composé* e o *Imparfait de l'Indicatif* aplicados em falas tipicamente proferidas por guias de turismo em seu contexto profissional de apresentação de locais e atrativos turísticos e transmissão de informações históricas e culturais.

Figura 24 – Atividade gramatical – Inparfait Tourisme.com

L'imparfait de l'indicatif

Conjugaison de l'imparfait pour tous les verbes

Radical de la 1re pers. plur. au présent de l'indicatif	Terminaisons de l'imparfait	Imparfait
(nous visitons) **visit-**	**ais**	Je visit**ais**
(nous choisissons) **choisiss-**	**ais**	Tu choisiss**ais**
(nous pouvons) **pouv-**	**ait**	Il/elle/on pouv**ait**
(nous prenons) **pren-**	**ions**	Nous pren**ions**
(nous voyons) **voy-**	**iez**	Vous voy**iez**
(nous vivons) **viv-**	**aient**	Ils/elles viv**aient**

Remarques : le verbe « être » à l'imparfait est une exception, il est formé sur le radical de la 2e pers. du pluriel du présent de l'indicatif *(vous êtes)* : il était, nous étions…
• Quand le radical se termine par « g » ou « c », il devient « ge » ou « ç » devant « a » :
→ La cérémonie commençait au coucher du soleil et se prolongeait toute la nuit.

Voir Tableau des conjugaisons, pages 117 à 119.

2 **L'imparfait de l'indicatif. Observez le document de la page 90.**
a. Repérez les verbes conjugués à l'imparfait et donnez pour chaque verbe trouvé son infinitif.
Ex. : s'appelaient → ***s'appeler***.

b. Cochez la ou les bonnes réponses.

1. Dans le document, l'imparfait est utilisé pour :
❒ décrire des lieux et des personnages
❒ raconter des événements ponctuels du passé
❒ évoquer des faits habituels du passé

2. Le passé composé est utilisé pour :
❒ décrire des lieux et des personnages
❒ raconter des événements ponctuels du passé
❒ évoquer des faits habituels du passé

3 **Conjuguez les verbes suivants à l'imparfait de l'indicatif.**

Je (*parler*) _____
On (*être*) _____
Il (*pleuvoir*) _____
Tu (*faire*) _____
Vous (*boire*) _____
Je (*croire*) _____
Ils (*écrire*) _____
Il (*connaître*) _____
Nous (*voyager*) _____
Elle (*partir*) _____
Tu (*se présenter*) _____
Nous (*aller*) _____
Elle (*vouloir*) _____
Vous (*dire*) _____
Je (*appeler*) _____
On (*devoir*) _____
Vous (*commencer*) _____
Je (*tenir*) _____
Vous (*sortir*) _____
Tu (*savoir*) _____

6 • Guide 91

Fonte - "*Tourisme.com*", p. 91

Figura 25 – Atividades verbos no passado e história na atividade do Guia

4 L'imparfait de l'indicatif. Dans les phrases suivantes, mettez les verbes entre parenthèses à l'imparfait.

1. Les maisons au Moyen Âge à Paris *(être)* _____ très pittoresques. Elles *(avoir)* _____ un rez-de-chaussée en pierre. On _____ *(faire)* les étages supérieurs avec du bois et du plâtre. Ce plâtre *(donner)* _____ à la ville une belle couleur blanche.

2. Dans la Chine ancienne, le rite du sacrifice au Ciel *(se dérouler)* _____ le 21 décembre. L'empereur *(ne pas manger)* _____ pendant deux jours. Il *(se rendre)* _____ au temple du Ciel et *(commencer)* _____ ses prières.

3. Sous Louis XIV, la cour *(vivre)* _____ à Versailles et *(participer)* _____ aux grandes fêtes du roi.

4. Pendant l'Ancien Empire, de 2700 à 2180 avant Jésus-Christ, le peuple égyptien *(travailler)* _____ beaucoup pour l'agriculture mais *(ne pas profiter)* _____ de toute la récolte. Les pharaons leur *(prendre)* _____ une partie de cette récolte. Pendant les crues du Nil, les paysans *(ne pas pouvoir)* _____ travailler leurs terres. Ils *(devoir)* _____ participer aux grands travaux. Ils *(construire)* _____ des monuments funéraires et *(moderniser)* _____ le pays.

5 L'imparfait et le passé composé. Écrivez un récit sur Paris à l'époque gallo-romaine.

a. Distinguez dans le texte suivant les phrases descriptives (cadre ou situation) et les phrases narratives (pour raconter des événements ponctuels).

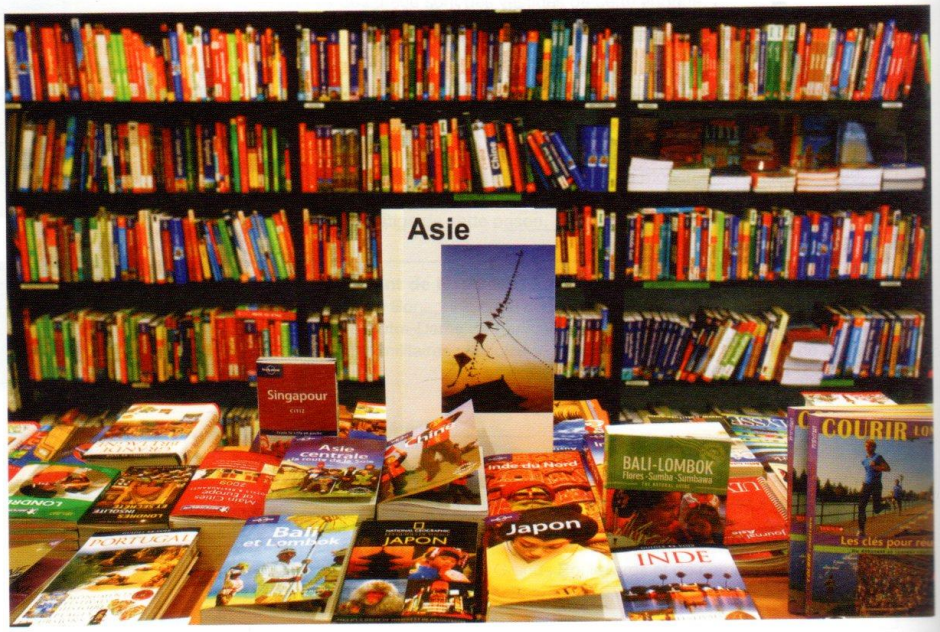
À l'époque gallo-romaine, Paris comprend l'île de la Cité et la montagne Sainte-Geneviève. La ville s'étend sur la rive gauche. Il y a de nombreux édifices romains comme le forum, les thermes, un théâtre et trois amphithéâtres. Le forum constitue le centre de la cité romaine. Le commerce est prospère. La ville compte plus de 20 000 habitants. Vers la fin du IIIe siècle, des Barbares attaquent Paris. Pour se protéger, les Gallo-Romains fortifient l'Île de la Cité et transforment le forum en forteresse. Mais les soldats romains ne peuvent pas résister aux Barbares. En 987, Paris devient la capitale du nouveau royaume de France.

b. Mettez le texte précédent au passé. Les phrases descriptives seront à l'imparfait et les phrases narratives au passé composé.

6 L'histoire de votre ville.

a. Sélectionnez cinq époques ou dates importantes de l'histoire de votre ville qui ont laissé des vestiges (monuments, style architectural). Quelles sont ces époques ? Quels sont ces vestiges ?

b. Développez par écrit une époque, à la manière du document 1. Utilisez les temps du passé.



Fonte - "*Tourisme.com*", p.92

Na sequência, a atividade de compreensão oral traz uma situação concreta de visita turística na qual são enfatizadas as informações históricas e a localização dos pontos turísticos, para em seguida tratar do desenvolvimento de uma parte gramatical trabalhando preposições de tempo.

Figura 26 – Compreensão oral Tourisme.com

2 Visiter la ville

6.1 **1 Véronique Brun est guide. Elle commente une visite de Paris à bord d'un autocar.**

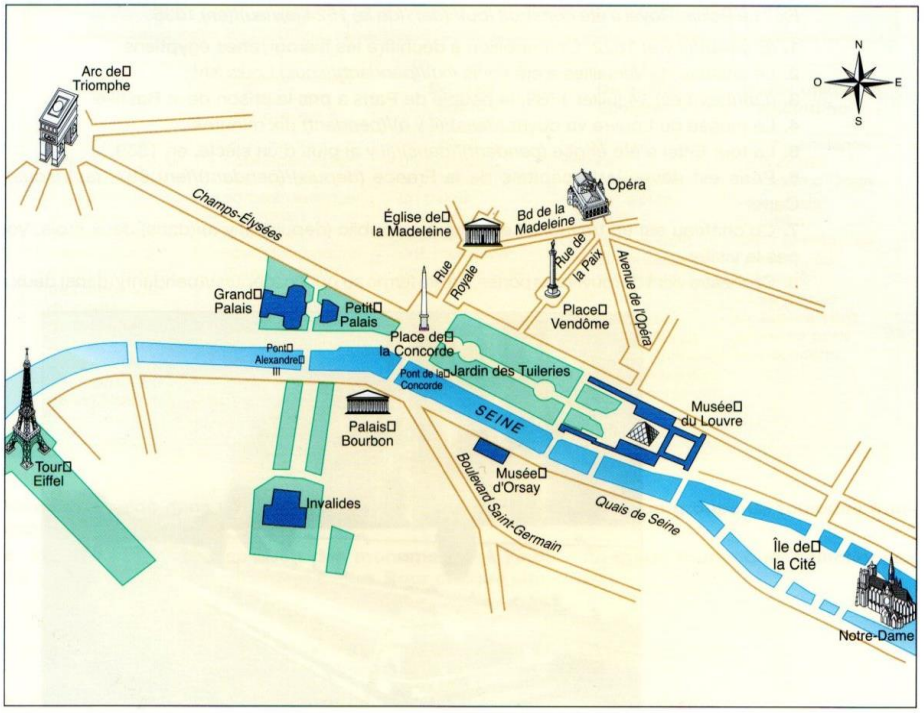
a. Écoutez et complétez ses commentaires.

Devant vous, l'Arc de triomphe qui a été construit en 1806 pour célébrer les victoires de Napoléon Ier. Sa construction a duré 30 ans, de 1806 à 1836. Nous descendons maintenant l'_____ qui a été dessinée au XVIIe siècle sous Louis XIV. C'est la plus longue avenue de Paris : 2 km de long sur 71 m de large. Aujourd'hui, sur cette avenue se déroulent les grands événements de la nation, comme le défilé du 14 Juillet. Nous arrivons sur la place _____, qui date du XVIIIe siècle. Au milieu, vous voyez l'obélisque de Louqsor, qui remonte au XIIIe siècle avant Jésus-Christ. Il a été donné à la France par l'Égypte en 1836. Sur votre droite, au loin, vous apercevez le symbole de Paris : la _____, qui a été érigée en 1889 pour l'Exposition universelle. De l'autre côté du pont de la Concorde, vous avez le _____, c'est le siège de l'Assemblée nationale. Nous continuons notre visite en direction de la cathédrale Notre-Dame de Paris. Sur votre gauche, vous pouvez admirer le _____, un des plus grands musées du monde.

Nous poursuivons notre découverte de Paris : nous longeons les _____, qui ont été classés en 1990 au Patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco*. Devant vous, sur votre droite, _____. C'est un chef-d'œuvre de l'architecture gothique qui date du Moyen Âge.

* Unesco : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture.

b. Repérez sur le plan ci-dessous les monuments cités et l'itinéraire emprunté.



Fonte – "*Tourisme.com*", p. 93

Seguindo com os trabalhos das competências gramaticais dos tempos do passado aplicados ao *savoir-faire* profissional do guia, o livro apresenta atividades de preenchimento de lacunas e escolha das alternativas corretas para trabalhar as expressões de tempo em apresentações históricas de interesse turístico

Figura 27 – Preposições de tempo Tourisme.com

2 **L'expression du temps.**
Complétez les phrases avec *dans* ou *il y a*.

1. Ce pont a été construit _____ trois siècles.
2. La visite commentée va commencer _____ trente minutes.
3. Asseyez-vous, je suis à vous _____ un instant.
4. J'ai séjourné à Paris _____ dix ans.
5. _____ combien de temps allons-nous rentrer à l'hôtel ?

3 **L'expression du temps. Complétez les phrases avec *pendant* et *depuis*.**

1. Cette église a été détruite _____ la Révolution française.
2. _____ combien de temps l'opéra est-il fermé au public ?
3. J'ai attendu ce groupe _____ deux heures, et il n'est pas venu.
4. Dépêchez-vous, votre guide vous attend _____ une heure dans le hall de l'hôtel !
5. On leur a volé leur passeport _____ la visite.

L'expression du temps

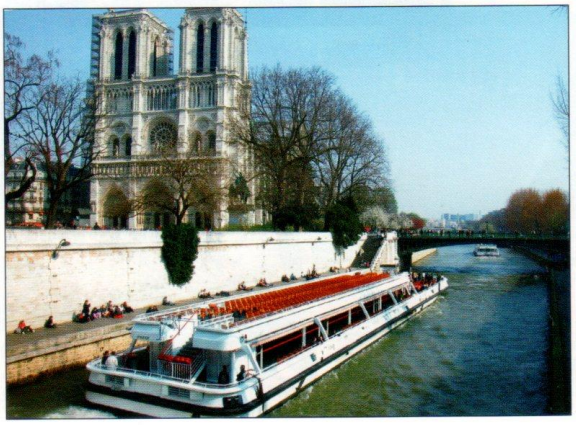
• **Se situer dans le temps**
– **en** + *année* : L'Arc de Triomphe a été construit **en** 1806.
– **de… à…** : **de** 1806 **à** 1836
– **au** + ***siècle*** : L'avenue des Champs-Élysées a été dessinée **au** XVIIe siècle.
– **sous** + *nom du souverain/de la dynastie* : **sous** Louis XIV, **sous** la dynastie des Tang.
– **il y a** *(moment du passé où l'action a eu lieu)* : Ce théâtre a été édifié **il y a** cinq siècles.
– **dans** *(moment du futur où l'action aura lieu)* : La visite commencera **dans** une heure.

• **Exprimer la durée**
– **pendant/durant** *(durée effective)* : Louis XVI a régné **pendant** 21ans.
– **depuis** *(durée non achevée avec point de départ dans le passé)* : Le musée d'Orsay accueille des visiteurs **depuis** 1986.

Voir Précis grammatical : **l'expression du temps**, page 114.

4 **L'expression du temps. Entourez la bonne réponse.**
Ex. : Le Palais-Royal a été construit (du)/(de)/(de la) 1624 (à)/(au)/(en) 1636.

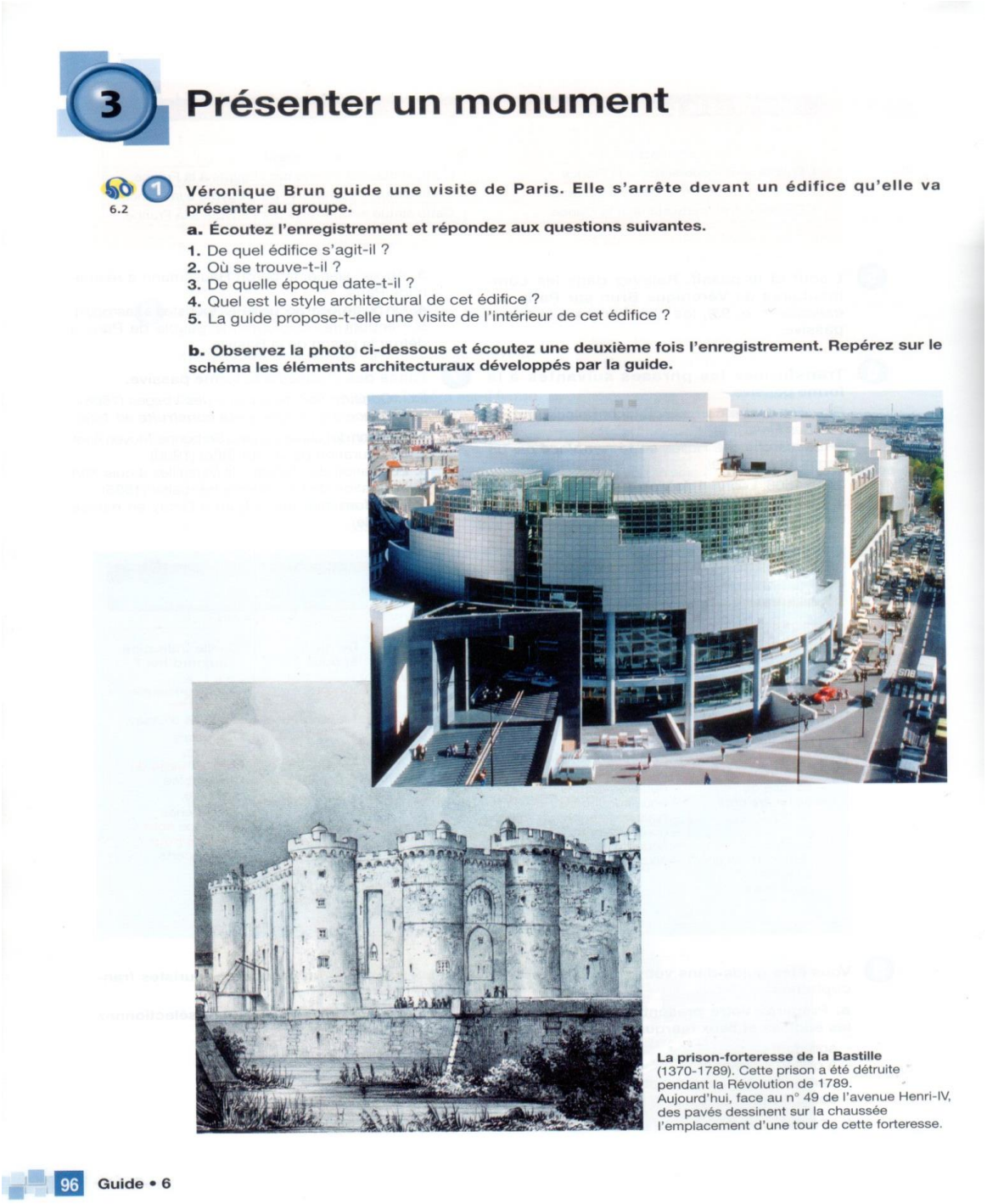
1. *(En)/(Au)/(Il y a)* 1822, Champollion a déchiffré les hiéroglyphes égyptiens.
2. Le château de Versailles a été édifié *(au)/(pendant)/(sous)* Louis XIV.
3. *(La)/(Le)/(Les)* 14 juillet 1789, le peuple de Paris a pris la prison de la Bastille.
4. Le musée du Louvre va ouvrir *(dans)/(il y a)/(pendant)* dix minutes.
5. La tour Eiffel a été érigée *(pendant)/(dans)/(il y a)* plus d'un siècle, en 1889.
6. Paris est devenue la capitale de la France *(depuis)/(pendant)/(en)* 987, *(au)/(sous)/(de)* Hugues Capet.
7. Ce château est en travaux, il est fermé au public (depuis)/(il y a)/(dans) deux mois. Vous ne pouvez pas le visiter.
8. Ce théâtre vient de rouvrir ses portes, il a été fermé au public (depuis)/(pendant)/(dans) deux mois.



Fonte - "*Tourisme.com*", p. 94

O livro didático propõe também uma atividade relacionada à apresentação de um monumento histórico. Trata-se de uma atividade de transposição da anterior, ou seja, o exercício clássico de “faire à la manière de”, seguida de uma parte gramatical que trabalha os pronomes relativos où e dont aplicados a falas típicas de situações da atividade do guia.

Figura 28 – Atividade Apresentação de um monumento Tourisme.com



3 Présenter un monument

6.2 1 **Véronique Brun guide une visite de Paris. Elle s'arrête devant un édifice qu'elle va présenter au groupe.**

a. Écoutez l'enregistrement et répondez aux questions suivantes.

1. De quel édifice s'agit-il ?
2. Où se trouve-t-il ?
3. De quelle époque date-t-il ?
4. Quel est le style architectural de cet édifice ?
5. La guide propose-t-elle une visite de l'intérieur de cet édifice ?

b. Observez la photo ci-dessous et écoutez une deuxième fois l'enregistrement. Repérez sur le schéma les éléments architecturaux développés par la guide.

La prison-forteresse de la Bastille (1370-1789). Cette prison a été détruite pendant la Révolution de 1789. Aujourd'hui, face au n° 49 de l'avenue Henri-IV, des pavés dessinent sur la chaussée l'emplacement d'une tour de cette forteresse.

96 Guide • 6

Fonte - “*Tourisme.com*”, p. 96

Em seguida, são apresentadas atividades que trabalham os pronomes relativos, que permitem que o guia aprofunde as descrições dos monumentos e outros atrativos em suas apresentações profissionais

Figura 29 – Atividades gramaticais pronomes relativos *où* e *dont* Tourisme.com

2 **Les pronoms relatifs. Lisez les commentaires de Véronique Brun (transcription 6.2, p. 142). Repérez les pronoms relatifs *qui, que, dont, où*.**

a. Que remplacent-ils ?

Ex. : Nous nous trouvons devant l'Opéra Bastille ***dont*** *l'inauguration a eu lieu le 14 juillet 1989.*
→ le pronom relatif « **dont** » remplace « **de l'Opéra Bastille** ».

b. Complétez avec *dont, où, qui, que*.

1. Le pronom _____ est sujet et il remplace des personnes ou des choses.
2. Le pronom _____ est complément et il remplace des personnes ou des choses.
3. Le pronom _____ remplace « *de* + un nom ».
4. Le pronom _____ remplace un lieu.

3 **Complétez les phrases suivantes avec *dont, où, que*.**

1. C'est un objet _____ les Égyptiens utilisaient pour écrire. / C'est un objet _____ les Égyptiens avaient besoin pour écrire.
2. C'est un quartier _____ il y a beaucoup d'hôtels. / C'est un quartier _____ je me souviens.
3. Le tarif _____ vous bénéficiez… / Le tarif _____ vous avez choisi…
4. La cathédrale _____ nous visitons. / L'heure _____ nous partons visiter la cathédrale.

4 **Complétez les définitions des sites touristiques suivants avec *qui, que, dont, où*.**

1. *Les pyramides d'Égypte :* grands monuments _____ servaient de tombeaux aux pharaons égyptiens et _____ la forme est une pyramide.
2. *La tour Eiffel :* tour métallique du XIXe siècle _____ symbolise Paris et _____ le constructeur s'appelle Gustave Eiffel.
3. *La Grande Muraille :* formidable mur de 6 700 kilomètres _____ les Chinois ont construit au nord de la Chine.
4. *L'Acropole :* cité antique de l'ancienne ville d'Athènes _____ se trouve en Grèce et _____ on peut voir le temple du Parthénon
5. *Le Colisée :* amphithéâtre à Rome _____ les Romains ont construit à la fin du Ier siècle et _____ les proportions sont grandioses (50 000 spectateurs).

Pronoms relatifs *dont* et *où*

• Le pronom relatif « dont »
C'est l'Opéra Bastille **dont** l'inauguration a eu lieu le 14 juillet 1989.
→ l'inauguration **de l'Opéra Bastille**. (complément du nom)
Le groupe **dont** je suis responsable visite l'Opéra Bastille.
→ Je suis responsable **de ce groupe**. (complément de l'adjectif)
Le château **dont** je vous parle date du XVIIIe siècle.
→ Je vous parle **de ce château**. (complément du verbe)
Autres constructions verbales : *avoir besoin de, avoir peur de, avoir envie de, se souvenir de, s'occuper de, se servir de, bénéficier de, disposer de…*

• Le pronom relatif « où »
La cathédrale **où** nous allons est de style gothique. (complément de lieu)
Le lundi est le jour **où** les musées sont fermés. (complément de temps)

Voir Précis grammatical : **les pronoms relatifs**, page 116.

5 **Écrivez les définitions des mots suivants. Utilisez les informations données et des pronoms relatifs.**

Ex. : L'Antiquité : époque de l'histoire / va de la fin de la préhistoire au Ve siècle.
→ *C'est une époque de l'histoire* ***qui*** *va de la fin de la préhistoire au Ve siècle.*

1. *Une église :* édifice / se réunissent les catholiques pour prier.
2. *Le style gothique :* forme d'architecture européenne / apparaît au XIIe siècle.
3. *Un château fort :* construction / date du Moyen Âge / les murs sont fortifiés.
4. *Une pagode :* édifice religieux / on trouve en Asie.
5. *Le Parthénon :* temple antique grec / est situé à Athènes / vous pouvez visiter.

Fonte - "*Tourisme.com*", p. 97

A parte gramatical neste livro é bastante sistematizada, como podemos ver abaixo, seguida ao final de um “Faire le pojnt – grammaire e lexique” e “Faire le point professionnel”

Figura 30 – Atividades gramaticais de negação Tourisme.com

5 **La négation. Répondez aux questions suivantes en utilisant la forme négative. La négation doit porter sur les mots en italique.**

1. Vous connaissez *quelqu'un* en Chine ? Non, je _____

2. Vous avez *encore* des questions ? Non, on _____

3. Vous voulez manger *quelque chose* ? Non, nous _____

4. Avez-vous trouvé *un* appareil photo dans le car ? Non, je _____

5. Il pleut *toujours* ? Non, il _____

6. *Quelqu'un* m'a téléphoné ? Non, _____

7. *Quelque chose* vous plaît ? Non, _____

La négation

– Vous êtes fatigués ?
– Non, nous **ne** sommes **pas** fatigués.
– Il manque **quelqu'un** ?
– Non, il **ne** manque **personne**.
– Vous voyagez **quelquefois** ?
– Non, je **ne** voyage **jamais**.
– Vous avez compris **quelque chose** ?
– Non, je **n'**ai **rien** compris.
– Vous travaillez **encore / toujours** chez Toptour ?
– Non, je **ne** travaille **plus** chez Toptour.
– Vous avez **une** explication (précise) ?
– Non, désolé, je **n'**ai **aucune** explication.

Voir Précis grammatical : **la négation**, page 111.

6 **Suivez le guide ! Observez-le. Quelles erreurs commet-il ?**

Savoir-faire
Bien guider… quelques conseils

– Connaître son public (nationalité, âge, intérêt…).
– Bien gérer le temps de la visite (vue d'ensemble, visite détaillée).
– Être à l'écoute des visiteurs.
– S'exprimer clairement et à voix haute.
– Adapter ses commentaires au groupe.
– S'adresser au groupe en le regardant.
– Rester toujours souriant et enthousiaste !

Fonte - “*Tourisme.com*”, p.101

Figura 31 – Atividades gramaticais de revisão da unidade

Faire le point

A. Faites le point grammatical

1 **Au Moyen Âge, les seigneurs _____ dans des châteaux forts.**
a. ☐ vivaient c. ☐ vivait
b. ☐ vivions d. ☐ vivez

2 **Marie de Médicis, qui était l'épouse de Henri IV, _____ construire le palais du Luxembourg.**
a. ☐ faisait c. ☐ a fait
b. ☐ a été fait d. ☐ faire

3 **À cette époque, l'école _____ pas obligatoire.**
a. ☐ ne sera c. ☐ n'a pas été
b. ☐ n'était d. ☐ n'a pas eu

4 **_____ 1789, les Parisiens ont pris la prison de la Bastille.**
a. ☐ Pendant c. ☐ Au
b. ☐ En d. ☐ Le

5 **L'Opéra Bastille est ouvert au public _____ 1989.**
a. ☐ dans c. ☐ pendant
b. ☐ depuis d. ☐ il y a

6 **La prochaine visite guidée aura lieu _____ une heure.**
a. ☐ dans c. ☐ il y a
b. ☐ pendant d. ☐ depuis

7 **Le musée _____ l'été dernier par le ministre de la Culture.**
a. ☐ est inauguré c. ☐ sera inauguré
b. ☐ a été inauguré d. ☐ a inauguré

8 **Le groupe _____ par un guide local.**
a. ☐ est accompagné
b. ☐ accompagne
c. ☐ sont accompagnés
d. ☐ accompagnent

9 **L'hôtel de ville, _____ la façade est très décorée, a été reconstruit au XIXe siècle.**
a. ☐ qui c. ☐ que
b. ☐ dont d. ☐ où

10 **La place _____ nous nous trouvons est la plus ancienne de la ville.**
a. ☐ où c. ☐ qui
b. ☐ dont d. ☐ que

11 **Si vous allez au Canada, vous _____ ferez de belles randonnées.**
a. ☐ y c. ☐ en
b. ☐ où d. ☐ la

12 **Je vous conseille de faire cette excursion, vous _____ reviendrez ravi.**
a. ☐ y c. ☐ en
b. ☐ la d. ☐ lui

13 **– Vous avez quelque chose à déclarer ?**
– Non je n'ai _____ à déclarer.
a. ☐ jamais c. ☐ aucun
b. ☐ rien d. ☐ plus

14 **– Vous reste-t-il encore des euros ?**
– Non, il ne m'en reste _____.
a. ☐ personne c. ☐ toujours
b. ☐ rien d. ☐ plus

Fonte - "*Tourisme.com*", p. 102

Figura 32 – Atividades de competências profissionais do guia Tourisme.com

B. Faites le point professionnel

6.6 **1** **Écoutez les commentaires d'un guide, de quel type de monument parle-t-il ?**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

6.7 **2** **Vrai ou faux ? Écoutez les commentaires d'une visite guidée et dites si les affirmations sont vraies ou fausses.**

	VRAI	FAUX
a. Le site visité est une entreprise industrielle.	❒	❒
b. Les visiteurs peuvent prendre des photos pendant la visite.	❒	❒
c. Les visiteurs vont apprendre à cuisiner.	❒	❒

6.8 **3** **Lisez le texte suivant. Écoutez le guide. Complétez le texte.**

Cette _____ a été construite _____ XVe siècle. Le clocher _____ de 1614. Ce clocher est en pierre. Les cloches datent du _____ siècle. Comme vous pouvez le _____, l'église est entourée d'un des rares cimetières marins d'Europe dont les murs descendent jusqu'à la plage. _____, s'il vous plaît. Devant la porte extérieure de l'église se _____ une sculpture de la femme au poignard. Cette sculpture qui _____ au XVIIe siècle raconte l'histoire d'une jeune femme qui s'est tuée pour échapper à un mariage forcé. _____ et entrons. Vous pouvez _____ les tableaux réalistes du peintre Thiry, ils datent du début du XXe siècle...

4 **Complétez**

Cette magnifique mosquée _____ du début du XVIIIe siècle.

5 **Vrai ou faux ? Pour préparer un itinéraire touristique, il faut consulter :**

	VRAI	FAUX
a. des cartes de visite.	❒	❒
b. des cartes géographiques.	❒	❒
c. des guides touristiqués.	❒	❒

6 **Remettez les éléments de la phrase dans l'ordre avec la ponctuation et les majuscules.**

le château duquesne / en face de vous / qui abrite le musée du cheval / vous pouvez apercevoir

7 **Vrai ou faux ? Quand un guide décrit un monument il doit :**

	VRAI	FAUX
a. parler des points de l'histoire liés au monument.	❒	❒
b. décrire le style architectural du monument.	❒	❒
c. raconter des anecdotes liées au monument.	❒	❒
d. lire sa présentation.	❒	❒
e. adapter sa présentation au public.	❒	❒

8 **Quelles sont les qualités d'un bon guide ? Cochez les bonnes réponses.**

a. ☐ l'enthousiasme **c.** ☐ la franchise
b. ☐ la disponibilité **d.** ☐ l'écoute

9 **Dans la liste ci-dessous, quels édifices n'ont pas de fonction religieuse ?**

a. ☐ un temple **d.** ☐ une mosquée
b. ☐ une synagogue **e.** ☐ une église
c. ☐ un hôtel de ville **f.** ☐ un château fort

10 **Remettez dans l'ordre chronologique les époques de l'histoire de France suivantes (du moins récent au plus récent).**

Le Moyen Âge / Le XXe siècle / La Révolution / La Renaissance

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Fonte - "*Tourisme.com*", p. 103

A última seção da unidade “Pour aller plus loin” tem caráter complementar e apresenta uma proposta de reflexão com endereços de sites da internet úteis para o profissional buscar informações sobre itinerários, cidades e monumentos.

Figura 33 – Atividade complementar Guia de Turismo – Tourisme.com

Pour aller plus loin

LES GUIDES TOURISTIQUES EN LIGNE

Pour bien vous informer sur une destination, un itinéraire, une ville, un monument, voici quelques adresses de sites Internet à consulter sans modération.

Site officiel des offices de tourisme étrangers de 53 pays qui ont tous une représentation en France.
http://www.office-de-tourisme.com

Site officiel de Maison de la France dont la mission est de promouvoir la destination France à l'étranger.
http://www.atout-france.fr

Site du Guide du routard où on trouve des informations sur 28 destinations différentes.
http://www.routard.com

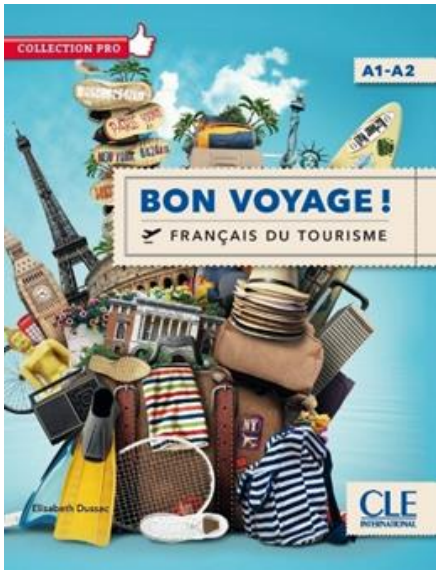
Sites qui permettent de consulter des cartes de tous les pays du monde ou de composer son itinéraire.
http://www.viamichelin.fr
http://www.earth.google.fr

Site de la Librairie des voyages pour vous permettre d'accéder à 14 000 ouvrages.
http://www.voyageursdumonde.com

104 Guide • 6

Fonte - “*Tourisme.com*”, p. 104

Figura 34 – Capa Bon Voyage!



Ficha Técnica

Nível – Iniciante – A1/A2

No de horas – 60

Editora – CLE International

Ano - 2017

O livro didático *"Bon Voyage Français du Tourisme"* é dirigido a alunos iniciantes dos níveis A1 e A2 desenhado para trabalhar as competências de comunicação essenciais nas profissões do Turismo e para preparar o aluno para o diploma da Câmara de Comércio de Paris. A carga horaria prevista é de 60 horas.

Os autores definem que a abordagem didático-metodológica do método é acional, ou seja, busca levar o aluno a agir em contextos de comunicação específicos da área do Turismo. Há uma grande variedade de situações de comunicação como a organização de eventos, concepção de circuitos turísticos, consultoria e venda de produtos turísticos etc. Essas situações se dão em diferentes ambientes profissionais: agência de locação de veículos, agência de eventos, parque temáticos, estações de trem, aeroportos, clubes de férias, hotéis, etc.

No sumário são propostas 7 unidades temáticas, sendo que a primeira *"Visite guidée"* é a específica do Guia de Turismo.

O livro apresenta também uma parte relacionada a aspectos culturais, intitulada "*Parlons Culture*" na qual os temas propostos estão ligados a aspectos históricos e culturais de regiões, monumentos, etc.

Figura 35 – Sumário Bon Voyage!

TABLEAU DES CONTENUS

	Objectifs professionnels	Actes langagiers	Outils lexicaux	Outils grammaticaux	Parlons culture
Unité 0 **CONTACT** 	▸ **Répondre à une demande de rendez-vous** ▸ **Rédiger un courriel de confirmation** ▸ **Se présenter profession-nellement** ▸ **Parler des métiers du tourisme**	▪ Comprendre une date, un horaire ▪ Écrire un courriel simple ▪ Parler d'un parcours de formation ▪ Mieux connaître les métiers du tourisme ▪ Présenter simplement une entreprise	▪ Les salutations ▪ L'alphabet ▪ Les nombres ▪ L'identité ▪ Le temps ▪ La formation ▪ Les fonctions	▪ Les verbes *être, avoir* et *pouvoir* ▪ Les adjectifs possessifs et qualificatifs ▪ Le conditionnel de politesse ▪ Les articles définis et indéfinis ▪ Le présent des verbes en *-er* et en *-ir* ▪ *C'est* + nom / adjectif	▪ La relation client
	Tâche finale : Prendre rendez-vous, présenter ses fonctions et son entreprise.				
Unité 1 **VISITE GUIDÉE** 	▸ **Demander des précisions sur des prestations touristiques** ▸ **Demander des tarifs dans un courriel** ▸ **Réaliser un dépliant touristique** ▸ **Parler d'un circuit touristique et de son itinéraire**	▪ Trouver des informations sur internet et auprès d'institutions touristiques ▪ Se renseigner sur des prix ▪ Rédiger la présentation d'un circuit touristique ▪ Décrire un circuit touristique	▪ Les brochures touristiques ▪ La tarification ▪ Les formules de politesse dans un courriel	▪ La phrase interrogative ▪ Les prépositions de lieu ▪ Le futur proche ▪ Le conditionnel de politesse *(2)*	▪ Les patrimoines culturels
	Tâche finale : Concevoir un circuit touristique.				
Unité 2 **FORFAIT PREMIUM** 	▸ **Interroger sur les goûts** ▸ **Proposer une prestation** ▸ **Conclure une vente de prestations** ▸ **S'excuser pour l'annulation d'une prestation**	▪ Questionner sur des goûts et des préférences ▪ Proposer des activités sportives ▪ Conclure une vente de prestations ▪ Expliquer les raisons d'une annulation et s'en excuser	▪ L'expression des goûts ▪ Les activités sportives ▪ L'énumération et la conclusion ▪ La météo ▪ Les formules du regret et des excuses dans un courriel	▪ L'indicatif présent ▪ L'interrogation inversée ▪ L'hypothèse ▪ Le comparatif ▪ Le passé composé	▪ L'écotourisme en Équateur
	Tâche finale : Vendre des prestations.				

4 | quatre

Fonte – Bon Voyage ! – Français du Tourisme p. 4

Figura 36 – Sumário pt.2 Bom Voyage!

	Objectifs professionnels	Actes langagiers	Outils lexicaux	Outils grammaticaux	Parlons culture
Unité 3 **ARRIVÉES DÉPARTS** 	▸ **Accueillir et orienter les voyageurs à l'aéroport et à la gare** ▸ **Informer les voyageurs des formalités et des règles de sécurité** ▸ **Vendre un billet** ▸ **Louer une voiture**	▪ Accueillir et orienter des voyageurs ▪ Remplir une fiche de réservation ▪ Expliquer des formalités, informer d'un retard ▪ Louer une voiture pour un voyageur	▪ La localisation ▪ La gare ▪ L'aéroport ▪ Les formalités ▪ La location de voiture	▪ L'obligation avec *il faut* et l'impératif ▪ L'interrogation avec *quel* ▪ La forme négative	▪ Des promenades originales
	Tâche finale : Assurer une location de voiture.				
Unité 4 **VAUT LE VOYAGE !** 	▸ **Recommander un site, une particularité régionale** ▸ **Conseiller sur des visites gastronomiques locales** ▸ **Proposer une offre promotionnelle** ▸ **Proposer une manifestation culturelle**	▪ Parler d'une activité touristique locale ▪ Parler d'une spécialité régionale ▪ Décrire une offre promotionnelle ▪ Décrire une manifestation culturelle	▪ Les activités culturelles ▪ Les spécialités gastronomiques régionales ▪ Les offres promotionnelles	▪ Le superlatif ▪ Le comparatif irrégulier ▪ Le futur simple	▪ Le tourisme d'aventure
	Tâche finale : Proposer un produit touristique en promotion.				
Unité 5 **CULTURE DE L'ÉVÈNEMENT** 	▸ **Expliquer une commande** ▸ **Demander des devis** ▸ **Présenter un projet évènementiel** ▸ **Commenter un questionnaire de satisfaction clientèle**	▪ Rapporter des questions et des conditions ▪ Demander des devis et négocier des tarifs ▪ Rendre compte d'une organisation ▪ Commenter un questionnaire de satisfaction	▪ L'évènementiel ▪ La satisfaction clientèle	▪ Le discours rapporté ▪ La forme passive ▪ Les pronoms directs, indirects et compléments de lieu ▪ Les pronoms relatifs	▪ Un évènement insolite
	Tâche finale : Organiser un évènement.				

cinq | 5

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 5

Figura 37 Sumário Bom Voyage! Pt. 3

TABLEAU DES CONTENUS

	Objectifs professionnels	Actes langagiers	Outils lexicaux	Outils grammaticaux	Parlons culture
Unité 6 **AMBIANCE !** 	▸ **Réaliser un programme d'animations** ▸ **Animer une soirée à thème** ▸ **Informer sur les règles de sécurité d'un parc touristique** ▸ **Gérer une boutique de souvenirs**	▪ Rédiger un programme d'animations ▪ Présenter des animations ▪ Donner des consignes de sécurité ▪ Donner des instructions	▪ L'animation ▪ Les jeux et récompenses ▪ La sécurité ▪ Les parcs à thèmes	▪ Les adjectifs indéfinis ▪ L'expression de l'obligation et de l'interdiction ▪ La négation *ne … plus* ▪ Le pronom *en* ▪ L'expression du temps futur et de la durée	▪ Les casinos dans le monde
	Tâche finale : Organiser et animer des activités.				
Unité 7 **HÔTEL 4 ÉTOILES** 	▸ **Présenter les services d'un hôtel-restaurant** ▸ **Répondre aux demandes des clients** ▸ **Prendre une commande** ▸ **Proposer une solution à un problème**	▪ Présenter des services à la réception d'un hôtel ▪ Offrir un service sur-mesure ▪ Prendre une commande de petit-déjeuner à l'étage ▪ Traiter le problème d'un client	▪ L'hôtel ▪ Les aliments	▪ Le pronom *en (2)* ▪ Le discours rapporté *(2)* ▪ Les articles partitifs ▪ Le présent de *prendre* ▪ Les pronoms indirects *(2)* ▪ L'expression de la quantité	▪ Les hôtels insolites dans le monde
	Tâche finale : Accueillir et traiter les demandes des clients d'un hôtel d'exception.				

▸ **Vidéos Michelin Voyage disponibles sur le DVD multimédia :**
– Au cœur de la Polynésie française ;
– Paris au fil de l'eau ;
– Riquewihr, sur la route des vins d'Alsace ;
– La cité médiévale de Carcassonne ;
– Le ZooParc de Beauval.

9 Piste audio disponible sur le DVD
Activité d'expression orale
Activité préparant au Diplôme de français professionnel Tourisme Hôtellerie Restauration A2

6 | six

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 6

No que se refere à Unidade 1- *Visite guidée* – são propostos os seguintes objetivos profissionais:

- Solicitar informações sobre atividades turísticas
- Solicitar informações sobre os preços das atividades
- Elaborar um folheto turístico
- Apresentar um circuito turístico e seu itinerário

Figura 38 – Abertura Unidade 1 – Visita Guiada – Bom Voyage!

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 19

Como é possível observar, os tópicos da primeira lição da unidade se referem a solicitar e dar informações.

Figura 39 – Atividades Iniciais Unidade 1 Bom Voyage!

1 UNITÉ

SE RENSEIGNER SUR UNE RÉGION

Pour commencer

1. Un prospectus, une brochure, un dépliant
2. Un plan
3. Un guide
4. Un programme de circuit touristique

1. Échangez : quelles informations apportent ces différents documents ?

2. Quels documents sont nécessaires pour...
a. ... s'orienter dans une ville ?
b. ... connaître l'itinéraire et le nombre de jours d'un voyage organisé ?
c. ... avoir des informations sur les services d'un hôtel ou d'un parc de loisirs ?
d. ... avoir beaucoup d'informations détaillées sur une ville ?

3. Monuments et loisirs. Lisez la liste et classez les mots dans le tableau.
une dégustation – un château – une croisière – un musée – une promenade – une pyramide – une randonnée – un vieux quartier

Monuments	Loisirs
• ...	• ...

1 Vérifiez votre compréhension

Arthur
Je suis chef de produit touristique chez un tour-opérateur. Mon travail est de concevoir et de mettre en place des circuits touristiques avec guide, transport et hébergement. Je contacte les hôtels et les parcs de loisirs pour me renseigner sur les transports et les activités.

Hugo
Je suis agent d'accueil touristique dans un parc de loisirs. J'accueille, je réponds au téléphone, je renseigne et oriente les touristes. Je peux aussi accompagner des groupes en visites.

12 4. Écoutez et lisez les présentations d'Arthur et d'Hugo.

5. Répondez aux questions.
a. Où travaille Arthur ?
b. Trouvez le poste d'Arthur.
c. Trouvez les fonctions d'Arthur.
d. Où travaille Hugo ?
e. Trouvez le poste d'Hugo.
f. Trouvez les fonctions d'Hugo.

20 | vingt

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 20

A diferença em relação aos outros livros está no item "*Appliquez*" que propõe a realização um projeto que leva o aluno a desenvolver várias competências profissionais como: fazer uma pesquisa na internet para obter informações, entrar em contato com os diferentes profissionais da área para o alinhamento do trabalho, selecionar imagens, entre outras, como é mostrado na figura abaixo.

Figura 40 – Atividades Visite Guidée – Bon Voyage !

SÉANCE 1

13 6. Écoutez le dialogue entre Arthur et Hugo. Choisissez la ou les bonnes réponses.

1. Que recherche le chef de produit ?
   - a. La restauration
   - b. L'hébergement
   - c. La localisation des transports
   - d. Les villes de la région
   - e. L'itinéraire d'une visite d'une journée

2. Quelles informations obtient le chef de produit ?
   - a. Le programme des activités
   - b. Les horaires de bus
   - c. Le plan du site touristique
   - d. Les horaires des visites commentées d'un musée
   - e. La brochure des hôtels

2 Retenez

GRAMMAIRE

Les mots interrogatifs : *où, quand, combien, qu'est-ce que*

- L'interrogation portant sur **un lieu**
  - ***Où** nos clients peuvent faire une randonnée ?*
- L'interrogation portant sur **le moment**
  - ***Quand** les touristes peuvent venir ?*
- L'interrogation portant sur **la quantité et la durée**
  - ***Combien** de monuments nos clients peuvent visiter ?*
  - *Le circuit touristique dure **combien de jours** ?*
- L'interrogation portant sur **une chose**
  - ***Qu'est-ce que** vous proposez à notre groupe ?*

Vocabulaire

- un touriste
- un client
- un groupe
- un renseignement
- une information
- un office du tourisme
- un tour-opérateur
- un voyage organisé
- une excursion
- un logement
- un restaurant
- un parc de loisirs

GRAMMAIRE

La forme de politesse : *Je voudrais*

- Pour formuler une phrase poliment : **conditionnel** du verbe *vouloir* + **nom** ou **infinitif**.
  - *Je **voudrais** un dépliant s'il vous plaît.*

7. Complétez avec *où, quand, combien, qu'est-ce que.*
   - a. ... de guides d'excursions sont disponibles à cette période ?
   - b. Et pour le logement, ... vous proposez à notre clientèle ?
   - c. ... nos clients peuvent boire une très bonne bière ?
   - d. ... les chambres d'hôtes ouvrent en cette saison ?

8. Cochez les formules de politesse au conditionnel.
   - a. Je voudrais un plan de la ville s'il vous plaît.
   - b. Je veux un guide touristique s'il vous plaît.
   - c. Je voudrais faire une excursion s'il vous plaît.

3 Appliquez

9. Recherchez des informations touristiques sur le site : www.quebecregion.com

10. Trouvez 5 logements et 5 sites culturels.

Logements	Sites culturels
...	...

11. Pour concevoir un circuit touristique, vous téléphonez aux hôteliers, aux transporteurs, aux responsables d'excursions et à l'office du tourisme de Québec. Posez des questions en vous aidant des images.

Un hôtel
Un monument
Un plan de ville
Un musée
Une randonnée

vingt et un | 21

Fonte – Bon Voyage ! – Français du Tourisme p. 21

A segunda lição da unidade trata da elaboração de um roteiro turístico e é iniciada por uma atividade que convida o aluno a ligar frases de um itinerário turístico a imagens correspondentes, seguida de uma atividade de leitura:

Figura 41 – Abertura da segunda lição da unidade de guia – livro Bom Voyage!

1 UNITÉ

CRÉER UN CIRCUIT TOURISTIQUE

Pour commencer

1. Associez les phrases de circuits touristiques aux photos. Attention, plusieurs photos peuvent correspondre à une phrase.

a. Premier jour : accueil des clients à l'aéroport, départ vers Malaga en navette et dîner à l'hôtel.
b. Deuxième jour : petit-déjeuner à l'hôtel et visite des églises de la ville. Concert.
c. Troisième jour : départ pour Grenade. Visite des jardins et des palais de l'Alhambra avec un guide local.
d. Quatrième jour : départ pour Cordoue, visite de la mosquée La Mezquita. Le soir, restaurant gastronomique.
e. Cinquième jour : départ pour Séville, visite de la ville et promenade dans les ruelles du vieux quartier.
f. Sixième et dernier jour : le matin, départ pour Jerez de la Frontera. L'après-midi, visite de la cave traditionnelle Domecq et dégustation de vins.

1 Vérifiez votre compréhension

2. Lisez le programme proposé par ce dépliant de circuit touristique.

MONTRÉAL, TORONTO, OTTAWA, MILLE-ÎLES, QUÉBEC, PERCÉ

2 650 €
Circuit découverte de 6 jours / 5 nuits pour 15 participants
Départ le 26/05

• **1er jour :** arrivée à Toronto en fin d'après-midi. Accueil à l'aéroport de Montréal puis transfert en navette. Visite libre de la ville et dîner à l'hôtel.
• **2e jour :** départ vers la ville d'Ottawa avec un arrêt pour une croisière autour des Mille-Îles. Découverte guidée d'Ottawa.
• **3e jour :** petit-déjeuner près d'Ottawa, puis départ pour Montréal. Visite guidée de la ville, puis dîner à l'hôtel.
• **4e jour :** départ pour Québec. Sur le chemin, visite commentée d'un village traditionnel huron.
• **5e jour :** dans la matinée, visite de Québec, déjeuner. Départ, avec un détour par Percé. Visite du parc Forillon.
• **6e jour :** retour à Montréal, puis vol vers Paris.

Le prix comprend :
• Le vol Paris-Montréal aller / retour
• L'hébergement dans un hôtel 3 étoiles, en chambre simple et en demi-pension
• Les transferts
• Les visites guidées
• L'assurance assistance

Le prix ne comprend pas :
• Les taxes d'aéroport : 25 €
• La croisière : supplément de 18 €
• Les boissons et les extras
• Un repas par jour

24 | vingt-quatre

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 24

A seção Apresentar um Itinerário é iniciada por uma atividade de classificação lexical, seguida de uma atividade de compreensão oral em que o aluno é exposto a um áudio de um agente de viagens explicando a programação de um roteiro turístico sobre o qual o aluno é convidado a responder perguntas.

Figura 42 – Apresentar um itinerário – Bom Voyage!

1 UNITÉ

PRÉSENTER UN ITINÉRAIRE

Pour commencer

1. Regardez les photos et classez les mots dans le tableau.

1. *Une barque* 2. *Une pyramide* 3. *Un autocar, un car* 4. *Une fontaine*

5. *Une vallée* 6. *Une cathédrale* 7. *Un bateau* 8. *Une mosquée*

9. *Un avion* 10. *Une montagne* 11. *Une forteresse* 12. *Un désert*

Sites naturels	Transports	Monuments
• ...	• ...	• ...

2. Quelles activités proposer dans votre circuit ? Regardez les images et imaginez un circuit.

• *Pyramide + bateau + musée :*

1er jour : arrivée à l'aéroport du Caire. Transfert à l'hôtel. Visite du musée du Caire et dîner au restaurant.

2e jour : départ de la croisière d'une journée sur le Nil.

3e jour : découverte des pyramides.

1 Vérifiez votre compréhension

14 **3. Écoutez l'agent touristique expliquer le programme du circuit touristique aux participants.**

4. Répondez aux questions.

a. Où le circuit touristique est organisé ?
b. Comment voyagent les participants pour venir à Madrid ?
c. Dans quelle capitale se situe l'aéroport ?
d. Le deuxième jour, quel moyen de transport est utilisé pour voyager ?
e. Le troisième jour, quels sites touristiques ou monuments vont être visités ?
f. Quand les visites guidées sont prévues ?
g. Le quatrième jour, dans la ville d'Alcalá de Henares, qu'est-ce que les visiteurs vont pouvoir faire ?
h. Combien de jours dure le circuit ?

26 | vingt-six

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 26

A página seguinte dois quadros, um contendo uma lista de palavras úteis no contexto do guiamento, e o outro contendo explicação sobre o tempo verbal do futuro próximo, que é utilizado pelo guia durante o trabalho a fim de informar os turistas sobre as próximas atividades ao longo do dia. Aqui é importante frisar que esse tipo de lista varia de destino para destino e as palavras do livro foram escolhidas em função da atividade seguinte, na qual o aluno deve explicar o desenrolar da programação de um itinerário no Marrocos. O Estado de São Paulo demandaria outras palavras.

Figura 43 – Atividades Apresentação de Itinerário Bon Voyage!

SÉANCE 4

2 Retenez

Vocabulaire

- un tombeau
- un souk
- une palmeraie
- une oasis
- une dune
- le soleil
- un site naturel
- un correspondant
- un visiteur
- une capitale
- la gastronomie
- un temps libre
- une destination
- un embarquement
- un enregistrement

GRAMMAIRE

Le futur proche

- On emploie le futur proche pour exprimer une action située très prochainement.
- Sa formation : ***aller*** au présent + **infinitif** des verbes.
  - *Les participants **vont découvrir** la ville.*
  - *Le groupe **va revenir** à 20 h.*
  - *Le car **va s'arrêter** près de l'hôtel.*

5. Mettez les verbes au futur proche.

a. Vous *dégustez* du vin dans une cave. → ...
b. Le car *arrive* à l'aéroport à 8 heures. → ...
c. Les jardins *ouvrent* à votre arrivée. → → ...
d. Le car *se dirige* vers l'aéroport du Caire. → ...
e. Vous *prenez* la navette près de l'hôtel. → ...
f. Vous *monter* au Piton de la Fournaise. → ...

6. Transformez au futur proche.

• ***Arrivée** à 15 h. → Vous **allez arriver** à 15 h.*

a. Visite des jardins l'après-midi. → Vous ... les jardins l'après-midi.
b. Découverte de la ville le matin. → Vous ... la ville le matin.
c. Fermeture du palais à 18 h 30. → Le palais ... à 18 h 30.
d. Dégustation de spécialités. → Vous ... des spécialités.
e. Départ de l'autocar à 16 h 30. → L'autocar ... à 16 h 30.
f. Arrivée du bateau à 21 h 15. → Le bateau ... à 21 h 15.

3 Appliquez

7. Vous êtes agent de voyage. Expliquez le déroulement du programme et l'itinéraire du circuit.

CIRCUIT SUD MAROCAIN

5 JOURS
479 €
12 participants

1er JOUR : FRANCE - MARRAKECH
Enregistrement et embarquement à destination de Marrakech. Accueil par notre correspondant, transfert à l'hôtel et nuit.

2e JOUR : MARRAKECH
Toute la journée, visite de Marrakech. Découverte de la Koutoubia et des tombeaux saâdiens, puis visite du palais de la Bahia et du musée Dar Si Saïd. Déjeuner. Visite du souk. Dîner et nuit.

3e JOUR : MARRAKECH – OUARZAZATE – ZAGORA (370 KM)
Départ pour Ouarzazate. Déjeuner à Ouarzazate, puis route vers Zagora. Traversée de la montagne jusqu'à Zagora par la vallée du Drâa (villages fortifiés et oasis). Dîner et nuit.

4e JOUR : ZAGORA - ERFOUD (280 KM)
Départ pour Erfoud, via Mlal pour la visite de la palmeraie de Tazzarine. Déjeuner en cours de route. Dîner et nuit.

5e JOUR : ERFOUD – TODRA – TINERHIR (150 KM)
Très tôt le matin, possibilité d'excursion en Land Rover dans le désert pour admirer le lever du soleil dans les dunes de Merzouga (avec suppl. sur place). Départ pour Todra, site naturel et lieu de productions cinématographiques. Déjeuner, puis temps libre. Dîner et nuit.

vingt-sept | 27

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 27

As tarefas finais da unidade retomam as competências trabalhadas ao longo na unidade em atividades acionais que trabalham a produção oral e escrita e pedem que o aluno faça pesquisas na internet em sites específicos do *trade* turístico, faça um telefonema ao órgão de turismo suíço e faça perguntas propostas, escreva um e-mail solicitando informações a respeito de preços e fale sobre um roteiro turístico.

Figura 44 – Tarefa Final Guia De Turismo Bom Voyage!

CONCEVEZ UN CIRCUIT TOURISTIQUE

TÂCHE FINALE

Trouvez des informations touristiques sur internet

Exercice 1

Pour concevoir un circuit touristique en Suisse, vous devez collecter des informations sur le site de l'office de tourisme : www.myswitzerland.com

Exercice 2

Répondez aux demandes d'informations.

1. Trouvez 5 régions de destination.
2. Trouvez 5 produits gastronomiques.
3. Où faire des croisières ?
4. Dans quelles villes voir ces monuments ?
   a. Un château
   b. Une forteresse
   c. Une cathédrale

Demandez des précisions sur des prestations touristiques

Exercice 3

Téléphonez à l'office de tourisme de Suisse. Posez des questions très diverses. Vous pouvez vous aider des photos suivantes.

Saint-Gall, ville classée au patrimoine mondial de l'UNESCO

Chalet suisse

Lac de Genève

Parc naturel suisse, Mont Cervin

Cors des Alpes suisses

vingt-neuf | 29

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 29

Figura 45 – Tarefa Final pt.2 Guia de Turismo Bon Voyage!

1 UNITÉ

TÂCHE FINALE

Rédigez un courriel professionnel

Exercice 4

Vous voulez obtenir un prix de groupe auprès d'une compagnie d'autocars suisse. Écrivez un courriel à la compagnie pour demander des tarifs préférentiels.

Envoyer Discussion Joindre Adresses Polices Couleurs Enr. brouillon Navigateur de photos Afficher les modèles

De : –

À : Compagnie d'autocars Autoline <contact@autoline.com>

Objet : Demande de tarifs de groupes

Réalisez un programme de circuit touristique

Exercice 5

Rédigez la présentation de votre circuit touristique.

Parlez d'un circuit touristique

Exercice 6

Parlez du programme et de l'itinéraire de votre circuit touristique.

30 | trente

Fonte – Bon Voyage- Français du Tourisme p. 30

No que se refere às tipologias textuais propostas, os folhetos turísticos são uma ferramenta importante, pois recuperam os saberes coletados nas atividades anteriores.

Podemos dizer que os livros didáticos tratados nesta pesquisa tratam de situações de comunicação abrangentes a toda uma gama de diferentes profissionais que trabalham na grande área de turismo. Em dois dos livros há unidades específicas para o Guia de Turismo.

2. A formação técnica do Guia de Turismo no estado de São Paulo

A formação do Guia de Turismo nas Instituições de ensino do estado de São Paulo se caracteriza por cursos técnicos na área.

O recorte realizado foi feito buscando identificar as instituições que oferecem essa formação, de acordo com a regulamentação da profissão, destacando o que é presente no currículo em termos do ensino de língua estrangeira.

No que se refere ao profissional Guia de Turismo, segundo a legislação[11], é necessário destacar que todo profissional que pretenda atuar na área, deve ter um diploma de curso técnico oferecido por instituições autenticadas para tanto. Sem este diploma, mesmo que o profissional tenha uma graduação em Turismo, ele não pode exercer a profissão de Guia de Turismo.

As instituições que oferecem este diploma são as seguintes:

- **Colégio SOER** (Sociedade de Ensino Regional, mantenedora)
  Diploma oferecido – Curso Técnico em Guia de Turismo Regional e Nacional/ Brasil – América do Sul
  Duração do curso – um semestre; o curso é estruturado em 02 (dois) módulos e são obrigatórias as viagens técnicas para a conclusão do Curso.
  Línguas estrangeiras – inglês e espanhol

Quadro 5 – Disciplinas do Curso Colégio SOER

[11] A profissão de Guia de Turismo é regulamentada pela Lei Nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993. O profissional precisa fazer um curso técnico mesmo que possua diploma de nível superior.

Técnicas de Comunicação Oral e Escrita Teoria e Técnica Profissional [Teoria – 60h; prática 100h] Relações Interpessoais no Trabalho – Ética – Cidadania Geografia aplicada ao Turismo Regional e Brasil/América do Sul Princípios da Ecologia e Proteção ao Meio Ambiente História aplicada ao Turismo Regional e Brasil /América do Sul História da arte aplicada ao Turismo Manifestação da Cultura popular Regional e Brasil/ América do Sul Primeiros Socorros Espanhol Técnico básico Inglês Técnico básico Legislação Turística – Noções – CDC Técnicas de Agências de Turismo Planejamento e Organização de Viagens Organização de Roteiros Turísticos Administração de Agências de Turismo Administração de Recursos Humano Organização de Eventos Contabilidade Geral e Turística Marketing Turístico Inglês Técnico Espanhol Técnico Informática Legislação Turística Prática Profissional

Fonte: https://colegiosoer.com.br/

- **ETEC** (Escola Técnica Estadual)

  Diploma oferecido – Guia de Turismo Receptivo - Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio (conforme a região, ocorrem diferenças curriculares, todavia a oferta de língua estrangeira permanece em todas as ETEC).

  Duração do curso – três semestres; o curso é estruturado em 03 (três) módulos e são obrigatórias as viagens técnicas para a conclusão do Curso.

  Línguas estrangeiras – inglês e espanhol

Quadro 6 – Disciplinas do Curso ETEC

Aspectos Geográficos e Formatação do Produto Turístico
Linguagem, Trabalho e Tecnologia
Aspectos Históricos e Formatação do Produto Turístico
Fundamentos do Turismo e da Hospitalidade
Tipologia de Transportes
Ética e Relações Interpessoais
Aplicativos Informatizados
Manifestações Populares
Primeiros Socorros
Teoria e Técnica Profissional do Guia de Turismo Regional/SP
Inglês Instrumental I e II
Espanhol Instrumental I e II
Elementos Artísticos e Arquitetônicos
Planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Guia de Turismo
Técnicas e Práticas de Lazer e Eventos
Teoria e Técnica Profissional do Guia de Turismo Excursão Nacional Brasil/América do Sul
Museologia
Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Guia de Turismo
Etiqueta e Marketing Pessoal nas Relações Profissionais
Legislação Aplicada ao Guia de Turismo
Meio Ambiente e Turismo

Fonte: elaboração própria com dados de http://www.jorgestreet.com.br/

- **Instituto Monitor**

  Diploma oferecido – Técnico em guia de turismo

  Duração do curso – mínimo de 13 meses e máximo de 18 meses

  Línguas estrangeiras – inglês instrumental dentro da disciplina técnicas de comunicação.

Quadro 7 – Disciplinas – Instituto Monitor

Módulo I - Básico
Técnicas de Comunicação
Introdução ao Turismo
Ética e Legislação Aplicada ao Turismo
Desenvolvimento Criativo
Relações Interpessoais
Primeiros Socorros
Módulo Regional
Geografia Aplicada ao Turismo (Regional)
Princípios de Ecologia e Proteção ao Meio Ambiente (Regional)
História Aplicada ao Turismo (Regional)
História da Arte Aplicada ao Turismo (Regional)
Manifestações da Cultura Popular (Regional)
Teoria e Técnica Profissional (Regional)
Módulo Nacional
Geografia Aplicada ao Turismo (Nacional)
Princípios de Ecologia e Proteção ao Meio Ambiente (Nacional)
História Aplicada ao Turismo (Nacional)
História da Arte Aplicada ao Turismo (Nacional)
Manifestações da Cultura Popular (Nacional)
Teoria e Técnica Profissional (Nacional)

Fonte – elaboração própria com dados da coordenação pedagógica Instituto Monitor

- **SENAC**

Diploma oferecido – Guia de Turismo Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio

Duração do curso – Um ano

Línguas estrangeiras – São trabalhadas expressões técnicas em inglês e espanhol dentro das disciplinas do curso. Não há disciplinas específicas.

Quadro 8

Estruturar roteiros e itinerários turísticos
Planejar e organizar a execução de roteiros e itinerários turísticos
Conduzir visitantes na realização dos roteiros e itinerários turísticos
Intermediar as relações entre visitantes, comunidade e prestadores de serviços turísticos
Intermediar as relações entre visitantes, comunidades e prestadores de serviços turísticos
Prestar informações turísticas no contexto local e regional
Prestar informações turísticas no contexto nacional e América do Sul
Assistir visitantes durante a realização dos roteiros e itinerários turísticos
Projeto integrador

Fonte: Elaboração própria com dados do site https://www.sp.senac.br/

Observa-se uma diferenciação nos nomes das disciplinas do SENAC, que optou por nomeá-las pelas competências profissionais trabalhadas em vez de utilizar os nomes das disciplinas tradicionalmente adotados. Além disso, o ensino de línguas estrangeiras é integrado ao ensino das outras disciplinas do curso, que é uma abordagem já observada por GAJEWSKA; SOWA (2013) no ensino do FOS. Segundo as autoras, o ensino integrado de língua estrangeira e das competências profissionais é importante para que seja possível trabalhar com alunos de diferentes níveis de competência profissional, ou seja, que tanto os alunos que já trabalham há tempos na área e alunos que ingressaram recentemente no curso técnicos possam acompanhar o curso de maneira harmônica.

Partindo desse pressuposto, apresento algumas reflexões acerca do ensino de diferentes disciplinas do turismo que tenham relevância para o trabalho do guia.

De acordo com Haroldo L. Camargo em Fundamentos Multidisciplinares do

Turismo: história:

> Com a escolha e estabelecimento do currículo mínimo do curso de turismo de 1971, ao lado da história do Brasil, alinha-se a história da cultura, na qual recomenda-se que a ênfase seja dada nos aspectos artísticos. … muito mais adequadamente às artes plásticas, à arquitetura e aos contextos espaciais do entorno (2001, p. 35)

Segundo Camargo, no ensino da história para o turismo, a ênfase deve ser na linguagem visual induzindo a textos escritos, “a fotografia, o filme, o desenho e as representações gráficas da natureza diversa” e ainda propõe a reconstrução das “relações sociais que permeavam ou permeiam artefatos e usuários” (2001, p.36); vale ainda observar um relevante aspecto relevante, pois

> […] a história em relação ao turismo, e, particularmente, aos atrativos culturais, pode e deve ser construída em torno do patrimônio cultural – local, nacional, mundial – que ainda não se apresenta como disciplina organizada e codificada, mas se encontra permeando todo o discurso entre arte, antropologia, arqueologia, turismo e história. (2001, p. 36-37)

Sobre o ensino de geografia no turismo, Adyr Balastreri Rodrigues (2001) refere-se a lacunas existentes entre a formação básica em geografia e a geografia para o turismo tanto em teoria quanto em operação, e o foco do conteúdo é em áreas ambientais e territoriais em interface com a atividade turística com o intuito de analisar, interpretar, e planejar espaços de turismo como “fenômeno estruturante de novas territorialidades, até mesmo com fins geopolíticos” (RODRIGUES, 2001, p. 88).

O autor acrescenta que um aspecto importante é o lazer urbano e suas “formas espaciais expressas na paisagem urbana” (p. 89) e entender suas funções e estruturas através do estudo dos processos sociais que as formaram, pensando a geografia espacial sempre em função dos espaços de lazer, seus processos de formação, usos anteriores e interações sociais com um viés de valorização da cultura local e sentido de pertencimento.

Sobre o território de transportes e traslados, Rodrigues os considera como um “sistema de objetos formado pela construção de ferrovias, rodovias, hidrovias, estações rodoviárias e ferroviárias, portos e aeroportos” (RODRIGUES, 2001, p. 102); e os processos de formação desses espaços, como os hotéis construídos ao redor dos aeroportos, bem como o fluxo que é estabelecido a partir dessas construções do polo

emissor ao polo receptor do turismo. Ressalta igualmente que o meio ecológico também se mostra importante no estudo de espaço turístico, apresentando possibilidades educacionais com projetos de turismo sustentável e “paisagens notáveis, muito valorizadas no ecoturismo, que se pretende implantar nas unidades de conservação como estratégias de proteção ao patrimônio natural” (p. 106).

Desse modo, para um programa de língua estrangeira para Guias de Turismo do estado de São Paulo, os aspectos geográficos trazidos para as atividades devem estar localizados no estado de São Paulo, pois como afirma o autor “é nos núcleos receptores que se dá, de maneira mais explícita, o consumo do espaço” (RODRIGUES, 2001, p.107).

Gino Giacomini Filho (2001) afirma que um programa de *marketing* do turismo pode discutir não só o conceito de *marketing*, mas o de produto, serviço e venda, tendo em vista as necessidades e desejos do cliente, o que pode ser apresentado em situações de comunicação do trabalho do guia de turismo receptivo em São Paulo neste programa de ensino de língua estrangeira para fins específicos.

Dentre os aspectos macro ambientais do *marketing* do turismo, o autor cita a economia (alterações cambiais, pacotes, globalização, poder aquisitivo), infraestrutura (vias de transporte, comunicação, urbanização), comportamento social, cultura (religiosidade, valores), agentes naturais, tecnologia (“avanços tecnológicos condicionando serviços e produtos no mercado: internet, informatização de serviços, trabalho a distância” (p. 210)) e demografia (perfil do mercado, turismo para terceira idade). As ações de *marketing*, segundo o autor, podem ser divididas em ofensivas, justificadas por oportunidades de lucro, venda, imagem positiva, etc. e defensivas, justificadas por ameaças e incluem contratação de seguros, diversificação de produtos e serviços e implementação de programas de qualidade. Nas análises dos materiais didáticos, foi possível observar a relevância do panfleto do *tour* como documento autêntico a ser didatizado.

Joandre Antônio Ferraz (2001) diz que a finalidade do ensino da disciplina é “identificar e analisar princípios, conceitos e normas jurídicas aplicáveis ao planejamento e ao exercício das atividades turísticas”, o que amplia o leque de conteúdo, incluindo, também o código de defesa do consumidor.

Assim, no âmbito desta pesquisa, nos interessa especificar quais são as situações de comunicação que o Guia de Turismo regional, no estado de São Paulo está inserido, o que será tratado no capítulo de Metodologia.

2.1 Os profissionais Guias de Turismo segundo a legislação brasileira

O campo de atuação do profissional do turismo é amplo e diversificado e para compreender sua natureza, na área, o termo usado é *trade*. Em tese, o conceito de *trade* engloba todas as atividades, pessoas e organizações do mercado turístico.

No entanto, na prática, o termo *trade* costuma ser utilizado pelo departamento de comunicação e *marketing* de órgãos oficiais de turismo, hotéis e companhias aéreas para categorizar o material de comunicação desenvolvido para atingir o público de agentes de viagens.

Portanto, o termo *trade* pode ser usado como um guarda-chuva para todas as pessoas físicas e jurídicas que trabalham no turismo, seguindo a definição turística do termo; ou pode ser usado para nomear apenas os profissionais e organizações que representem um canal de venda do produto turístico, materializado nas figuras do agente de viagens e das agências. Aqui, o termo é usado na sua definição marqueteira, e não turística.

A atividade profissional do Guia de Turismo Regional do estado de São Paulo é a única que está submetida a uma regulamentação prevista em lei. A atividade é dividida em três categorias: Guia Regional, Guia de Excursão nacional Brasil/ América do Sul, Guia de Excursão Internacional e Guia Especializado em Atrativo Turístico. São assim definidos:

> I – Guia Regional – quando suas atividades compreenderem a recepção, o traslado, o acompanhamento, a prestação de informações e assistência a turistas, em itinerários ou roteiros locais ou intermunicipais de uma determinada unidade da federação, para visita a seus atrativos turísticos;
> II – Guia de Excursão Nacional – quando suas atividades compreenderem o acompanhamento e a assistência a grupos de turistas, durante todo o percurso da excursão de âmbito nacional ou realizada nos países da América do Sul, adotando, em nome da agência e turismo responsável pelo roteiro, todas as atribuições de natureza técnica e administrativa necessárias à fiel execução do programa;
> III – Guia de Excursão Internacional – quando realizarem as atividades referidas inciso II, deste artigo, para os demais países do mundo, e

> IV – Guia Especializado em Atrativo Turístico – quando suas atividades compreenderem a prestação de informações técnico-especializadas sobre determinado tipo de atrativo natural ou cultural de interesse turístico, na unidade da federação para qual o profissional se submeteu à formação profissional específica. (BRASIL, Ministério do Turismo. Portaria. No 27, de 30 de janeiro de 2014)

A credencial que permite que o Guia de Turismo exerça a profissão de maneira regular é emitida perante diploma de curso técnico, sendo um para cada um dos 27 estados do Brasil, ou seja, um profissional que quiser exercer a atividade de guia local em mais de um estado, terá que fazer mais de um curso técnico.

O Guia de Turismo Regional pode exercer a profissão nas atribuições de um guia regional apenas no estado em que fez o curso técnico para este fim. Se esse guia também tiver a credencial Excursão Nacional/ América do Sul ou Internacional, poderá acompanhar grupos em viagens interestaduais e internacionais, mas não poderá exercer as atribuições de guia local no estado de destino e estará sujeito à legislação local em outros países.

A atividade do guia de turismo regional está inserida no contexto do turismo receptivo. O mercado do turismo é dividido em **emissivo e receptivo**, sendo que o emissivo abrange as atividades, profissionais e empresas que atuam no que chamamos de polo emissor, ou seja, a localidade de residência do turista, que “emitirá” o turista aos destinos, também chamados de polos receptores. O turismo receptivo é entendido como aquele que é realizado no polo receptor, ou seja, a localidade para onde o turista viajou, o destino turístico. A área do turismo receptivo engloba as operadoras de passeios e atividades, traslados, hotéis, restaurantes, lojas de souvenirs, atrativos turísticos e demais fornecedores de produtos e serviços que atendam o turista que visita a localidade.

As agências de **turismo receptivo**, por venderem seus serviços através de agências de viagens ao redor do mundo, também se enquadram na categoria de operadoras.

A cidade de São Paulo é a maior cidade do hemisfério sul do planeta e abriga o maior aeroporto do país. Além de ser um polo econômico e cultural, o que a coloca na posição de destino indutor do desenvolvimento turístico, beneficiando, consequentemente, outros destinos no estado.

Um quadro síntese pode explicar em detalhes as diferenças do perfil do Guia de Turismo Emissivo e do Guia de Turismo Receptivo

Quadro 9

Nomenclatura	Definição
Guia de Turismo Emissivo	Possui a habilitação Nacional / América do Sul ou Internacional. Acompanha e dá assistência a grupos de turistas, durante todo o percurso da excursão de âmbito nacional ou realizada nos países da América do Sul, adotando, em nome da agência e turismo responsável pelo roteiro, todas as atribuições de natureza técnica e administrativa necessárias à fiel execução do programa. Não pode realizar passeios no destino desacompanhado do guia local habilitado na categoria Regional do estado de destino. No caso de São Paulo, a habilitação dada pelo Ministério do Turismo é Regional SP.
Guia de Turismo Receptivo	Realiza a recepção, o traslado, o acompanhamento, a prestação de informações e assistência a turistas, em itinerários ou roteiros locais ou intermunicipais dentro uma determinada unidade da federação, para visita a seus atrativos turísticos. Não pode acompanhar grupos em excursão interestadual ou internacional.

Elaboração própria

A profissão de Guia de Turismo, segundo sua legislação brasileira, exige habilitações específicas, a saber, um curso técnico para cada estado brasileiro em que o profissional trabalhar; um curso técnico para acompanhar excursões em território nacional e da América do Sul; um curso técnico para acompanhar excursões internacionais. Tal exigência justifica-se porque cada região apresenta suas

peculiaridades, e considerando que o turismo é uma área de estudos abrangente, que contempla diferentes ciências (por exemplo, história e geografia), diferentes atividades profissionais (por exemplo, hotelaria e gastronomia), proficiência em língua portuguesa e estrangeiras, e ainda conhecimentos e estudos articulados a determinadas áreas, como ao meio ambiente, aos primeiros socorros, ao patrimônio material e imaterial e à cultura popular.

As leis são as seguintes:

- Guia de Turismo [Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993]
  Art. 1º É considerado Guia de Turismo o profissional que devidamente cadastrado na Embratur-Instituto Brasileiro de Turismo nos termos da Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993, exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas.

- Guia de Turismo e suas especificidades: Portaria nº 27 de 30 de janeiro de 2014 [DOU] O Ministro de Estado do Turismo, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 10, do Decreto nº 946, de 1º de outubro de 1993, e no art. 35 da Lei nº 11.771, de 11 de setembro de 2008, Resolve:[...]
  Art. 2º Considera-se Guia de Turismo o profissional que exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas. [...]
  Art. 3º Conforme a comprovação da especialidade de sua a formação profissional e das atividades desempenhadas, os guias de turismo serão cadastrados em uma ou mais das seguintes categorias:

A partir do que a legislação define é possível precisar aspectos transversais e específicos em relação a cada perfil profissional

Uma constatação geral, no entanto, se refere à comunicação que o Guia

estabelece com o cliente, buscando personalizar a experiência turística tendo em vista os gostos e preferências do viajante. Além disso, é necessário que o Guia de Turismo conheça as outras profissões da grande área do turismo para se comunicar com os colegas e se referir a cada uma com pertinência.

Embora a natureza da profissão do guia de turismo seja *freelancer*, ou seja, o profissional trabalha por serviço prestado e não existe estágio na área, as competências que deve desenvolver em seu exercício profissional dizem respeito a competências orais e escritas, o que torna pertinente que a formação em LE contemple o desenvolvimento desse trabalho.

2.2 Glossário na área do Turismo – termos técnicos relevantes ao entendimento do trabalho do Guia de Turismo

***Trade Marketing*:** Conjunto de técnicas utilizadas para a comercialização e distribuição de um produto entre diferentes consumidores.
http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf [Módulo Operacional 7, 2007, pág. 50]

***Trade* Turístico:** Conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e prestadores de serviços turísticos que incluem restaurantes, bares, redes de transporte etc.
http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/sistema_de_informacoes_turisticas_do_programa.pdf [Módulo Operacional 6, 2007, pág. 58]

Mercado Emissor: De onde vem o turista, podendo ser regional, nacional ou internacional.
https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/copy_of_publicacoes/turismo-responsavel/manual-de-producao-associada-ao-turismo [Produção Associada ao Turismo, 2011, pág. 55]

Mercado Receptivo: Conjunto de bens, serviços, infraestrutura e atrativos, dentre outros aspectos, que atende os indivíduos que adquiriram o produto turístico.
https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/copy_of_publicacoes/turismo-

responsavel/manual-de-producao-associada-ao-turismo [Produção Associada ao Turismo, 2011, pág. 55].

Agências de Receptivo: Empresas que têm como principal atividade a venda e a operação direta de serviços turísticos em um ou mais destinos, tais como: passeios, traslados, *city tour*, entre outros [Segmentação do Turismo e o Mercado, 2010].

Operadores de Turismo: Empresas que têm como função principal a montagem de pacotes de viagem, com serviços de transporte, acomodação, atrativos e, eventualmente, alimentação. São também conhecidos como atacadistas, pois fazem a negociação da compra dos serviços diretamente com os produtores, visando à obtenção de preços diferenciados. Na maioria das vezes, não fazem a venda para o público final. Passam os pacotes para os agentes de viagem que, por sua vez, comercializam o produto [...]
http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf [Módulo Operacional 8, 2007, pág. 45].

Pacote Turístico: Produto turístico montado por operadoras, que fornecem para agências, para que o turista compra das agências que já inclui o transporte aéreo, traslados, acomodação, passeios e atividades

Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional: Aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos. Isto é, são aqueles capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que está inserido.
https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Acervo/Estudo%20de%20Competitividade%20dos%2065%20Destinos.pdf [Estudo de Competitividade – Relatório Brasil, 2008, pág. 18].

Turismo de Congressos e Eventos: É o conjunto de atividades exercidas pelas pessoas que viajam a fim de participar de congressos, convenções, assembleias, simpósio, seminários, reuniões, ciclos, sínodos, concílios e demais encontros que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamentos ou de interesses de

determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos dos campos científicos, técnicos, religiosos para o alcance de objetivos profissionais, culturais, técnico-operacional, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização (EMBRATUR, s.d.).

Turismo de Incentivo: É aquele constituído por viagens-prêmio concedidas com o objetivo de incentivar o desempenho profissional e/ou recompensar o cumprimento de metas, como cotas de venda para o pessoal de vendas, de compra para consumidores, melhoria de padrões qualitativos etc. (EMBRATUR, s.d.)

Turismo de Negócios: É o conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens e serviços (ANDRADE, 2000)

Turismo Ecológico ou Ecoturismo: É o turismo desenvolvido em localidades com potencial ecológico, de forma conservacionista, procurando conciliar a exploração turística ao meio-ambiente, harmonizando as ações com a natureza bem como oferecendo ao turista um contato íntimo com os recursos naturais e culturais da região, contribuindo para a formação de uma consciência ecológica (EMBRATUR, 1992). 2. É a atividade turística praticada em áreas naturais conservadas, cujo interesse é o contato com os elementos da natureza e com a cultura local, em estado original, constituindo-se como principais atrativos a fauna, a flora, os recursos hídricos, os acidentes geomorfológicos e as belezas cênicas, bem como as características socioculturais das comunidades locais (EMBRATUR, s.d.).

Turismo Emissivo: É aquele gerado pela saída de pessoas residentes no país/região, as quais permanecem mais de 24 horas e menos de um ano no local de chegada, não recebendo remuneração no local visitado (EMBRATUR, 1992).

Turismo Étnico: É a atividade turística destinada a favorecer a criação de correntes turísticas específicas para conhecer, conviver e integrar-se com as diferentes etnias formadoras da raça brasileira (EMBRATUR, s.d.).

Turismo de Aventura: É o turismo que pressupõe uma programação com atividades participativas, onde o turista passa a ser protagonista, exigindo instalações, equipamentos, serviços auxiliares e guias especializados. Caracteriza-se por viagens em que predominam a busca do desconhecido, as aventuras românticas, de caça e pesca, conquista de acidentes geomorfológicos e assemelhados (EMBRATUR, 1992).

Turismo de Cultural: É aquele que se pratica para satisfazer o desejo de emoções artísticas e informação cultural, visando á visitação a monumentos históricos, obras de arte, relíquias, antiguidades, concertos, musicais, museus, pinacotecas (EMBRATUR, 1992)

Turismo Intermediário: É aquele que ocorre nos logradouros que se situam entre os polos emissivos e receptivos. (ANDRADE, 2000) É uma modalidade muito presente no turismo receptivo internacional na cidade de São Paulo devido ao aeroporto de Guarulhos, que funciona como plataforma de conexão para voos dentro do país com destinos mundialmente famosos como o Rio de Janeiro, a Amazônia e as Cataratas do Iguaçu.

Atrativo Turístico: É todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo (EMBRATUR, 1992). Constitui o componente principal e mais importante do produto turístico, pois determina a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem, ou seja, gere uma corrente turística até a localidade. Os atrativos turísticos podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados. http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/882-a.html

Estudos do Meio: São visitas com observados, explicar o sentido destes fatos fins claramente educacionais, realizadas em geral por público escolar (SÃO PAULO, s. d.).

***Forfait*:** E a viagem totalmente organizada, ou conjunto de serviços, incluindo passagens de ida e volta, hospedagem, alimentação, alojamento, traslados, excursões locais, gratificações, etc., programados conforme o desejo dos clientes, com um preço final fixo. É a viagem elaborada a pedido, personalizada, "sob medida". http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/887-f.html

Oferta Turística: É o conjunto de atrativos turísticos, assim como bens e serviços, que provavelmente induzirá as pessoas a visitarem especialmente um país, uma região ou uma cidade. A oferta turística compõe-se dos serviços de alojamento, de alimentação, de agenciamento, de lazer e de outros, bem como da infraestrutura local. http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/887-f.html

Produto Turístico: Bem ou serviço negociado na indústria turística; pode ser unitário (passagem aérea, serviço de guia do turismo, hospedagem, etc.) ou um conjunto destes (pacote de viagem) (SÃO PAULO, s. d.).

Turismo Receptivo: É aquele gerado por visitantes de outros países ou regiões emissoras, os quais permanecem mais de 24 horas e menos de um ano no local de chegada, não recebendo remuneração no país/região visitada (EMBRATUR, 1992).

Unidade Ambiental: Unidade homogênea tanto em suas características físicas como em seu comportamento ou resposta diante de determinadas situações ou estímulos exteriores. http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/902-u.html

Unidade de Conservação: É uma área natural pública delimitada com fins de proteção ambiental; pode ser de uso direto e indireto, conforme grau de manipulação de seus recursos permitido pela legislação; definida em nível nacional, estadual ou municipal (ex.: parque nacional /estadual / municipal, estação ecológica, reserva florestal, etc.) (SAO PAULO, s. d.).

Unidades de Proteção Integral: Características: a) Proteção integral dos atributos naturais; b) Uso somente indireto dos recursos naturais; c) Manutenção dos ecossistemas em estado natural com o mínimo indispensável de alteração. Categorias de manejo incluídas: a) Reserva Ecológica (corresponde às atuais Reserva Biológica e Estação Ecológica); b) Parque Nacional; c) Monumento Natural (ainda não criada oficialmente); d) Refúgio da Vida Silvestre (ainda não criada oficialmente). Obs.: é o mais restritivo dos grupos, pois visa preservar os processos naturais e a diversidade genética com a menor interferência antrópica possível. Só se admite o uso indireto dos

recursos naturais e o manejo deve limitar-se ao mínimo indispensável às suas próprias finalidades. http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/902-u.html

Capítulo 2 METODOLOGIA

“Ensinar não é transferir conhecimento,
mas criar as possibilidades para a sua própria
produção ou a sua construção.”
Paulo Freire

Neste capítulo, apresentamos a metodologia adotada nesta pesquisa dividida nos seguintes itens:

O primeiro versa sobre a natureza da pesquisa, objetivos e perguntas

O segundo apresenta o contexto da pesquisa, onde é retomada a legislação que rege a atividade profissional do guia de turismo e os cursos de Formação técnica que oferecem a credencial para trabalhar como guia de turismo Regional na modalidade Regional São Paulo e também a área de atuação de um guia de turismo no estado de São Paulo.

O terceiro descreve os instrumentos de coleta de dados, a saber, o questionário e seus resultados no qual são identificadas as características do perfil do profissional e suas necessidades em termos de comunicação em LE.

1. Natureza da pesquisa, objetivos e perguntas

Esta pesquisa surgiu a partir de uma constatação do pesquisador, em sua atividade diária como Guia de Turismo, frente às dificuldades do profissional em expressar e contar histórias em língua estrangeira, em particular, em língua francesa.

Como colocado anteriormente, a atividade do guia de turismo Regional parte do pressuposto que ele conhece o contexto em que seu trabalho e realizado, ou seja, é capaz de nomear as situações nas quais a comunicação em LE ocorre. Assim, em se tratando de um contexto específico, adotamos a *démarche méthodologique* do FOS (MANGIANTE; PARPETTE, 2004) para identificar e compreender as necessidades de comunicação do profissional Guia de Turismo seu contexto específico de atuação.

Assim, considerando a complexidade do objeto de estudo, esta pesquisa tem natureza metodológica qualitativa, por consistir num processo de reflexão e análise do contexto profissional do **Guia de Turismo receptivo do estado de São Paulo** para identificar as situações de comunicação inerentes ao seu contexto de trabalho.

Uma vez constatada a existência de ampla gama de materiais didáticos na grande área do turismo, o objetivo principal é o de propor um programa de ensino em língua voltado a este profissional.

A pesquisa documental e bibliográfica relativa à legislação específica que rege a atividade do guia de turismo no Brasil, além dos dados e fatos coletados em documentos oficiais do ministério do turismo, órgãos de turismo e organização mundial do turismo das Nações Unidas são os documentos que integram esta parte.

Conforme mencionado anteriormente, esta pesquisa tem por objetivos identificar e analisar o perfil profissional do Guia de Turismo no estado de São Paulo, bem como as situações de comunicação específicas na profissão no contexto paulista; posteriormente, a partir da análise dos dados coletados, são propostas diretrizes para a elaboração de um programa de ensino em língua francesa dirigida a este profissional. Portanto, a fim de atingir tal propósito, os objetivos e perguntas de pesquisa são os seguintes:

Objetivos da pesquisa:

- ✓ Identificar o perfil do profissional Guia de Turismo que atua no estado de São Paulo.
- ✓ Identificar e analisar as necessidades do profissional Guia de Turismo no estado de São Paulo em situações de comunicação em línguas estrangeiras e, mais particularmente, em francês.
- ✓ Elaborar as temáticas e atos de linguagem que integrariam um programa de ensino do Francês para Objetivo Específico voltado aos profissionais Guias de Turismo no estado de São Paulo.

Perguntas de pesquisa:

- Quais são as características do perfil do profissional “Guia de Turismo” que atua no estado de São Paulo?
- Quais são as situações de comunicação do “Guia de Turismo” em sua atuação profissional no estado de São Paulo?
- Quais são as temáticas e atos de linguagem que devem integrar um programa de ensino de Francês para Objetivo Específico voltado aos profissionais “Guias de Turismo” no estado de São Paulo?

2. Contexto da pesquisa

Em virtude de toda a diversidade presente na área do turismo e, no intuito de mapear a demanda para a formação do Guia de Turismo, solicitamos que três responsáveis atuando na área, formulassem uma demanda, segundo o que é solicitado em FOS. Assim, o primeiro contato foi feito através de mensagem via aplicativo WhatsApp para identificar qual seria a demanda em língua francesa para este profissional. Assim, obtivemos as seguintes respostas:

> Olá, XXXXXXX! Tudo bem?
> Eu estou estudando francês de maneira “autodidata” e pensei que seria bom contar com um colega de trabalho.
> Que tal você criar um curso focado em profissionais de turismo, para que o conteúdo aprendido tenha a ver com a nossa área? Poderia ser um curso híbrido com aulas online e aulas presenciais ao ar-livre, com atividades similares ao do guiamento de turistas.
> Acredito que tenho vários colegas aqui de Santos que se interessariam. O Francês é um idioma importante. O que acha? Abraço!

Resposta - Guia e Turismo e proprietário da *Parceiros do Turismo*, com atuação nas cidades de São Paulo e Santos

> A *Gregtur Turismo*, com sede na rua Veríssimo da Silva 650, Jd. Nossa Sra. do Carmo, São Paulo, com interesse na preparação e desenvolvimento de guias de turismo, gostaria de solicitar cursos de capacitação avançada em conversação para o idioma Francês. Nosso objetivo de poder dispor de talentos com capacidade de comunicação em Francês na temática do área turismo focado em cultura, história, aspectos socioeconômicos Brasileiros, arquitetura, arte de rua, artesanato, design, moda, fotografia, negócios, esportes, cultura LGBTQ, natureza, religião, compras, gastronomia, arte, ou um pouco de tudo.

Resposta 2 - Proprietário da *Gregtur*, agência líder no *ranking* do TripAdvisor em São Paulo.

> Veja se é o que o curso deveria contemplar - aula de cultura francesa; cultura e cozinha francesas; elementos da cultura francesa na cidade de SP (foco em arquitetura, por exemplo); simulações de atendimento ao turista em diferentes contextos; aulas de conversação; aulas gramaticais; aulas em formato de visita técnica (*speech* de atrativos).

Resposta 3 - Docente e coordenadora dos cursos de Turismo do Centro Paula Souza, incluindo a graduação tecnológica de Gestão de Turismo da FATEC e cursos técnicos de Guia de Turismo da ETEC.

Das respostas obtidas, é possível concluir que os pontos salientados se referem tanto à parte de expressão em língua francesa, como aspectos culturais gerais. Diante de respostas abertas e vagas, foi necessário elaborar um questionário que pudesse se aproximar mais da realidade do profissional em atuação.

Além disso, foi necessário consultar documentos (dados primários)[12] para melhor compreender o que se espera deste profissional em termos de legislação.

3. Instrumentos de pesquisa

A fim de realizar as ações de coleta de dados, apresentamos cada um dos instrumentos, seus objetivos e os dados que vão fornecer.

Quadro 10 – Instrumentos de pesquisa

Instrumento de pesquisa	Objetivos de pesquisa	Dados coletados
Questionário - perfil	identificar o perfil profissional do Guia de Turismo que atua no estado de São Paulo	Informações sobre as áreas de atuação dos Guias de Turismo em geral Informações sobre as leis que regem o trabalho do profissional Guia de Turismo no estado de São Paulo
Dados primários	Identificar as leis que regem o trabalho do profissional Guia de Turismo no estado de São Paulo	Informações sobre as leis que regem o trabalho do profissional Guia de Turismo no estado de São Paulo

Elaboração própria

[12] Acesso em 15 de abril de 2021: https://www.unwto.org/ | http://www.observatoriodoturismo.com.br/ | https://www.gov.br/turismo/pt-br | https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/L-enquete-pratiques-culturelles/L-enquete-2018

4. **Participantes da pesquisa.**

O Grupo de Guias de Turismo do estado de São Paulo que participou da pesquisa é composto por profissionais que fazem parte de grupos em redes sociais maioritariamente compostos por profissionais paulistas.

Para traçar o seu perfil foi aplicado um questionário com as seguintes perguntas[13]:

Quadro 11 Questionário aplicado aos Guias de Turismo

1. Qual o estabelecimento em que atua? 2. Qual (quais) a modalidade de turismo que você atua? 3. Qual o mercado turístico em que você mais atua? 4. Como você recebe a demanda do seu trabalho? 5. Em que idiomas estrangeiros você se comunica? 6. Como você se comunica com seus PAX antes do *tour*? 7. Em geral, quantos PAX participam dos passeios que você conduz? 8. Quais são os temas de conversa entre você e seus clientes do primeiro contato presencial? 9. Quais são os temas de conversas durante o tour? 10. Você se comunica com seus PAX através de plataformas digitais? Quais? 11. Em quais idiomas você se comunica com seu PAX nas plataformas digitais?

Elaboração própria

[13] O questionário completo pode ser visualizado no apêndice

As respostas obtidas foram as seguintes:

Em relação à questão 1 “Qual o estado/cidade em que atua?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

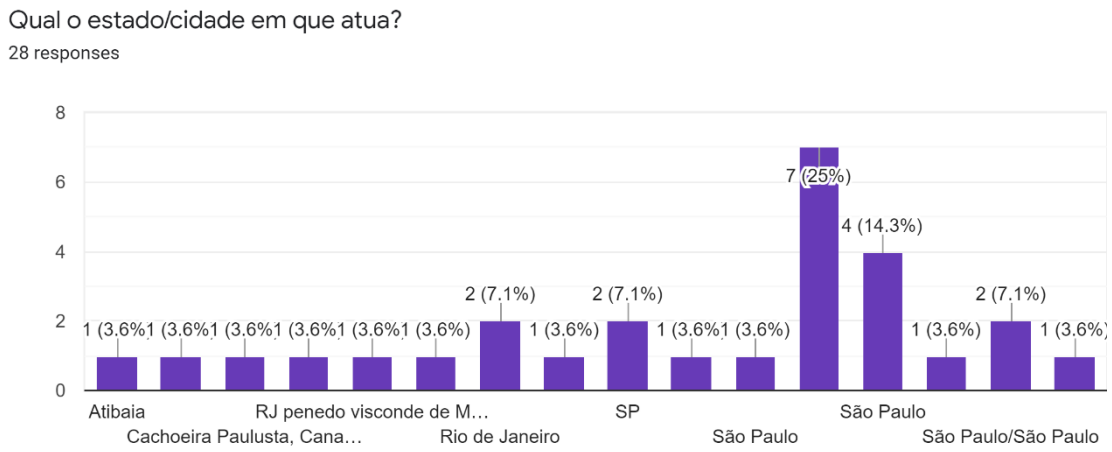
Quadro 12 – Respostas questão 1

Qual o estado/cidade em que atua?
F1 – São Paulo
F2 – São Paulo
F3 – Atibaia
F4 – Bauru, SP
F5 – Rio de Janeiro
F6 – São Paulo/SP
F7 – São Paulo
F8 – São Paulo
F9 – São Paulo
F10 – São Paulo
F11 – São Paulo
F12 – São Paulo
F13 – São Paulo
F14 – SP
F15 – SP
F16 – RJ/ Rio de Janeiro e Niterói
F17 – RJ penedo visconde de Mauá
F18 – Rio de Janeiro - Resende
F19 – São Paulo
F20 – Rio de Janeiro
F21 – São Paulo
F22 – São Paulo
F23 – Curitiba PR
F24 – Cachoeira Paulista, Canas, Aparecida do Norte, Guaratinguetá, Cunha e Campos do Jordão
F25 – Amazonas
F26 – São Paulo/São Paulo
F27 – São Paulo/São Paulo
F28 – São Paulo

Elaboração própria

Das 28 respostas, 21 profissionais responderam que atuam no estado de São Paulo, cinco foram respondidos por guias do Rio de Janeiro, um respondido por um (a) guia do Paraná e um respondido por um (a) guia do Amazonas, como mostra o gráfico abaixo.

Figura 46 – Gráfico de respostas à questão 1 do questionário on-line



Elaboração própria

Em relação à questão 2 “Qual (quais) a(s) modalidade(s) de turismo em que atua?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 13 – Respostas à questão 2 do questionário on-line

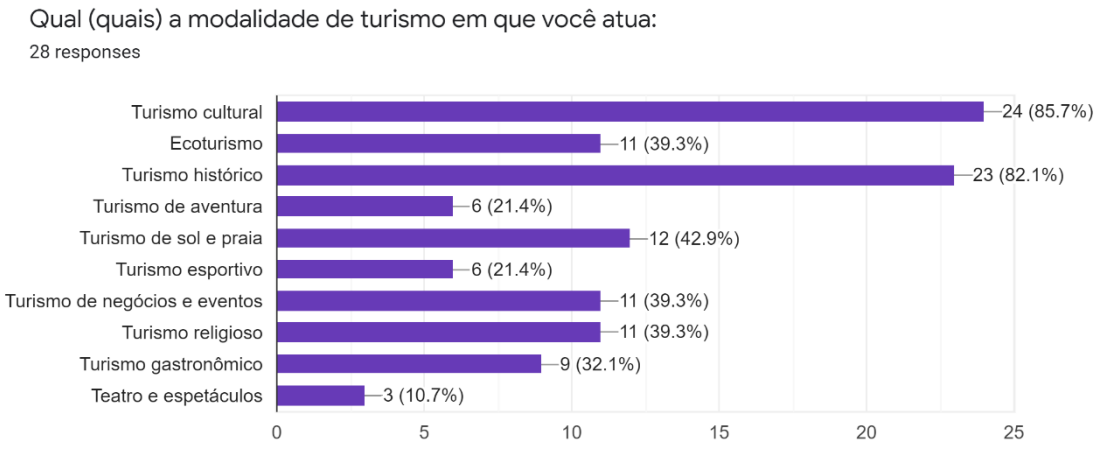
Qual (quais) a(s) modalidade(s) de turismo em que você atua
F1 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo de negócios e eventos
F2 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos e turismo gastronômico
F3 – Turismo histórico e turismo religioso
F4 – Turismo cultural, ecoturismo, turismo histórico, turismo de aventura, turismo de sol e praia, turismo religioso
F5 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo de negócios e eventos
F6 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo esportivo, turismo de negócios e eventos, turismo religioso, turismo gastronômico
F7 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, Turismo de aventura, Turismo de sol e praia, Turismo esportivo, Turismo de negócios e eventos, Turismo religioso, Turismo gastronômico, Teatro e espetáculos
F8 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, Turismo de aventura, Turismo de sol e praia, Turismo esportivo, Turismo de negócios e eventos, Turismo religioso, Turismo gastronômico, turismo rural
F9 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo de negócios e eventos
F10 – Turismo histórico
F11 – Turismo cultural, turismo histórico, Turismo religioso, Turismo gastronômico
F12 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, Turismo de aventura, Turismo de sol e praia, Turismo esportivo
F13 – Turismo cultural
F14 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, Turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos, turismo gastronômico

F15 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, , Turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos, Turismo gastronômico
F16 – Turismo cultural, turismo histórico, Turismo religioso, Turismo gastronômico, turismo pedagógico
F17 – Ecoturismo
F18 – Turismo cultural, ecoturismo, Turismo de sol e praia
F19 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, Turismo de aventura
F20 – Turismo cultural, Ecoturismo, Turismo histórico, Turismo de aventura, Turismo de sol e praia, Turismo esportivo, Teatro e espetáculos
F21 – Turismo de sol e praia
F22 – Turismo cultural, turismo histórico, Turismo religioso, teatro e espetáculos
F23 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos, turismo gastronômico
F24 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo de sol e praia, turismo religioso
F25 – Turismo cultural, Ecoturismo
F26 – Turismo cultural, turismo histórico
F27 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo religioso
F28 – Turismo cultural, turismo histórico, turismo esportivo, turismo de negócios e eventos, turismo religioso, turismo de compras

Elaboração própria

O objetivo desta questão foi o de observar as modalidades prevalentes na atuação profissional da amostragem da pesquisa. É possível observar que a diversidade de atuações da área é enorme e bem diversificada.

Figura 47 – Gráfico de respostas à questão 2 do questionário on-line



Elaboração própria

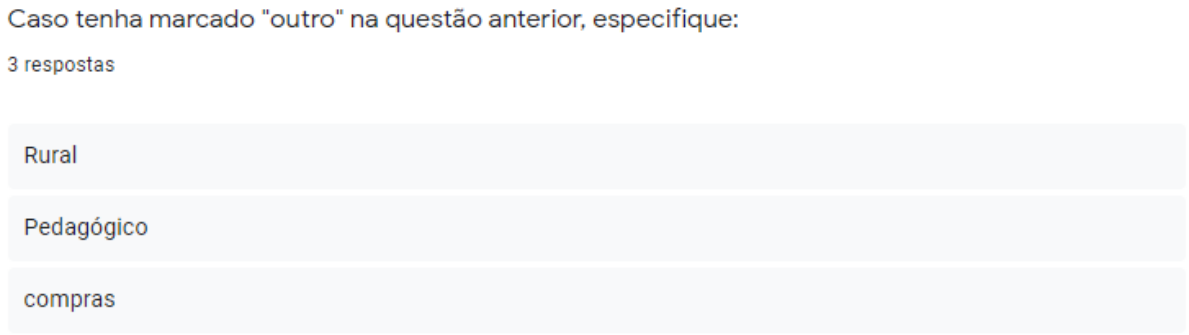
A questão 14 foi complementar à anterior

Quadro 3 – Respostas à questão complementar da questão 2 do questionário on-line

Qual (quais) a modalidade de turismo em que você atua
F1 – Rural
F2 – compras
F2 – Pedagógico

Elaboração própria

Figura 48 – Respostas à questão complementar da questão 2 do questionário on-line



Elaboração própria

Aqui, o guia teve a oportunidade de elencar modalidades que não constavam nas alternativas.

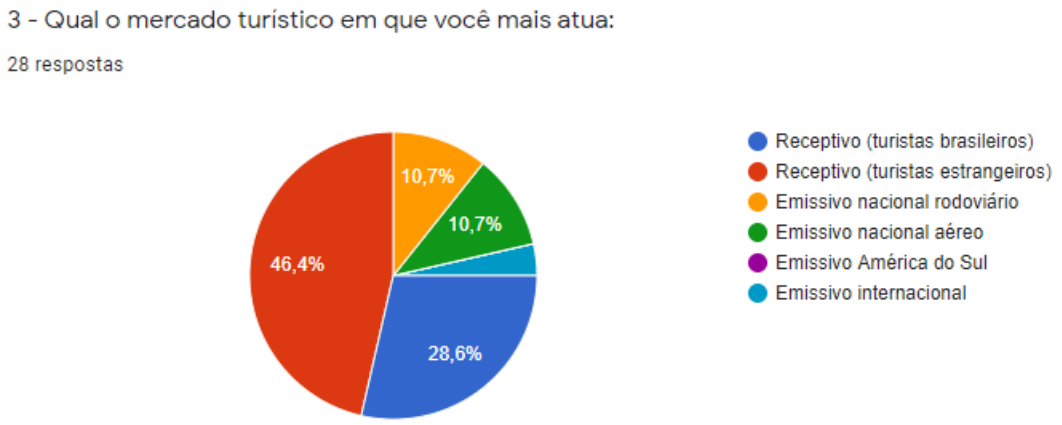
Quadro 15 – Respostas à questão 3 do questionário on-line

Qual o mercado turístico em que você mais atua:
F1 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F2 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F3 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F4 – Emissivo nacional rodoviário
F5 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F6 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F7 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F8 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F9 – Receptivo (turistas brasileiros)
F10 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F11 – Emissivo nacional aéreo
F12 – Receptivo (turistas brasileiros)
F13 – Receptivo (turistas brasileiros)
F14 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F15 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F16 – Emissivo nacional rodoviário

F17 – Receptivo (turistas brasileiros)
F18 – Emissivo nacional rodoviário
F19 – Receptivo (turistas brasileiros)
F20 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F21 – Emissivo nacional aéreo
F22 – Receptivo (turistas brasileiros)
F23 – Receptivo (turistas brasileiros)
F24 – Emissivo nacional aéreo
F25 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F26 – Receptivo (turistas estrangeiros)
F27 – Emissivo internacional
F28 – Receptivo (turistas brasileiros)

Elaboração própria

Figura 49 – Respostas à questão 3 do questionário on-line



Elaboração própria

Aqui, observou-se que a maioria dos guias que responderam ao questionário atuam no mercado que é o objeto desta pesquisa: o mercado de turismo receptivo de estrangeiros.

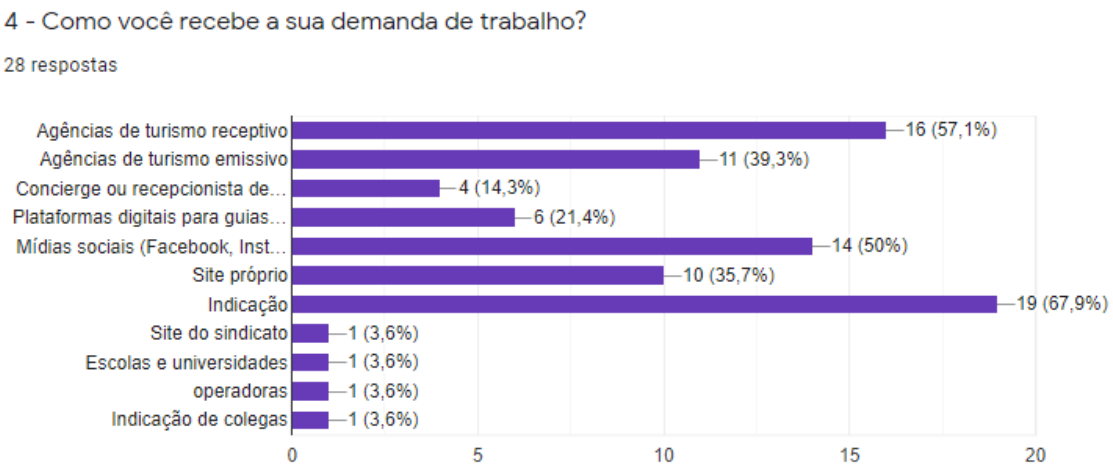
Em relação à questão 5 “como você recebe a sua demanda de trabalho?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 16 – Respostas à questão 4 do questionário on-line

Como você recebe a sua demanda de trabalho?
F1 – Agências de turismo receptivo, Concierge ou recepcionista de hotel, Site próprio, indicação
F2 – Agências de turismo receptivo, Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.), Mídias sociais (Facebook, Instagram etc.), indicação
F3 – Agências de turismo receptivo
F4 – Agências de turismo emissivo, Mídias sociais (Facebook, Instagram etc.), Site próprio, Indicação
F5 – Agências de turismo receptivo, indicação
F6 – Agências de turismo receptivo
F7 – Site próprio
F8 – Agências de turismo receptivo, Agências de turismo emissivo, Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.), mídias sociais, site próprio, indicação
F9 – site próprio, indicação, site do sindicato
F10 – indicação
F11 – Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.), Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.), Indicação
F12 – Agências de turismo receptivo, Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.), Site próprio, Indicação
F13 – Indicação
F14 – Agências de turismo receptivo, Agências de turismo emissivo, Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.), Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.), Site próprio, Indicação
F15 – Agências de turismo receptivo, Agências de turismo emissivo, Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.), Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.), Site próprio, Indicação
F16 – Agências de turismo receptivo, Concierge ou recepcionista de hotel, Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.) Indicação, Other: Escolas e universidades
F17 – Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.)
F18 – Agências de turismo emissivo
F20 – Agências de turismo receptivo, Agências de turismo emissivo, Concierge ou recepcionista de hotel, Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.), Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.), Site próprio, Indicação
F21 – Agências de turismo receptivo, Agências de turismo emissivo
F22 – Midias sociais, indicação
F23 – Agências de turismo receptivo, Agências de turismo emissivo, Concierge ou recepcionista de hotel, Mídias sociais (Facebook, Instagrametc.), Indicação
F24 – Agencias de turismo emissivo, site próprio, indicação
F25 – Other:operadoras
F26 – Agencias de turismo receptivo, mídias sociais, indicação
F27 – Agências de turismo emissivo
F28 – Agencias de turismo receptivo, agencias de turismo emissivo, indicação de colegas

Elaboração própria

Figura 50 – Gráfico de respostas à questão 4 do questionário on-line



Elaboração própria

O canal de recebimento da demanda do serviço é fundamental para identificar situações de comunicação anteriores ao momento do *tour*. Quando a demanda vem de uma agência de turismo receptivo, o guia não precisa se envolver na negociação e no agendamento do serviço. Já no caso da demanda proveniente de site próprio, plataformas digitais de Marketplace para guias ou indicação, a negociação e o agendamento, que são atividades tradicionalmente exercidas por agentes de viagens, acabam sendo exercidas pelo guia, que se depara com uma nova situação de comunicação na sua atividade profissional. É importante ressaltar que com a digitalização do turismo, a atividade de agente de viagens tem perdido espaço, e parte das funções do agente tem sido desempenhadas pelo próprio guia.

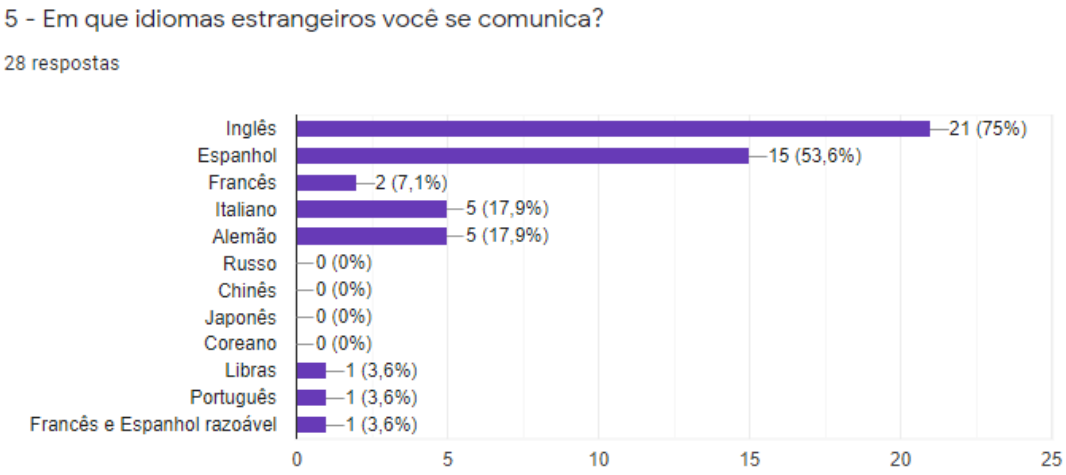
Em relação à questão 6 “Em quais idiomas estrangeiros você se comunica?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 17 – Respostas à questão 5 do questionário on-line

Em quais idiomas estrangeiros você se comunica?
F1 – Inglês
F2 – Inglês, alemão
F3 – Inglês, espanhol
F4 – Inglês, espanhol
F5 - Inglês, espanhol
F6 – espanhol, italiano
F7 – Inglês, espanhol
F8 – Inglês, espanhol, italiano
F9 – Inglês
F10 – Inglês, alemão
F11 – Espanhol
F12 – Inglês, libras
F13 – Italiano
F14 – Inglês, espanhol
F15 – Inglês, espanhol
F16 – Inglês, espanhol
F17 – Inglês
F18 – Inglês, espanhol
F19 – Inglês, espanhol
F20 – Francês, italiano
F21 – Inglês
F22 – Italiano
F23 – Inglês
F24 – Espanhol
F25 – Inglês, espanhol, francês, alemão
F26 – Inglês, alemão
F27 – Inglês, alemão, Other: Francês e Espanhol razoável
F28 – Espanhol

Elaboração própria

Figura 51 – Gráfico de respostas à questão 5 do questionário on-line



Elaboração própria

.

Pelas respostas obtidas, o francês ocupa a quinta posição dos idiomas na amostragem, atrás do italiano e do alemão e do inglês e do espanhol, que são dominantes.

Em relação à questão 7 “Como você se comunica com seus PAX (cliente) antes do tour?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

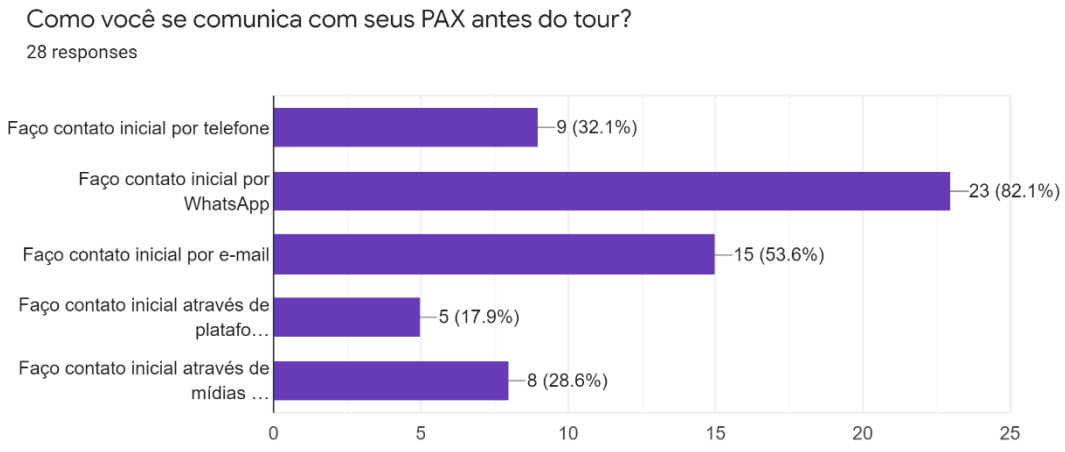
Quadro 18 – Respostas à questão 6 do questionário on-line

Como você se comunica com seus PAX (cliente) antes do tour?
F1 – Faço contato inicial por e-mail
F2 – Faço contato inicial por WhatsApp
F3 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F4 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F5 – Faço contato inicial por WhatsApp
F6 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp
F7 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F8 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial através de plataformas digitais para guias (airbnb, ifriend, etc.)
F9 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F10 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F11 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial através de plataformas digitais para guias (airbnb, ifriend, etc.), Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)

F12 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail, Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F13 – Faço contato inicial por telefone
F14 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail, Faço contato inicial através de plataformas digitais para guias (airbnb, ifriend, etc.),Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F15 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail, Faço contato inicial através de plataformas digitais para guias (airbnb, ifriend, etc.), Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F16 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F17 – Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F18 – Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F19 – Faço contato inicial por WhatsApp
F20 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail], Faço contato inicial através de plataformas digitais para guias (airbnb, ifriend, etc.), Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
F21 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F22 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp
F23 – Faço contato inicial por WhatsApp
F24 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F25 – Faço contato inicial por telefone, Faço contato inicial por WhatsApp
F26 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F27 – Faço contato inicial por WhatsApp, Faço contato inicial por e-mail
F28 – Faço contato inicial por e-mail

Elaboração própria

Figura 52 – Gráfico de respostas à questão 6 do questionário on-line



Elaboração própria

Aqui, o objetivo foi o de identificar as situações de comunicação que o guia tem

com o cliente antes do tour. Observou-se que o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp é o meio preferido. Trata-se de uma mídia relativamente nova, caracterizada pela rapidez e pelo imediatismo. Uma especificidade de atuação do guia de turismo em relação a outros profissionais do turismo que não se comunicam com o cliente por WhatsApp. Também é um sinal de que as situações de comunicação são apresentadas de forma diferente com o avanço tecnológico.

Não houve a informação de outros meios que o guia utiliza para se comunicar com os clientes antes do *tour*.

Em relação à questão 8 “Em geral, quantos PAX participam dos tours que você costuma conduzir?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

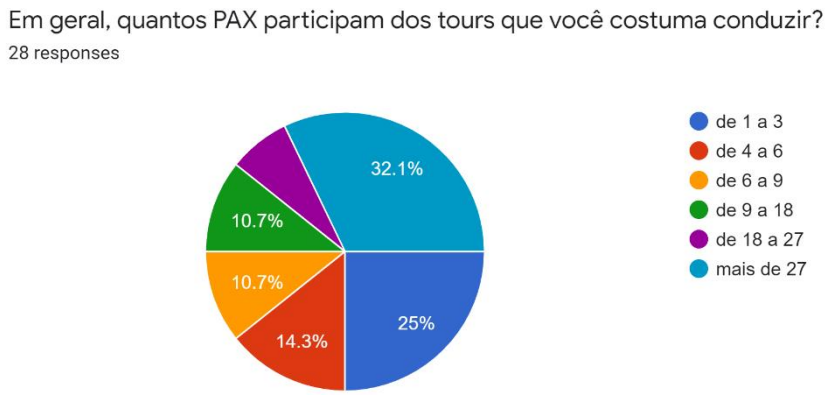
Quadro 19 – Respostas à questão 8 do questionário on-line

Em geral, quantos PAX participam dos tours que você costuma conduzir?
F1 – de 1 a 3
F2 – de 1 a 3
F3 – de 6 a 9
F4 – mais de 27
F5 – de 18 a 27
F6 – de 9 a 18
F7 – de 1 a 3
F8 – de 4 a 6
F9 – de 9 a 18
F10 – de 1 a 3
F11 – mais de 27
F12 – de 9 a 18
F13 – de 6 a 9
F14 – de 1 a 3
F15 – de 1 a 3
F16 – mais de 27
F17 – de 6 a 9
F18 – mais de 27
F19 – mais de 27
F20 – de 4 a 6
F21 – de 4 a 6
F22 – de 18 a 27
F23 – mais de 27
F24 – mais de 27
F25 – mais de 27
F26 – de 1 a 3
F27 – mais de 27

F28 – de 4 a 6

Elaboração própria

Figura 53 – Gráfico de respostas à questão 8 do questionário on-line



Elaboração própria

Esta questão é fundamental para entender como ocorre a comunicação do guia com os clientes durante o *tour*. Quanto menos passageiros estão presentes, mais o discurso do guia se enquadra no gênero da conversa, e quanto mais passageiros estão presentes, mais o discurso do guia se enquadra no gênero da palestra/informação.

Em relação à questão 9 “Quais são os temas de conversas entre você e seu (s) cliente(s) no primeiro contato presencial?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

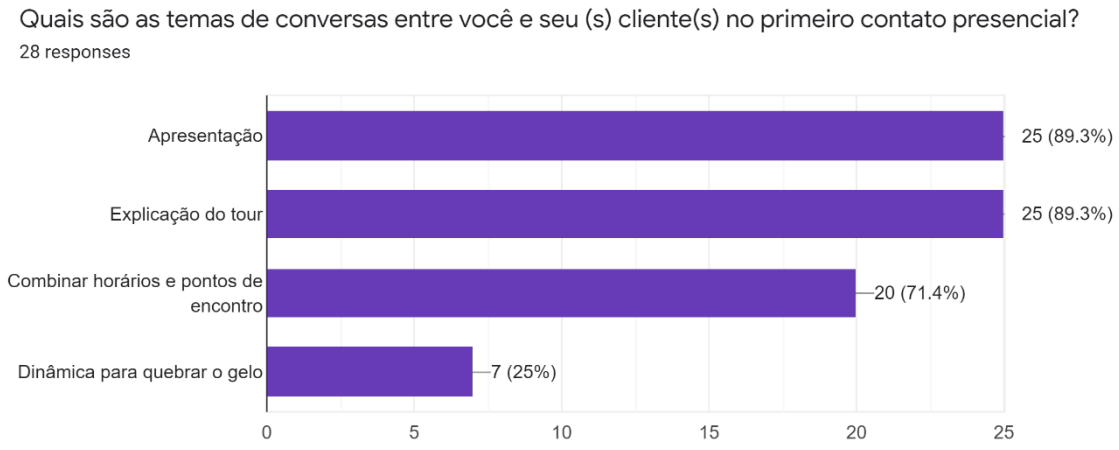
Quadro 20 – Respostas à questão 9 do questionário on-line

Quais são os temas de conversas entre você e seu (s) cliente(s) no primeiro contato presencial?
F1 – Apresentação, Explicação do tour
F2 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F3 – Apresentação, combinar horários e pontos de encontro
F4 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F5 – Apresentação, Explicação do tour, Dinâmica para quebrar o gelo
F6 – Apresentação, Explicação do tour

F7 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F8 – Explicacao do tour
F9 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F10 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F11 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F12 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro, Dinâmica para quebrar o gelo
F13 – Apresentação, Explicação do tour
F14 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F15 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F16 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F17 – Dinâmica para quebrar o gelo
F18 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F19 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F20 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro, Dinâmica para quebrar o gelo
F21 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro, Dinâmica para quebrar o gelo
F22 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro, Dinâmica para quebrar o gelo
F23 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F24 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro, Dinâmica para quebrar o gelo
F25 – Combinar horários e pontos de encontro
F26 – Apresentação, Explicação do tour
F27 – Apresentação, Explicação do tour, combinar horários e pontos de encontro
F28 – Apresentação, Explicação do tour

Elaboração própria

Figura 54 – Gráfico de respostas à questão 9 do questionário on-line



Elaboração própria

Aqui, temos indícios de como a comunicação ocorre no primeiro momento do *tour*, e pode-se observar que a apresentação e a explicação sobre o *tour* prevalecem nesse momento.

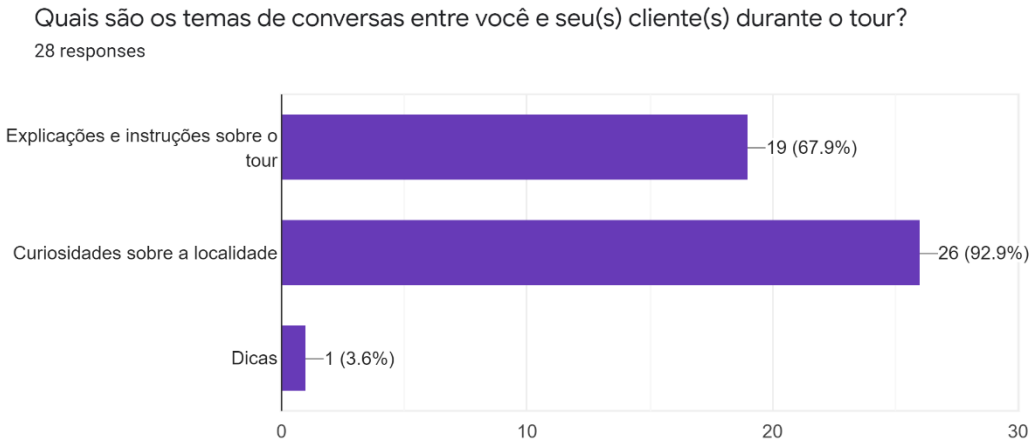
Em relação à questão 10 “Quais são os temas de conversas entre você e seu(s) cliente(s) durante o tour?”, as respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 21 – Respostas à questão 11 do questionário on-line

Quais são os temas de conversas entre você e seu(s) cliente(s) durante o tour?
F1 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F2 – Curiosidades sobre a localidade
F3 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F4 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F5 – Curiosidades sobre a localidade
F6 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F7 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F8 – Curiosidades sobre a localidade
F9 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade, outro-dicas
F10 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F11 – Explicações e instruções sobre o tour
F12 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F13 – Curiosidades sobre a localidade
F14 – Curiosidades sobre a localidade
F15 – Curiosidades sobre a localidade
F16 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F17 – Curiosidades sobre a localidade
F18 – Explicações e instruções sobre o tour
F19 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F20 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F21 – Curiosidades sobre a localidade
F22 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F23 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F24 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F25 – Curiosidades sobre a localidade
F26 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F27 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade
F28 – Explicações e instruções sobre o tour, Curiosidades sobre a localidade

Elaboração própria

Figura 55 – Gráfico de respostas à questão 11 do questionário on-line



Elaboração própria

Aqui o objetivo foi o de identificar as situações de comunicação que ocorrem durante o serviço do guia de turismo. Observou-se que as curiosidades sobre a localidade são as temáticas prevalentes dessa comunicação

Em relação à questão 11, complementar à anterior, as repostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 22 – Respostas à questão complementar da questão 11 do questionário on-line

Caso tenha marcado "outro" na questão anterior, especifique:
F1 – Dicas
F2 – Tudo.
F2 – Ambientação do Brasil e do local específico na história o mundo.

Elaboração própria

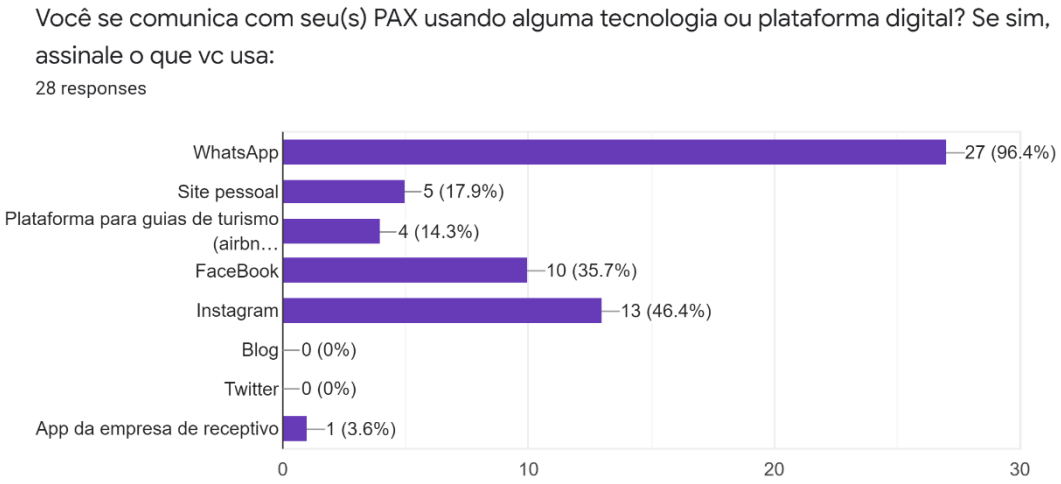
Em relação à questão 12 “Você se comunica com seu(s) PAX usando alguma tecnologia ou plataforma digital? Se sim, assinale o que você usa. As respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 23 – Respostas à questão 12 do questionário on-line

Você se comunica com seu(s) PAX usando alguma tecnologia ou plataforma digital? Se sim, assinale o que vc usa:
F1 – Whatsapp
F2 – WhatsApp, Plataforma para guias de turismo (airbnb, ifriend, etc.), Instagram
F3 – Whatsapp, outro: app da empresa de receptivo
F4 – WhatsApp, Site pessoal, Facebook
F5 – Whatsapp
F6 – Whatsapp, Instagram
F7 – WhatsApp, Site pessoal
F8 – WhatsApp, Plataforma para guias de turismo (airbnb, ifriend, etc.), Instagram
F9 – Whatsapp
F10 – Whatsapp
F11 – WhatsApp, Facebook, instagram, Plataforma para guias de turismo (airbnb, ifriend, etc.)
F12 – WhatsApp, Facebook, Instagram, site pessoal
F13 – Whatsapp
F14 – Whatsapp, Instagram
F15 – Whatsapp, Instagram
F16 – WhatsApp, Facebook, Instagram
F17 – Facebook
F18 – Whatsapp, Instagram
F19 – Whatsapp, Instagram
F20 – WhatsApp, Facebook, instagram, site pessoal, Plataforma para guias de turismo (airbnb, ifriend, etc.)
F21 – WhatsApp
F22 – WhatsApp, Facebook
F23 – WhatsApp, Facebook, instagram, site pessoal
F24 – WhatsApp, Facebook
F25 – WhatsApp, Facebook, instagram
F26 – WhatsApp
F27 – WhatsApp
F28 – WhatsApp

Elaboração própria

Figura 56 – Gráfico de respostas à questão 12 do questionário on-line



Elaboração própria

Esta questão teve por objetivo identificar as novas ferramentas de comunicação apresentadas pelas tecnologias, e foi observado novamente que o WhatsApp é a ferramenta que se destaca.

Em relação à questão 13 “Caso tenha assinalado alguma plataforma, como costuma ser essa comunicação? Quais assuntos são abordados?” As respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 24 – Respostas à questão 13 do questionário on-line

Caso tenha assinalado alguma plataforma, como costuma ser essa comunicação? Quais assuntos são abordados?
F1 – BRANCO
F2 – Horário e local de início e término, duração do tour, nome dos pax e roteiro que faremos
F3 – BRANCO
F4 – BRANCO
F5 – BRANCO
F6 – BRANCO
F7 – BRANCO
F8 – tirar duvidas sobre tour e preparar os detalhes do roteiro...
F9 – BRANCO
F10 – BRANCO
F11 – BRANCO
F12 – BRANCO
F13 – BRANCO
F14 – BRANCO

F15 – BRANCO
F16 – BRANCO
F17 – BRANCO
F18 – BRANCO
F19 – BRANCO
F20 – BRANCO
F21 – BRANCO
F22 – BRANCO
F23 – BRANCO
F24 – BRANCO
F25 – BRANCO
F26 – BRANCO
F27 – BRANCO
F28 – BRANCO

Elaboração própria

Com o objetivo de esmiuçar a maneira como a comunicação digital se dá entre o guia e o viajante, aqui foi dada a oportunidade do guia relatar como essa comunicação ocorre. Aqui, observa-se que o que é tratado são os detalhes do *tour*, de modo que essa comunicação deve ocorrer de forma clara e objetiva.

Em relação à questão 14 “Caso você se comunique com seu(s) PAX usando alguma tecnologia ou plataforma digital, assinale o(s) idioma(s) (não todos que você domina, apenas os que usa nessas plataformas com seus PAX)” As respostas obtidas foram as seguintes:

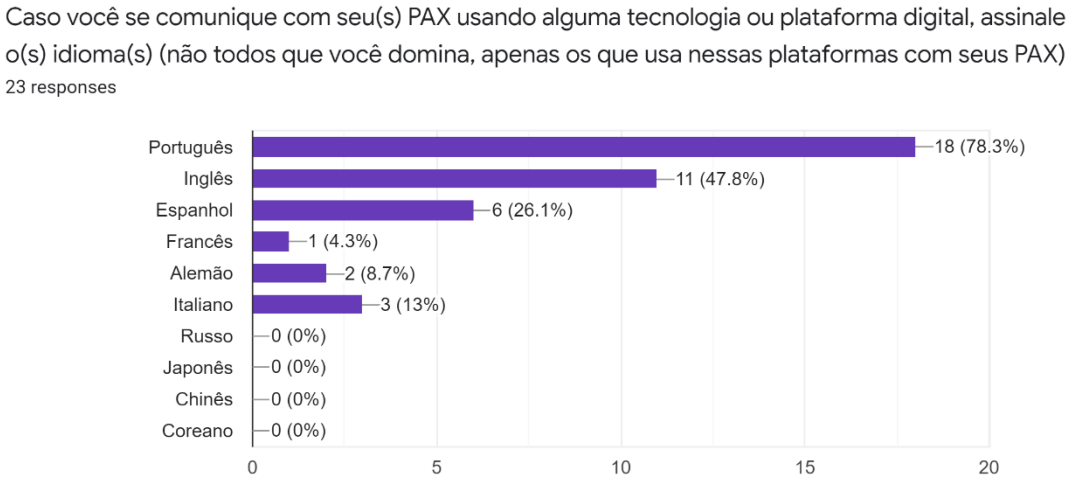
Quadro 25 – Respostas à questão 14 do questionário on-line

Caso você se comunique com seu(s) PAX usando alguma tecnologia ou plataforma digital, assinale o(s) idioma(s) (não todos que você domina, apenas os que usa nessas plataformas com seus PAX)
F1 – Inglês
F2 – Português, inglês, alemão
F3 – Português, inglês
F4 – Português
F5 – Inglês
F6 – branco
F7 – Português, inglês, espanhol
F8 – Português, inglês, espanhol, italiano
F9 – branco
F10 – branco
F11 – Português
F12 – Português, Inglês

F13 – Italiano
F14 – Português, inglês, espanhol
F15 – Português, inglês, espanhol
F16 – Português
F17– Português
F18 – Português
F19 – Português, espanhol
F20 – Português, francês, italiano
F21 – Inglês
F22 – Português
F23 – Português
F24 – Português, espanhol
F25 – BRANCO
F26 – Inglês, alemão
F27 – Português
F28 – BRANCO

Elaboração própria

Figura 57 – Gráfico de respostas à questão 14 do questionário on-line



Elaboração própria

O objetivo desta questão foi o de verificar se há uma proporção entre os idiomas que o guia domina e utiliza durante o *tour* com os idiomas que são utilizados antes do *tour*. Algumas plataformas estão em inglês e a comunicação, por esse motivo, é feita em inglês, mas observamos pelas respostas uma proporcionalidade, o que indica que, na amostragem, em qual idioma a comunicação ocorre.

Em relação à questão 15 “Você costuma se comunica em língua estrangeira

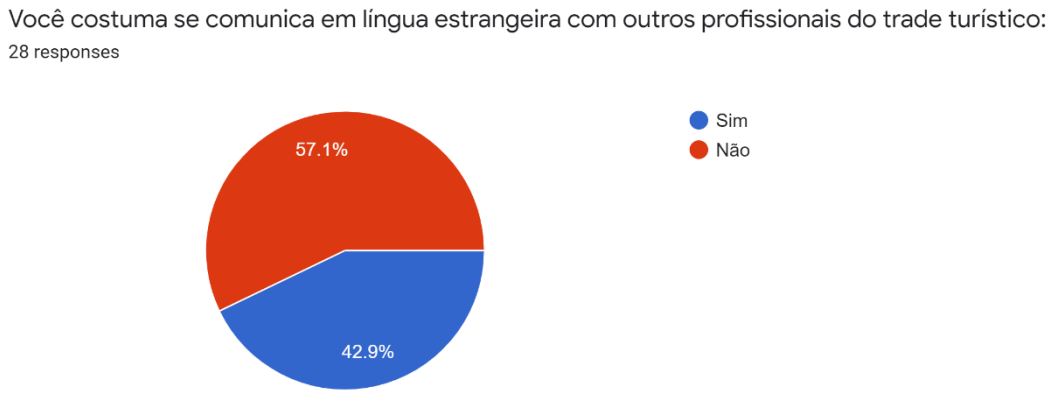
com outros profissionais do trade turístico:)” As respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 26 – Respostas à questão 15 do questionário on-line

Você costuma se comunica em língua estrangeira com outros profissionais do trade turístico:
F1 – NAO
F2 – Sim - Tudo o que tenha a ver com o roteiro que faremos com o cliente. Pode ser via Zoom ou WhatsApp ou telefone...
F3 – Sim - Em atendimento com grupos que estão divididos e com vários guias, os guias se comunicam em inglês.
F4 – Nao
F5 – Nao
F6 – Sim - Whatsapp, roteiro, logística, horários, alinhamentos em geral
F7 – Sim - Dúvidas sobre o tour
F8 – Sim - A comunicação acontece por telefone ou por whatsapp com parceiros de outros países (Chile, Argentina, Espanha, Itália) mas com os brasileiros falamos em português!Abraços e boa sorte!
F9 – Não
F10 – Não
F11 – Não
F12 – Não
F13 – Sim – não especificou
F14 – Não
F15 – Não
F16 – Não
F17 – Sim – não especificou
F18 – Não
F19 – Não
F20 – Sim – não especificou
F21 – Não
F22 – Não
F23 – Não
F24 – Não
F25 – Sim – não especificou
F26 – Sim Em cumprimentos e brincadeiras espontâneas ou algum detalhe técnico que precise ser falado no idioma. (acho que aqui esta falando sobre falar em outro idioma com brasileiros)
F27 – Sim - Quando é necessário esclarecer algo com as pessoas locais que não falam Português, tais como atendentes nos hotéis, aviões, restaurantes e aeroportos, motoristas de ônibus, etc. Entretanto, os guias locais que usamos sempre falam Português.
F28 – Sim por whatsap e temas culturais

Elaboração própria

Figura 58 – Gráfico de respostas à questão 15 do questionário on-line



Elaboração própria

O objetivo desta questão foi o de identificar possíveis situações de comunicação no trabalho do guia de turismo com outros profissionais do turismo em língua estrangeira, e 42,9% respondeu que sim.

Em relação à questão 16 “Caso tenha respondido sim à questão anterior, descreva como ocorre a comunicação e cite os assuntos que costumam ser abordados:” As respostas obtidas foram as seguintes:

Quadro 27 – Respostas à questão 16 do questionário on-line

Caso tenha respondido sim à questão anterior, descreva como ocorre a comunicação e cite os assuntos que costumam ser abordados:
F1 – Tudo o que tenha a ver com o roteiro que faremos com o cliente. Pode ser via Zoom ou WhatsApp ou telefone...
F2 – Em atendimento com grupos que estão divididos e com vários guias, os guias se comunicam em inglês.
F3 – Whatsapp, roteiro, logística, horários, alinhamentos em geral
F4 – Dúvidas sobre o tour
F5 – A comunicação acontece por telefone ou por whatsapp com parceiros de outros países (Chile, Argentina, Espanha, Itália) mas com os brasileiros falamos em português!Abraços e boa sorte!
F6 – Em cumprimentos e brincadeiras espontâneas ou algum detalhe técnico que precise ser falado no idioma.
F7 – Quando é necessário esclarecer algo com as pessoas locais que não falam Português, tais como atendentes nos hotéis, aviões, restaurantes e aeroportos, motoristas de ônibus, etc. Entretanto, os guias locais que usamos sempre falam Português.
F8 – por whatsap e temas culturais

Elaboração própria

Figura 59 – Gráfico de respostas à questão 16 do questionário on-line

16 - Caso tenha respondido sim à questão anterior, descreva como ocorre a comunicação e cite o assuntos que costumam ser abordados:

8 respostas

Tudo o que tenha a ver com o roteiro que faremos com o cliente. Pode ser via Zoom ou WhatsApp ou telefone...

Em atendimento com grupos que estão divididos e com vários guias, os guias se comunicam em inglês.

Whatsapp, roteiro, logística, horários, alinhamentos em geral

Dúvidas sobre o tour

A comunicação acontece por telefone ou por whatsapp com parceiros de outros países (Chile, Argentina, Espanha, Itália) mas com os brasileiros falamos em português!Abraços e boa sorte!

Em cumprimentos e brincadeiras espontâneas ou algum detalhe técnico que precise ser falado no idioma.

Quando é necessário esclarecer algo com as pessoas locais que não falam Português, tais como atendentes nos hotéis, aviões, restaurantes e aeroportos, motoristas de ônibus, etc. Entretanto, os guias locais que usamos sempre falam Português.

por whatsap e temas culturais

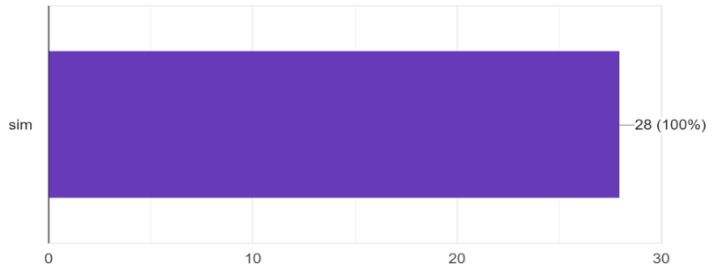
Elaboração própria

As respostas obtidas na questão permitem constatar como ocorrem as comunicações em língua estrangeira com outros profissionais do turismo. As situações de comunicação do guia de turismo receptivo, que é objeto desta pesquisa, são de alinhamento das atividades com outros profissionais.

Figura 60 – Autorização de uso de dados

Autorizo o uso dos dados fornecidos para fins de pesquisa acadêmica

28 responses



Elaboração própria

5. Coleta dos dados primários

Como já foi explicado anteriormente, a profissão de Guia de Turismo no Brasil é regulamentada pela Lei número 8623, de 28 de janeiro de 1993, e pela e portaria Nº 27 de 30 de janeiro de 2014 que delimita as atividades do profissional, a saber:

Quadro 28

Art. 5º Constituem atribuições do Guia de Turismo: a) acompanhar, orientar e transmitir informações a pessoas ou grupos em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais ou especializadas dentro do território nacional; b) acompanhar ao exterior pessoas ou grupos organizados no Brasil; c) promover e orientar despachos e liberação de passageiros e respectivas bagagens, em terminais de embarque e desembarque aéreos, marítimos, fluviais, rodoviários e ferroviários; d) ter acesso a todos os veículos de transporte, durante o embarque ou desembarque, para orientar as pessoas ou grupos sob sua responsabilidade, observadas as normas específicas do respectivo terminal; e) ter acesso gratuito a museus, galerias de arte, exposições, feiras, bibliotecas e pontos de interesse turístico, quando estiver conduzindo ou não pessoas ou grupos, observadas as normas de cada estabelecimento, desde que devidamente credenciado como Guia de Turismo;

Fonte - BRASIL, Ministério do Turismo. Portaria. No 27, de 30 de janeiro de 2014

Ao observamos o que a portaria informa, é possível depreender as competências que o profissional Guia de Turismo deve desenvolver, a saber,

- **A capacidade de acompanhar, orientar e transmitir informações**, o que supõe uma formação cultural em relação ao(s) local(is) em que as visitas serão realizadas. Para tanto, é necessário que o profissional tenha uma postura de pesquisador para que as informações sejam as mais completas

e interessantes possíveis.

- **A capacidade de promover e orientar despachos e liberação de passageiros e respectivas bagagens –** ou seja, desenvolver ações práticas em auxílio ao passageiro.
- **A capacidade de orientar os passageiros** em relação ao acesso a todos os veículos de transporte, durante o embarque ou desembarque**,** ou seja, conhecer as informações para informar os passageiros.
- **A capacidade de conhecer os diferentes locais e suas regras –** este dado é importante para o exercício da sua profissão.

Ainda relação à Portaria número 27 de 2014 que regulamenta as diferentes categorias da profissão, temos o seguinte:

Quadro 29

Art. 3º Conforme a comprovação da especialidade de sua a formação profissional e das atividades desempenhadas, os guias de turismo serão cadastrados em uma ou mais das seguintes categorias: **I - Guia Regional** − quando suas atividades compreenderem a recepção, o traslado, o acompanhamento, a prestação de informações e assistência a turistas, em itinerários ou roteiros locais ou intermunicipais de uma determinada unidade da federação, para visita a seus atrativos turísticos; **II - Guia de Excursão Nacional** − quando suas atividades compreenderem o acompanhamento e a assistência a grupos de turistas, durante todo o percurso da excursão de âmbito nacional ou realizada nos países da América do Sul, adotando, em nome da agência de turismo responsável pelo roteiro, todas as atribuições de natureza técnica e administrativa necessárias à fiel execução do programa; **III - Guia de Excursão Internacional** − quando realizarem as atividades referidas no inciso II, deste artigo, para os demais países do mundo; e **IV - Guia Especializado em Atrativo Turístico** − quando suas atividades compreenderem a prestação de informações técnico-especializadas sobre determinado tipo de atrativo natural ou cultural de interesse turístico, na unidade da federação para qual o profissional se submeteu à formação profissional específica.

Fonte - BRASIL, Ministério do Turismo. Portaria. No 27, de 30 de janeiro de 2014

Em relação aos dados que interessam a essa pesquisa, destacamos o Guia

Regional e os parágrafos da legislação que se referem ao exercício da sua profissão:

Quadro 30

Art. 5º O Guia de Turismo que pretender o cadastro **na categoria regional**, para exercer suas atividades em determinado Estado, deverá apresentar o **certificado de conclusão de curso técnico de formação profissional de guia de turismo daquela unidade federativa.** Art. 6º O Guia de Turismo cadastrado apenas na categoria de excursão nacional não poderá realizar, dentro de uma unidade da federação, as atribuições do guia de turismo regional daquele Estado. § 1º A atuação do Guia de Turismo cadastrado na categoria excursão nacional abrange o percurso interestadual, por meio terrestre ou aéreo, compreendendo o asseessoramento técnico e a assistência necessária aos turistas, incluindo procedimentos de bordo e acomodação do turista em hotel. § 2º Caso haja a necessidade de realização de passeios locais, em determinados atrativos turísticos de um Estado, o guia de excursão nacional, em nome da agência de turismo, deverá contratar Guia de Turismo Regional que atue naquela unidade da federação.

BRASIL, Ministério do Turismo. Portaria. No 27, de 30 de janeiro de 2014

Segundo a legislação, o profissional, para exercer a atividade, deve apresentar um certificado de nível técnico, o conteúdo e duração do curso que realizou. Isso é determinante para sua atuação, uma vez que, de instituição para instituição, há modificações, variando na duração de 6 meses a 2 anos e os conteúdos na grade curricular.

Em virtude dessa peculiaridade profissional, como apresentamos anteriormente, seu perfil profissional pode ser compreendido em termos da legislação nacional, cruzando com aspectos das portarias regionais e das demandas locais.

No capítulo a seguir, serão retomados os dados apresentados nessa pesquisa, buscando relacioná-los para a proposta do programa de ensino de língua francesa – FOS para Guias de Turismo no estado de São Paulo.

CAPÍTULO 3 – Análise dos dados

“Feliz aquele que transfere o que
sabe e aprende o que ensina.”
Cora Carolina

Considerando a especificidade da atividade do Guia de Turismo receptivo em atuação no estado de São Paulo, ou seja, sua atividade profissional principal, a saber, a de acompanhar, organizar visitas a pontos turísticos, viagens intermunicipais dentro do estado, realizar traslados e apresentar e transmitir informações sobre os locais e atrativos, o objetivo deste capítulo é trazer os dados coletados no perfil dos profissionais e aqueles relacionados aos livros didáticos sobre os quais discorremos para propor um programa de ensino de língua francesa dirigido a este contexto e a estes profissionais atuantes no estado de São Paulo.

Para tanto, nossa proposta é a de retomar os dados obtidos a partir de três aspectos, o que estaria de acordo com a *démarche* FOS, a saber:

- Dados específicos colocados pelos Guias entrevistados em termos de situação de comunicação
- Situações de comunicação próprias do *métier* Guia de Turismo colocadas nos livros didáticos
- Dados específicos do contexto de atuação profissional do Guia de Turismo no estado de São Paulo

Em relação ao primeiro ponto, os Guias de Turismo entrevistados forneceram as seguintes informações:

i. Atuação profissional – estado de São Paulo – Turismo receptivo
ii. Uso de redes sociais para se comunicar com os clientes
iii. Atuação em ordem profissional – 1) Turismo cultural; 2) Turismo histórico; 3) Turismo de sol e praia; 4) Turismo de negócios e eventos / Turismo religioso/ Ecoturismo; 5) Turismo gastronômico; 6) Turismo esportivo/ Turismo de aventura; 7) Teatro e espetáculos
iv. **Situações de comunicação:** apresentação pessoal (contatos iniciais); explicações sobre o *tour*; instruções sobre a visita; Informações sobre o local a ser visitado, sua história e suas curiosidades; informações sobre horários, pontos de encontros, questões práticas; comunicação por telefone e WhatsApp;

Em relação às situações de comunicação colocadas nos livros didáticos, destacamos os seguintes objetivos comunicativos relativos à atuação profissional do Guia de Turismo:

- Saluer – accueillir les touristes pour le tour.
- Se présenter.
- S'informer sur un lieu - Chercher des informations avant la visite
- Donner des informations sur un lieu.
- Donner des informations pratiques sur le tour : itinéraire, tarifs, transports, nourriture, etc.
- Donner des informations historiques et culturelles et des curiosités sur les points touristiques visités.
- Répondre à des questions des touristes.
- Fixer des points de rendez-vous et les horaires de rencontres après la visite.
- Compétences transversales pendant le tour : informer, exposer, donner des informations, donner son point de vue, interroger, interagir.

Em relação aos dados específicos do contexto de atuação profissional do Guia de Turismo no estado de São Paulo, as considerações sobre as particularidades desse contexto são as seguintes:

- ✓ Se informar sobre a origem dos turistas – apsectos culturais que possam ser comparados com o contexto local.
- ✓ Entrar em contato com o grupo, solicitar informações sobre o que gostariam de visitar.
- ✓ Estabelecer a língua de comunicação entre o Guia e o grupo – neste caso seria o francês, mas nada impediria que outras LE fossem consideradas.
- ✓ Identificar os pontos turísticos paulistas e da cidade de São Paulo.
- ✓ Explicar a localização dos pontos turísticos com um mapa do estado e

da cidade de São Paulo.

- ✓ Buscar as expressões e palavras regionais referentes aos pontos turísticos visitados. Por exemplo - taipa de pilão, várzea do rio, rios canalizados e enterrados, casquinha de siri, moqueca, pão na chapa, empada, pamonha, quiabo, ipê, mata atlântica, araucária, João de barro, helicónia, pequi vinagreiro, lírio do brejo, capivara (maior roedor do mundo), cocar, Serra do Mar, futevôlei, boia cross, atacante, zagueiro, goleiro, umbanda, candomblé, romaria, Nossa Senhora Aparecida, estalactite, estalagmite, falha geográfica de Paranapiacaba, Guarani, caboclo, quilombola, etc.

A partir do que foi colocado acima, o programa de ensino **FOS – Guias de Turismo no estado de São Paulo –** pode considerar as competências orais e escritas que fariam parte do programa:

- ➢ Compreender documentos escritos/ gêneros que circulam no meio profissional: sites turísticos, folhetos turísticos, mapas, itinerário de viagem, tabela de preços, etc.
- ➢ Compreender documentos orais – vídeo e/ou áudio – sobre visitas guiadas. Estes documentos podem ser encontrados na internet ou serem registrados pelos próprios guias.
- ➢ Produzir documentos escritos – um dossier “Visite guidée”
- ➢ Produzir documentos de simulação oral sobre visitas guiadas
- ➢ Aprender a se comunicar pelos meios de comunicação como telefone, email, WhatsApp, entre outros.

Complementando os dados coletados, apresento tópicos que eu considero importantes a partir da minha experiência como Guia de Turismo Regional SP, como professor da disciplina Técnicas de Comunicação e Inglês instrumental e treinador de guias de turismo da plataforma ToursByLocals:

- Estudo de campo: antes do profissional conduzir turistas em uma

localidade, é importante realizar uma visita técnica para conhecer o local, verificar a disponibilidade de banheiros e serviços de alimentação, e coletar informações que serão transmitidas aos turistas. Essa é uma prática adotada pelos profissionais e pelos cursos técnicos e que consta nas demandas feitas pelos profissionais que fizeram a demanda hipotética nesta pesquisa. Também recomendo que seja feita pelo professor que realizará a elaboração didática das atividades do programa FOS.

- Dentre os emails que o guia deve estar apto a elaborar, destaco o email de resposta à primeira solicitação do cliente. Esse email deve ser escrito com cuidado e demonstrar simpatia, conhecimento, profissionalismo e hospitalidade, não no sentido hoteleiro, mas no sentido da habilidade em lidar com a relação humana entre anfitrião e hóspede. É importante que essa resposta seja dada com agilidade, pois o cliente costuma enviar a mesma solicitação a mais de um guia e fechar o serviço com aquele que enviou a melhor resposta de maneira rápida. É comum ocorrer de o cliente já ter fechado os serviços com outro guia quando o profissional demora para responder, e como se trata de uma resposta que segue um padrão, recomendo sempre que meus alunos tenham um *template* pronto para agilizar.

- Com as reservas sendo feitas atualmente em sua maioria pela internet, a maioria dos clientes leem as avaliações que o turista deixa para o guia de turismo nos sites. Na ocasião de uma avaliação negativa, é importante que a resposta pública que o guia deixa para a avaliação siga um padrão com o objetivo de mitigar o estrago que a avaliação negativa causou à reputação do guia: uma saudação amigável, um agradecimento pelo *feed back* mesmo que negativo pois é uma oportunidade de melhorar, demonstrar consideração pela experiência negativa do cliente, pedir desculpas, dar um motivo pelo ocorrido de forma rápida e direta – sem entrar numa narrativa defensiva, dizer quais medidas

tomará para que o mesmo problema não ocorra no futuro, oferecer uma compensação ao cliente e finalizar com um convite para uma nova experiência. Como essa mensagem é muito importante e pode ter que ser redigida mais de uma vez, vale praticá-la anteriormente a fim de evitar que o aluno escreva sem estar preparado e num momento de nervosismo gerado pela avaliação.

A partir dos dados acima, o professor que vai elaborar o programa FOS-Guias de Turismo no estado de São Paulo, pode completar o quadro abaixo

Quadro 31

Thèmes	**Compétence communicative et linguistique**				**Compétence interculturelle**	**Supports des cours**
	Objectifs communicatifs	Grammaire	Vocabulaire	Phonétique		

Elaboração própria

Considerando a minha experiência na área, considero pertinente registar aqui, duas sugestões de *tours* que são realizados na cidade de São Paulo e que poderiam integrar o programa:

- um *tour* de artes na favela de Paraisópolis (zona sul de SP)

Paraisópolis das Artes

Paraisópolis é a segunda maior favela da cidade de São Paulo, com aproximadamente cem mil habitantes. O tour artístico pela favela oferece um contato único com as pessoas da comunidade, estaremos acompanhados por uma pessoa da associação de moradores para garantir nossa segurança e responder a todas as dúvidas que o visitante possa ter sobre a vida na favela e também sobre sua história.

Você experimentará o estilo de vida autêntico da favela e será inspirado pelos projetos sociais liderados por residentes locais fortes e resilientes que estão fazendo a diferença na vida das gerações futuras.

Você também visitará alguns artistas locais, como Estevão, também conhecido como "O Gaudi Brasileiro"; e Berbela, que encontraram uma forma de criar beleza em um ambiente tão caótico, espalhando esperança por dias melhores entre as pessoas da comunidade e atraindo visitantes de todo o mundo verem suas criações com os próprios olhos.

Itinerário:

Paraisópolis é a segunda maior favela da cidade de São Paulo, com aproximadamente cem mil habitantes. O tour artístico pela favela oferece um contato único com as pessoas da comunidade acompanhadas por uma pessoa da associação de moradores para garantir nossa segurança e responder a todas as dúvidas que o visitante possa ter sobre a vida na favela e também sobre sua história.

Você experimentará o estilo de vida autêntico da favela e será inspirado pelos projetos sociais liderados por residentes locais fortes e resilientes

que estão fazendo a diferença na vida das gerações futuras.

Pickup em seu hotel, ou outro local combinado na cidade de São Paulo.

Durante o passeio, veremos:

- Casa de Estevão (O Gaudi de Paraisópolis)
- Ateliê de Berbela (artista local)
- Os becos da favela
- O centro da favela
- O restaurante local (apenas de segunda a sexta-feira)

Ao finalizarmos retornaremos ao seu hotel, ou outro ponto combinado.

Este é um roteiro sugerido, diga-me o que você gostaria de ver e fazer e customizarei o passeio para você!

Ponto de Encontro e duração do tour

As opções de ponto de encontro são: estação rodoviária, aeroporto, hotel, endereço, monumento / edifício.

Duração: 4 horas

O passeio normal leva 3 horas dentro da favela, devendo levar em média 30 minutos para chegar lá e 30 minutos para voltar ao hotel. Transito, clima e demais variantes podem afetar a duração do passeio. Caso o passeio demore menos, levarei você e seus convidados a outras atrações de São Paulo depois que sairmos da favela, então você faz um passeio de pelo menos 4 horas. Você precisa estar preparado para demorar mais e não deve marcar compromissos logo após o horário previsto de término do passeio.

Incluso: assistência com guia de turismo e transporte em veículo privativo.

Não incluso: A Associação de Moradores da Favela de Paraisópolis cobra uma taxa de R$ 250 por pessoa que deve ser paga no local e não está inclusa no preço deste passeio. R$ 75 é suficiente para comidas, bebidas e souvenirs.

- um *tour* na aldeia Guarani que mantem sua língua, a Guarani-Mbya (no bairro do Jaraguá, zona oeste de SP, a cerca de 30 minutos do também bairro paulistano, Vila Madalena).

Vivência na aldeia Tekoa Itakupe

Descubra a cultura nativa Guarani em uma comunidade indígena única que protege a floresta dentro da maior metrópole da América do Sul; converse com jovens lideranças da comunidade do Opy – templo de reza tradicional Guarani, e conte com um guia multilíngue para traduzir todas as suas dúvidas; dê seus primeiros passos na dança do Xondaro – a arte marcial tradicional da cultura Guarani, explore a bela e densa mata atlântica que resta na cidade e é protegida pelo povo indígena Guarani, os guardiões da floresta. Depois de entrar em contato com a cultura Guarani e a terra sagrada, você desfrutará de uma vista deslumbrante de São Paulo de seu pico mais alto, o Jaraguá, com 1.135 metros de altitude, o Pico do Jaraguá oferece aos visitantes o mais incrível panorama de São Paulo (com uma vista que atinge até 55 km). O parque foi declarado em 1983 pelo Condephaat e em 1994 como Patrimônio da Humanidade pela Unesco. O parque também possui uma casa histórica, um lago e três trilhas.

Duração: 4h

Inclui:

Serviços de transporte e guia

Não inclui:

Taxa local na comunidade Guarani: R$ 120,00 por pessoa

Cada um dos passeios acima seguiram uma formatação diferente, isso se dá pelo fato de o primeiro ter sido publicado na plataforma ToursByLocals e o segundo na TripAdvisor.

Considerações finais

A realização desta pesquisa voltada para o profissional Guia de Turismo surgiu, primeiramente, da necessidade de refletir sobre a evolução da carreira, mas de forma particular, para trazer elementos para minha própria atuação como Guia de Turismo.

Em segundo lugar, considerando minha experiência (quase 20 anos) lecionando língua inglesa em institutos de línguas e para particulares, considerei um ato desafiador refletir e pesquisar sobre o que é feito em língua francesa buscando dados consistentes sobre o FOS (*Français sur Objectif Spécifique*). Foi através do conhecimento desse procedimento metodológico que pude compreender a singularidade de um contexto profissional e as necessidades de seus atores em termos de comunicação oral e escrita.

Assim, a pesquisa buscou aplicar a *démarche* FOS para os Guias de Turismo atuantes no estado de São Paulo, o que exigiu uma disciplina didático-metodológica para chegar a compreender o lugar de comunicação que este profissional ocupa, seus interlocutores e que, sobretudo, o programa deveria ser à la carte.

Além do *inventaire de situations de communication*, há muitos outros elementos que devem ser considerados para o desempenho do profissional. No âmbito da linguagem, a estilística e as figuras de linguagem, por exemplo, cabe ao Guia o aperfeiçoamento do seu *speech* durante o *tour* no momento da apresentação dos atrativos, nas instruções, nos agradecimentos, e etc., que devem ser interessantes e cativantes.

Não se trata de listar comportamentos, mas de pensar em formas de como o guia pode encantar os seus clientes através do uso da linguagem de uma forma que se encaixe em sua personalidade e tenha a oportunidade de praticar antes do

momento real do *tour*.

BIBLIOGRAFIA

ALBUQUERQUE-COSTA, Heloisa B.. *Des cours de français sur objectifs spécifiques en milieu universitaire: du Français Instrumental (FI) au Français sur Objectif Universitaire (FOU) à l'École Polytechnique de l'Université de São Paulo (USP)*. In: *Synergies Argentine*, n° 3 – 2015, p. 11-23 [*Le GERFLINT* (Groupe d'études et de recherches pour le français langue internationale; Fondation Maison des Sciences de l'Homme-France].

_____. *Ensino do Francês para Objetivo Universitário (FOU): um dispositivo a distância de formação* ***aux savoir-faire académiques*** *para estudantes universitários que se preparam para estudar em universidades francesas.* In: *Revista Intercâmbio*, v. XXIII: 47-63, 2011. São Paulo: LAEL/PUCSP.

ALBUQUERQUE-COSTA, H. B.; MAYRINK, Mônica F.; OLIVEIRA, Rosângela D. de. *Repensando a relação entre metodologia, tecnologia e formação docente no ensino de línguas.* In: *Revista Intercâmbio,* v. XLV: 187-212, 2020. São Paulo: LAEL/PUCSP.

ALBUQUERQUE-COSTA, Heloisa B. de. ; PARPETTE, C. *Formation culturelle et linguistique des étudiants brésiliens en mobilité universitaire en France: projet de recherche de l'Université de São Paulo et de l'Université Lyon 2*. Synérgies Brésil, v. 10, p. 11-22, 2013

ALBUQUERQUE-COSTA, Heloisa B. de.; PARPETTE, C. *Français sur Objectif Universitaire méthodologie, formation des enseignants et conception de programmes*. São Paulo Humanitas Paulistana AUF, 2016

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 2000. 215 p

BEACCO, Jean-C.; LEHMANN, Denis (Orgs.). *Publics spécifiques et communication spécialisée*. Paris: Hachette, 1990.

BENMOUSSA, Saâdia. *Vers une ingénierie de formation pour le français du tourisme en contexte marocain. Linguistique*. Université Sorbonne Paris Cité; Université Sidi Mohamed ben Abdellah (Fès, Maroc), 2017

BENMESSAOUD, Saloua Kammoun. *Enseigner le français du tourisme à des fins professionnelles en contexte tunisien*. In Synergies Europe n° 13 p. (69-81), julho, 2018

BERTRAND, Olivier; SCHAFFNER, Isabelle (Orgs.). *Le français de spécialité: enjeux culturels et linguistiques.* Paris: Les éditions de l'Ecole Polytechnique, 2008.

BLANCHET, Philippe; MOORE, Danièle; RAHAL, Safia Asselah (Dir.). *Perspectives pour une didactique des langues contextualisée*. Paris: Éditions des Archives Contemporaines - Agence Universitaire de la Francophonie, 2008, p. 10.

BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M. *A arte da pesquisa*. Trad. H. A. Rego Monteiro. São Paulo: Martins Fontes, 2008

CAMARGO, Hélio L. *Fundamentos Multidisciplinares do Turismo*: história. In: (org.). TRIGO, L. G. G. *Turismo. Como aprender, como ensinar*. 2ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, v. 01, pp. 33-85

CARRAS, C. ; TÔLAS, J. ; KOHLER.; P, SZILAGYI., E. *Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue*. Paris : CLE International, 2007.

CELOTTI, Nadine, *Traduire pour accueillir l'étranger en voyage. Qu'en est-il des sites web touristiques institutionnels sur Trieste, « la plus 'mitteleuropéenne' des villes italiennes »*. In Rivista internazionale di tecnica della traduzione, Università di Trieste, nº 11, p. (85-95), 2009.

CHIMENTI, Silvia; TAVARES, Adriana de Menezes. *Guia de turismo: o profissional e a profissão*. São Paulo: Senac, 2013.

CORBEAU, Sophie; DUBOIS, Chantal; PENFORNIS, Jean-Luc. *Tourisme.com*. Paris: CLE International, 2013.

CUQ, J.P. ; GRUCA, I. *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*. Grenoble : PUG, 2005.

DUSSAC, Elisabeth. *Bon voyage!* Paris: CLE International, 2017

ELIE, Alrabadi. *L'élaboration d'un programme de français du tourisme dans le contexte universitaire jordanien*. In Thélème. Revista Complutense de Estudios Franceses, vol. 26, p. (89-110), janeiro, 2011.

GAJEWSKA, Elżbieta; SOWA, M. *Les facettes multiples du français enseigné sur objectifs spécifiques: un enjeu pour l'ingénierie de formation*? In: *Points Communs - Recherche en didactique des langues sur objectif(s) spécifique(s)*, N° 1 │ 12-2013 [Jean-Marc MANGIANTE et Jean-Jacques RICHER (coord.)], pp. 18-28

GIACOMINI Filho, Gino. *Marketing: conteúdo, didática e perspectivas*. In: (org.). TRIGO, L. G. G. *Turismo. Como aprender, como ensinar*. 2ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, v. 01, pp. 203-228

KEY, Yolibeth Machado. *Le français langue étrangère dans la formation linguistique des apprentis guides touristiques vénézuéliens : pistes pédagogiques à partir de l'analyse du discours*. Linguistique. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2012

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. *Economia do turismo*. [S.l: s.n.], 1996

LEHMANN, Denis. *Publics spécifiques et communication spécialisée*. Paris, 1990

LEHMANN, Denis. *Objectifs spécifiques en langue étrangère*. Paris: Hachette, 1993

FERRAZ, Joandre Antônio. *Fundamentos multidisciplinares do turismo: direito e legislação turística*. In: (org.). TRIGO, L. G. G. *Turismo. Como aprender, como ensinar*. 2ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, v. 01, p.123-135

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Técnica de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2009

LAYGUES, Arnaud; COLL, Andreu. *Le français en contexte – Tourisme*. Paris: Éditions Maison des Langues [EMDL]), 2013

LEHMANN, Denis. *Objectifs Spécifiques en langues étrangères*, Hachette, Paris, 1993.

LERAT, Pierre. *Les langues spécialisées.* Paris : Presses Universitaires de France, 1995.

LIMA-LOPES, Rodrigo Esteves; FISCHER, Cynthia Regina; GAZOTTI-VALLIM Maria Aparecida (Orgs.) *Perspectivas em Línguas para Fins Específicos.* Campinas: Pontes, 2015.

MANGIANTE, Jean-Marc. *Français de spécialité ou français sur objectif spécifique: deux démarches didactiques distinctes*, in: *Linguistique plurielle* [Congreso Internacional de Lingüística Francesa (25, 26 et 27 Octobre 2006, Valencia)], (coord.)

Julia Pinilla Martínez, María Elena Jiménez Domingo, Françoise Olmo Cazevieille, Gemma Peña Martínez, Mercedes López Santiago, Inmaculada Tamarit Vallés; Vol. 1, 2006, p.137-152. Disponível em:https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4030419
Acesso em 20 de abril de 2021

MANGIANTE, Jean-Marc; PARPETTE, Chantal. *Le français sur objectif spécifique: de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*. Paris: Hachette, 2004.

_____. *Le français sur objectif spécifique ou l'art de s'adapter*, in: CASTELLOTTI, V.; CHALABI, H. *Le français langue étrangère et seconde: des paysages didactiques en contexte*. Paris: L'Harmattan, (Coll. Espaces discursifs), 2006, p. 275-282.
ou
Disponível em:
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4325894/mod_resource/content/1/FOS_%20art_de..Chantal_Parpette_et_Jean_Marc_Mangiante.pdf
Acessado em 15 de abril de 2021

MANOSSO, Franciele C.; RUIZ, Thays C. Domareski; NAKATANI, Marcia S. Massukado. *A aplicação do Storytelling nas pesquisas em Turismo: Uma Revisão Bibliométrica*. In: *Revista de Turismo Contemporâneo*, Natal, v. 8, n. 2, p. 337-358, jul./dez. 2020
Disponível em: https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/16465
Acesso em: 19 de julho de 2021

MARTINS, H. L. S. *Metodologia qualitativa de pesquisa*. Educ. Pesqui., São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289-300, agosto 2004

MEDEIROS, Mônica Azevedo de. *Segmentação do Turismo e propostas de roteiros para o Município de Caicó-RN*. 2018. 56f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - *Departamento de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte*, Currais Novos, 2018.
Disponível em:
https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/7259/6/Segmenta%C3%A7%C3%A3o%20do%20turismo_2018_Monografia.pdf
Acesso em: 19 de janeiro de 2021

MOURLHON-DALLIES, F. *Penser le français langue professionnelle*, in : *Le français dans le monde,* n°346 de juillet. FIPF et CLE International, pp. 25-28, 2006.

MOURLHON-DALLIES, Florence. *Enseigner une langue à des fins professionnelles*. Paris: Didier, 2008

_____. *Français sur Objectif(s) spécifique(s) au Français Langue Professionnelle (FLP)*, in: *Le Français dans le monde* juillet 2006, Paris: CLE International et FIPF, 2006.

_____. *Apprentissage du français en contexte professionnel: état de la recherche*, in : *Apprendre le français dans un contexte professionnel* [Actes des rencontres de la Délégation Générale de la Langue Française (DGLF)], pp. 29-32, 2006.

_____. (dir.) Langue et travail, in : *Le français dans le monde, Recherches et applications n° 42.* Paris: CLE International, Juillet-2007.

OLIVEIRA, *Maria Marly de. Como fazer pesquisa qualitativa*. São Paulo: Vozes, 2007

OLIVEIRA, R. S. (2015). *Linha do tempo da didática das línguas estrangeiras no Brasil*. Non Plus, 4(7), 27-38. https://doi.org/10.11606/issn.2316-3976.v4i7p27-38

OREFICE, Adalton. *Francês para Relações Internacionais: investigando ações de ensino e de aprendizagem em uma formação de Francês para Objetivos Específicos*. 2019.

OTIENO, Gladys. *L'enseignement du français de l'hôtellerie et du tourisme dans les universités publiques kenyanes*. Linguistique. Université Sorbonne Paris Cité, 2015.

PÁDUA, Elisabete M. Marchesine de. *Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática*. São Paulo: Papirus, 2019

PARÍS, Félix Núñez. *Le français sur objectifs spécifiques ou français de spécilaité: l'enseignement du français du tourisme*. In Revista de lenguas para fines específicos 7/8 (2000-2001), Vol. 8 (2001), p. 241-258

PERCORARO, Vito. *L'enseignement du français sur objectifs spécifiques : le français du tourisme*. In Brigitte LÉPINETTE e Brisa GÓMEZ (a cura di), Linguistique plurielle Actas del 7° Congreso Internacional de Lingüistica francesa, p. (25-27), Valencia, octobre 2006

PIRES, Paulo dos S. *Interfaces ambientais do turismo*. In: (org.). TRIGO, L. G. G. *Turismo. Como aprender, como ensinar*. 2ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, v. 01, pp. 229-256

Rogers, Carl. *Freedom to Learn*. Columbus, OH: Charles E. Merrill Publishing Company, 1969

RODRIGUES, Adyr Balastreri. *Geografia do turismo: novos desafios*. In: (org.). TRIGO, L. G. G. *Turismo. Como aprender, como ensinar*. 2ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, v. 01, pp. 87-122

TRALDI, Fabiana, N. J. *O Programa PITES de duplo diploma da Faculdade de direito da Universidade de São Paulo: análise acadêmica e de competências linguísticas para a elaboração de um programa de ensino do francês jurídico em contexto universitário*. 2019.

II. FONTES DIGITAIS

Sites – Acesso em 11 de setembro de 2021

https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2021/03/brasil-registra-63-milhoes-de-estrangeiros-em-2019_180422.html

Brasil – Legislação e Documentos disponíveis

http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf Acesso em 19 de janeiro de 2021

http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/sistema_de_informacoes_turisticas_do_programa.pdf Acesso em 19 de janeiro de 2021

https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/copy_of_publicacoes/turismo-responsavel/manual-de-producao-associada-ao-turismo Acesso em 19 de janeiro de 2021

http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf Acesso em 19 de janeiro de 2021

https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Acervo/Estudo%20de%20Competitividade%20dos%2065%20Destinos.pdf Acesso em 19 de janeiro de 2021

Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993 Acesso em 19 de janeiro de 2021 [http://www.planalto.gov.br/ccivil 03/leis/l8623.htm]

Portaria nº 27 de 30 de janeiro de 2014 Acesso em 19 de janeiro de 2021

[http://antigo.turismo.gov.br/portaria-n-27-de-30-de-janeiro-de-2014]

APÊNDICE 1 – Questionário aplicado aos Guias de Turismo

1 - Qual o estado/cidade em que atua? *

Texto de resposta curta

2 - Qual (quais) a modalidade de turismo em que você atua: *

- [ ] Turismo cultural
- [ ] Ecoturismo
- [ ] Turismo histórico
- [ ] Turismo de aventura
- [ ] Turismo de sol e praia
- [ ] Turismo esportivo
- [ ] Turismo de negócios e eventos
- [ ] Turismo religioso
- [ ] Turismo gastronômico
- [ ] Teatro e espetáculos
- [ ] Outros...

Caso tenha marcado "outro" na questão anterior, especifique:

Texto de resposta longa

3 - Qual o mercado turístico em que você mais atua: *

- ○ Receptivo (turistas brasileiros)
- ○ Receptivo (turistas estrangeiros)
- ○ Emissivo nacional rodoviário
- ○ Emissivo nacional aéreo
- ○ Emissivo América do Sul
- ○ Emissivo internacional

4 - Como você recebe a sua demanda de trabalho? *

- ☐ Agências de turismo receptivo
- ☐ Agências de turismo emissivo
- ☐ Concierge ou recepcionista de hotel
- ☐ Plataformas digitais para guias (Airbnb, ifriend, Rentalocalfriend, etc.)
- ☐ Mídias sociais (Facebook, Instagram etc.)
- ☐ Site próprio
- ☐ Indicação
- ☐ Outros...

5 - Em que idiomas estrangeiros você se comunica? *

- [ ] Inglês
- [ ] Espanhol
- [ ] Francês
- [ ] Italiano
- [ ] Alemão
- [ ] Russo
- [ ] Chinês
- [ ] Japonês
- [ ] Coreano
- [ ] Outros...

6 - Como você se comunica com seus PAX antes do tour? *

- [ ] Faço contato inicial por telefone
- [ ] Faço contato inicial por WhatsApp
- [ ] Faço contato inicial por e-mail
- [ ] Faço contato inicial através de plataformas digitais para guias (airbnb, ifriend, etc.)
- [ ] Faço contato inicial através de mídias sociais (Facebook, Instagram, etc.)
- [ ] Outros...

7 - Caso tenha marcado "outro" na questão anterior, especifique:

Texto de resposta curta

8 - Em geral, quantos PAX participam dos tours que você costuma conduzir? *

- ◯ de 1 a 3
- ◯ de 4 a 6
- ◯ de 6 a 9
- ◯ de 9 a 18
- ◯ de 18 a 27
- ◯ mais de 27

9 - Quais são as temas de conversas entre você e seu (s) cliente(s) no primeiro contato presencial? *

- ☐ Apresentação
- ☐ Explicação do tour
- ☐ Combinar horários e pontos de encontro
- ☐ Dinâmica para quebrar o gelo
- ☐ Outros...

10 - Caso tenha marcado "outro" na questão anterior, especifique

Texto de resposta longa

11 - Quais são os temas de conversas entre você e seu(s) cliente(s) durante o tour? *

- ☐ Explicações e instruções sobre o tour
- ☐ Curiosidades sobre a localidade
- ☐ Outros...

- Caso tenha marcado "outro" na questão anterior, especifique:

Texto de resposta longa

12 - Você se comunica com seu(s) PAX usando alguma tecnologia ou plataforma digital? Se sim, assinale o que vc usa: *

- [ ] WhatsApp
- [ ] Site pessoal
- [ ] Plataforma para guias de turismo (airbnb, ifriend, etc.)
- [ ] FaceBook
- [ ] Instagram
- [ ] Blog
- [ ] Twitter
- [ ] Outros...

- Caso tenha marcado "outro" na questão anterior, especifique:

Texto de resposta longa

13 - Caso tenha assinalado alguma plataforma, como costuma ser essa comunicação? Quais assuntos são abordados?

Texto de resposta longa

14 - Caso você se comunique com seu(s) PAX usando alguma tecnologia ou plataforma digital, assinale o(s) idioma(s) (não todos que você domina, apenas os que usa nessas plataformas com seus PAX)

- [ ] Português
- [ ] Inglês
- [ ] Espanhol
- [ ] Francês
- [ ] Alemão
- [ ] Italiano
- [ ] Russo
- [ ] Japonês
- [ ] Chinês
- [ ] Coreano
- [ ] Outros...

15 - Você costuma se comunica em língua estrangeira com outros profissionais do trade turístico: *

- ◯ Sim
- ◯ Não

16 - Caso tenha respondido sim à questão anterior, descreva como ocorre a comunicação e cite os assuntos que costumam ser abordados:

Texto de resposta longa

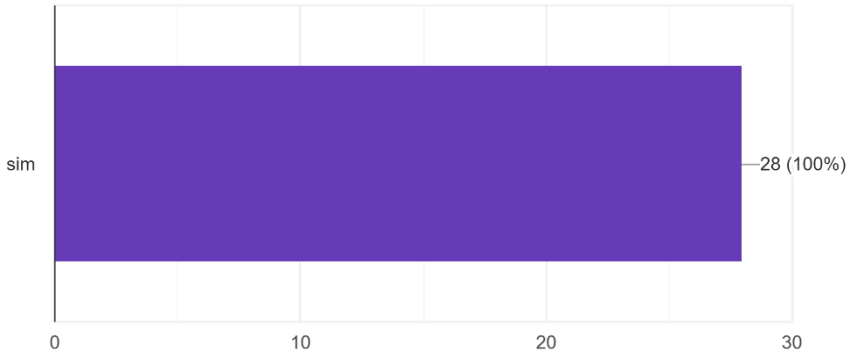
Autorizo o uso dos dados fornecidos para fins de pesquisa acadêmica *

- ☐ sim

APÊNDICE 2 – Resposta dos Guias de Turismo sobre a autorização de uso de dados

Autorizo o uso dos dados fornecidos para fins de pesquisa acadêmica

28 responses



Este dado foi obtido no próprio questionário.

ANEXOS

ANEXO 1 – Sumário (*Tableau des contenus*) do livro didático *Le Français en contexte* (Éditions Maison des Langues, 2013).

TABLEAU DES CONTENUS

MODULE	CONTEXTES	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	TYPOLOGIE TEXTUELLE
M1 Les métiers du tourisme	VOUS ÊTES MONSIEUR... ?	Donner des informations sur soi et présenter un professionnel du tourisme.	• Carton d'invitation • Badges • Présentations d'ateliers
	C'EST FAIT POUR MOI !	Parler de ses qualités et de ses goûts. Comprendre des informations.	• Test d'orientation professionnelle • Petites annonces
	UNE ENQUÊTE PRO	Découvrir les métiers du tourisme et établir un questionnaire.	• Plan de salon • Questionnaire
	EN RECHERCHE DE STAGE	Comprendre et rédiger un email de demande de stage.	• Email de demande de stage
M2 L'office de tourisme	BON SÉJOUR CHEZ NOUS !	Identifier des supports informatifs et répondre à des demandes de renseignements.	• Supports informatifs et promotionnels • Emails de demandes d'informations
	UNE VILLE DE LOISIRS	Comprendre un dépliant touristique. Proposer des activités personnalisées.	• Dépliant promotionnel • Programme d'activités
	VOUS N'ÊTES PAS LOIN...	Connaître la ville et orienter les touristes.	• Plan de ville
	SUIVEZ LE GUIDE	Comprendre des explications historiques et culturelles et préparer une visite guidée.	• Dépliant visite guidée
M3 L'agence de voyages	BIENVENUE À L'AGENCE !	Apprendre à connaître le monde et les métiers de l'agence de voyages.	• Micro-trottoir
	QUELLE EST VOTRE OFFRE ?	Identifier les détails d'une offre et les différents produits touristiques.	• Extraits de brochures
	VOUS AVEZ LE CHOIX !	Comparer des offres, argumenter et créer un produit touristique.	• Documents promotionnels
	TOUT EST RÉGLÉ	Récapituler et conclure une vente. Gérer l'après-vente et annuler un dossier.	• Dossier de réservation • Courriel de réclamation • Formulaire conditions d'annulation
M4 Les transports	UNE JOURNÉE À L'AÉROPORT...	Connaître l'aéroport et le personnel au sol. Effectuer un enregistrement.	• Plan d'un terminal
	EMBARQUEMENT IMMÉDIAT !	Procéder à l'embarquement et faire des annonces. Faire appliquer les consignes de sécurité à bord.	• Panneau d'affichage d'aéroport
	BONNE ROUTE !	Location et restitution d'un véhicule. Remplir la fiche d'état d'une voiture.	• Formulaire de location • Facture • Fiche d'état de la voiture
	J'AI RATÉ MA CORRESPONDANCE !	S'informer des perturbations et réagir de façon adaptée aux réclamations des passagers.	• Horaires de train • Info trafic
M5 L'hébergement	UN ACCUEIL TROIS ÉTOILES	Identifier les fonctions du réceptionniste et renseigner un client sur les caractéristiques de l'hôtel.	• Descriptif d'hôtel
	TOUT S'EST BIEN PASSÉ ?	Accueillir le client, répondre à des réclamations et facturer un séjour.	• Fiche d'enregistrement • Extraits d'avis de clients sur Internet • Facture
	L'HÔTELLERIE DE PLEIN-AIR	Décrire le camping et ses équipements, conseiller le client au téléphone et faire l'état des lieux de sortie d'un mobil-home.	• Plan de camping • Fiche d'état des lieux
	UN VÉRITABLE HÔTEL FLOTTANT	Orienter le croisiériste sur le bateau et lui proposer des animations et des divertissements.	• FAQ croisière • Plan du bateau
M6 L'évènementiel	AU CŒUR DE L'ÉVÈNEMENT	Découvrir l'organisation d'un événement, ses prestataires et ses professionnels.	• Échanges SMS avec des prestataires
	LA BELGIQUE : PAYS INVITÉ	Superviser le déroulement d'un salon et accueillir un pays francophone.	• Email de l'organisation • Fiche concours et de préparation d'un salon
	UN COUP DE PUB POUR LE SALON	Faire la promotion d'un salon dans un dossier de presse et sur les réseaux sociaux.	• Élément de dossier de presse • Extrait compte Twitter
	DÉJÀ PRO !	Rédiger un CV et une lettre de motivation. Postuler à une offre d'emploi.	• CV • Lettre de motivation • Petite annonce

TABLEAU DES CONTENUS

	COMPÉTENCES LANGAGIÈRES		COMPÉTENCES CULTURELLES	VIDÉO	ACTION
	LEXIQUE	GRAMMAIRE			
	• Les nationalités • Les secteurs du tourisme	Le présent de l'indicatif (1)	**LE SAVIEZ- VOUS ?** Le secteur touristique en France **POINT HISTOIRE :** Le tourisme en France en 8 dates	**QU'EST CE QU'UN BON MÉTIER ?**	**Aller à la rencontre des professionnels du secteur**
	• Les qualités professionnelles	Les adjectifs qualificatifs			
	• Les métiers du tourisme	Le présent de l'indicatif (2)			
	• La communication professionnelle à l'écrit (1)	Les verbes modaux			
	• La documentation touristique • Les questions fréquentes	Les adjectifs démonstratifs et possessifs	**LE SAVIEZ- VOUS ?** Les guides touristiques **POINT HISTOIRE :** La Rochelle, 10 siècles d'histoire	**UNE VISITE DE LA ROCHELLE EN VÉLO**	**Accueillir et renseigner les visiteurs**
	• Les activités touristiques	Les articles contractés et partitifs			
	• La ville (1) • Situer dans l'espace	L'impératif			
	• La ville (2) • Situer dans le temps	Le passé composé			
	• Les tâches en agence • Les types d'agence	Les pronoms démonstratifs	**LE SAVIEZ- VOUS ?** Les types d'agence de voyages **POINT HISTOIRE :** L'invention du voyage organisé	**LES VOYAGES À DIMENSION HUMAINE**	**Mener un entretien de vente d'un produit touristique**
	• Les produits touristiques	Les pronoms relatifs QUI et QUE/QU'			
	• Les caractéristiques d'une offre	Les comparatifs			
	• La vente et l'après-vente	Le futur			
	• Les tâches de l'agent d'escale • Les espaces et les services à l'aéroport • L'enregistrement	Les pronoms compléments directs (COD) et indirects (COI)	**LE SAVIEZ- VOUS ?** Les aéroports en France **POINT HISTOIRE :** Les réseaux de transports terrestres et fluviaux en France	**LE PERSONNEL NAVIGANT COMMERCIAL / HÔTESSE DE L'AIR ET STEWARD**	**Préparer un devis adapté aux exigences du client**
	• Les annonces • La sécurité • Les interdictions	La négation de l'impératif et de l'infinitif.			
	• La location • La voiture	L'interrogation familière, standard et soutenue			
	• Le transport ferroviaire • Les incidents • Les plaintes	Les connecteurs de cause et de conséquence			
	• Les tâches en réception • Les prestations et équipements hôteliers	Les pronoms relatifs OÙ et DONT	**LE SAVIEZ- VOUS ?** La classification des hôtels **POINT HISTOIRE :** L'hôtel du Palais à Biarritz	**ZOOM SUR LE MÉTIER DE DIRECTEUR D'HÔTEL**	**Promouvoir votre établissement**
	• La chambre • Les réclamations	L'imparfait			
	• Les prestations et équipements du camping • Le mobil-home	Les pronoms en/y			
	• Le bateau • Les prestations à bord	L'alternance passé composé et imparfait			
	• Les différents types d'évènements • Les prestataires de service	Le conditionnel présent	**LE SAVIEZ- VOUS ?** Le tourisme d'affaires **POINT HISTOIRE :** Des premières confréries aux salons actuels	**LE SALON DE L'ÉVÉNE-MENTIEL**	**Participer à la création d'un évènement**
	• Les données d'un pays • Quelques mots de Belgique	Les adjectifs indéfinis			
	• Les stratégies de promotion • Les adjectifs valorisants	Les hypothèses			
	• La communication professionnelle à l'écrit (2)	Les connecteurs d'opposition et de concession			

ANEXO F – Sumário do livro didático *Tourisme.com* (CLE International, 2013).

Tableau des contenus

Unité	Leçon	Page	Savoir-faire	Grammaire
	Testez-vous	6		
1 Premiers contacts	1. Se présenter et parler de son métier	10	Se présenter, présenter son métier	*C'est/Il est*, indicatif présent de *être* et *avoir* ; verbes en *-er*, forme négative
	2. Présenter son entreprise	13	Présenter une entreprise touristique	Articles définis, articles indéfinis
	3. Engager une conversation téléphonique	16	Savoir répondre au téléphone et prendre un message	Indicatif présent verbes irréguliers, nombres cardinaux
	4. Prendre contact par écrit	19	Comprendre et rédiger un CV	Adjectifs qualificatifs : genre et nombre
	Faites le point grammatical	22	Révisions de l'unité 1.	
	Faites le point professionnel	23		
	Pour aller plus loin	24	Le qui fait quoi dans le tourisme en France.	
2 Accueil	1. Renseigner à l'aéroport	26	Lire un plan, indiquer la direction	*Il faut*, impératif présent, nombres ordinaux
	2. Accueillir les passagers	29	Accueillir et servir les passagers à bord d'un avion	Adjectifs possessifs, articles partitifs
	3. Informer les voyageurs	32	Lire un indicateur horaire et informer sur les horaires	Expression du temps : heures et dates
	4. Vendre un billet de train	35	Expliquer un billet de train, prendre une réservation	L'interrogation
	Faites le point grammatical	38	Révisions de l'unité 2.	
	Faites le point professionnel	39		
	Pour aller plus loin	40	Un bon comportement pour un bon accueil.	
3 Animation	1. Établir un programme d'animation	42	Concevoir, rédiger et présenter un programme	Futur proche, indicatif futur simple
	2. Animer un village de vacances	45	Concevoir et proposer des animations	Adjectifs démonstratifs, articles contractés
	3. Renseigner sur les manifestations	48	Connaître le calendrier des jours fériés, renseigner sur le programme des manifestations	Pronoms relatifs : *qui* et *que*
	4. Évaluer une animation	51	Évaluer une prestation touristique	Indicatif passé composé, passé récent
	Faites le point grammatical	54	Révisions de l'unité 3.	
	Faites le point professionnel	55		
	Pour aller plus loin	56	Les différentes formes de tourisme.	
4 Promotion d'une destination	1. Informer à l'office de tourisme	58	Renseigner sur les activités proposées par une ville	Prépositions de lieu
	2. Traiter des demandes écrites	61	Rédiger une lettre commerciale : mise en forme et formules	Formes linguistiques de la lettre commerciale
	3. Promouvoir un site touristique	64	Rédiger une lettre de vente	Place des adjectifs qualificatifs
	4. Des outils pour informer	67	Comprendre la demande d'un visiteur et proposer la bonne documentation	Expression de la comparaison : comparatif et superlatif
	Faites le point grammatical	70	Révisions de l'unité 4.	
	Faites le point professionnel	71		
	Pour aller plus loin	72	L'organisation de la promotion touristique en France.	

Unité	Leçon	Page	Savoir-faire	Grammaire
5 Vente d'un produit touristique	1. Identifier les produits touristiques	74	Connaître les caractéristiques techniques des produits touristiques	Adjectifs indéfinis
	2. Rédiger un circuit	77	Se familiariser avec la mise en forme, le style des brochures des voyagistes	Nominalisations
	3. Mener un entretien de vente	80	Connaître les différentes étapes d'un entretien de vente	Pronoms personnels indirects
	4. Annuler une réservation	83	Annuler une réservation et proposer des solutions de remplacement	Pronoms personnels directs, doubles pronoms personnels compléments
	Faites le point grammatical	86	Révisions de l'unité 5.	
	Faites le point professionnel	87		
	Pour aller plus loin	88	Les produits touristiques de demain.	
6 Guide	1. S'informer pour bien guider	90	Utiliser des outils documentaires : guides et cartographie	Imparfait et passé composé
	2. Visiter la ville	93	Préparer une visite guidée	Expression du temps Actif et passif
	3. Présenter un monument	96	Décrire un monument : son histoire, son architecture et les anecdotes qui lui sont liées	Pronoms relatifs : *dont, où*
	4. Gérer un groupe	99	Adapter commentaires et attitudes au groupe	Pronoms personnels : *en* et *y* ; négation *ne plus, ne rien, ne personne, ne jamais*
	Faites le point grammatical	102	Révisions de l'unité 6.	
	Faites le point professionnel	103		
	Pour aller plus loin	104	Les guides touristiques en ligne.	
Précis grammatical	1. Le nom	105		
	2. Les déterminants	106		
	3. L'expression de la quantité	107		
	4. L'adjectif qualificatif	108		
	5. Le verbe : modes et temps	109		
	6. L'interrogation	110		
	7. La négation	111		
	8. L'expression de la comparaison	112		
	9. L'expression du lieu	113		
	10. L'expression du temps	114		
	11. Les pronoms personnels	115		
	12. Les pronoms relatifs	116		
Conjugaison	Tableaux des conjugaisons	117		
Lexique	L'essentiel du vocabulaire des professionnels du tourisme	120		
Entraînement	Entraînement aux épreuves du DFP tourisme et hôtellerie B1	123		
Transcription	Transcription des enregistrements	137		

ANEXO M – Sumário do livro didático *Bon voyage!* (CLE International, 2017).

TABLEAU DES CONTENUS

	Objectifs professionnels	Actes langagiers	Outils lexicaux	Outils grammaticaux	Parlons culture
Unité 0 **CONTACT** 	▸ **Répondre à une demande de rendez-vous** ▸ **Rédiger un courriel de confirmation** ▸ **Se présenter profession-nellement** ▸ **Parler des métiers du tourisme**	▪ Comprendre une date, un horaire ▪ Écrire un courriel simple ▪ Parler d'un parcours de formation ▪ Mieux connaître les métiers du tourisme ▪ Présenter simplement une entreprise	▪ Les salutations ▪ L'alphabet ▪ Les nombres ▪ L'identité ▪ Le temps ▪ La formation ▪ Les fonctions	▪ Les verbes *être, avoir* et *pouvoir* ▪ Les adjectifs possessifs et qualificatifs ▪ Le conditionnel de politesse ▪ Les articles définis et indéfinis ▪ Le présent des verbes en *-er* et en *-ir* ▪ *C'est* + nom / adjectif	▪ La relation client
	Tâche finale : Prendre rendez-vous, présenter ses fonctions et son entreprise.				
Unité 1 **VISITE GUIDÉE** 	▸ **Demander des précisions sur des prestations touristiques** ▸ **Demander des tarifs dans un courriel** ▸ **Réaliser un dépliant touristique** ▸ **Parler d'un circuit touristique et de son itinéraire**	▪ Trouver des informations sur internet et auprès d'institutions touristiques ▪ Se renseigner sur des prix ▪ Rédiger la présentation d'un circuit touristique ▪ Décrire un circuit touristique	▪ Les brochures touristiques ▪ La tarification ▪ Les formules de politesse dans un courriel	▪ La phrase interrogative ▪ Les prépositions de lieu ▪ Le futur proche ▪ Le conditionnel de politesse *(2)*	▪ Les patrimoines culturels
	Tâche finale : Concevoir un circuit touristique.				
Unité 2 **FORFAIT PREMIUM** 	▸ **Interroger sur les goûts** ▸ **Proposer une prestation** ▸ **Conclure une vente de prestations** ▸ **S'excuser pour l'annulation d'une prestation**	▪ Questionner sur des goûts et des préférences ▪ Proposer des activités sportives ▪ Conclure une vente de prestations ▪ Expliquer les raisons d'une annulation et s'en excuser	▪ L'expression des goûts ▪ Les activités sportives ▪ L'énumération et la conclusion ▪ La météo ▪ Les formules du regret et des excuses dans un courriel	▪ L'indicatif présent ▪ L'interrogation inversée ▪ L'hypothèse ▪ Le comparatif ▪ Le passé composé	▪ L'écotourisme en Équateur
	Tâche finale : Vendre des prestations.				

	Objectifs professionnels	Actes langagiers	Outils lexicaux	Outils grammaticaux	Parlons culture
Unité 3 **ARRIVÉES DÉPARTS** 	▸ **Accueillir et orienter les voyageurs à l'aéroport et à la gare** ▸ **Informer les voyageurs des formalités et des règles de sécurité** ▸ **Vendre un billet** ▸ **Louer une voiture**	▪ Accueillir et orienter des voyageurs ▪ Remplir une fiche de réservation ▪ Expliquer des formalités, informer d'un retard ▪ Louer une voiture pour un voyageur	▪ La localisation ▪ La gare ▪ L'aéroport ▪ Les formalités ▪ La location de voiture	▪ L'obligation avec *il faut* et l'impératif ▪ L'interrogation avec *quel* ▪ La forme négative	▪ Des promenades originales
	Tâche finale : Assurer une location de voiture.				
Unité 4 **VAUT LE VOYAGE !** 	▸ **Recommander un site, une particularité régionale** ▸ **Conseiller sur des visites gastronomiques locales** ▸ **Proposer une offre promotionnelle** ▸ **Proposer une manifestation culturelle**	▪ Parler d'une activité touristique locale ▪ Parler d'une spécialité régionale ▪ Décrire une offre promotionnelle ▪ Décrire une manifestation culturelle	▪ Les activités culturelles ▪ Les spécialités gastronomiques régionales ▪ Les offres promotionnelles	▪ Le superlatif ▪ Le comparatif irrégulier ▪ Le futur simple	▪ Le tourisme d'aventure
	Tâche finale : Proposer un produit touristique en promotion.				
Unité 5 **CULTURE DE L'ÉVÈNEMENT** 	▸ **Expliquer une commande** ▸ **Demander des devis** ▸ **Présenter un projet évènementiel** ▸ **Commenter un questionnaire de satisfaction clientèle**	▪ Rapporter des questions et des conditions ▪ Demander des devis et négocier des tarifs ▪ Rendre compte d'une organisation ▪ Commenter un questionnaire de satisfaction	▪ L'évènementiel ▪ La satisfaction clientèle	▪ Le discours rapporté ▪ La forme passive ▪ Les pronoms directs, indirects et compléments de lieu ▪ Les pronoms relatifs	▪ Un évènement insolite
	Tâche finale : Organiser un évènement.				

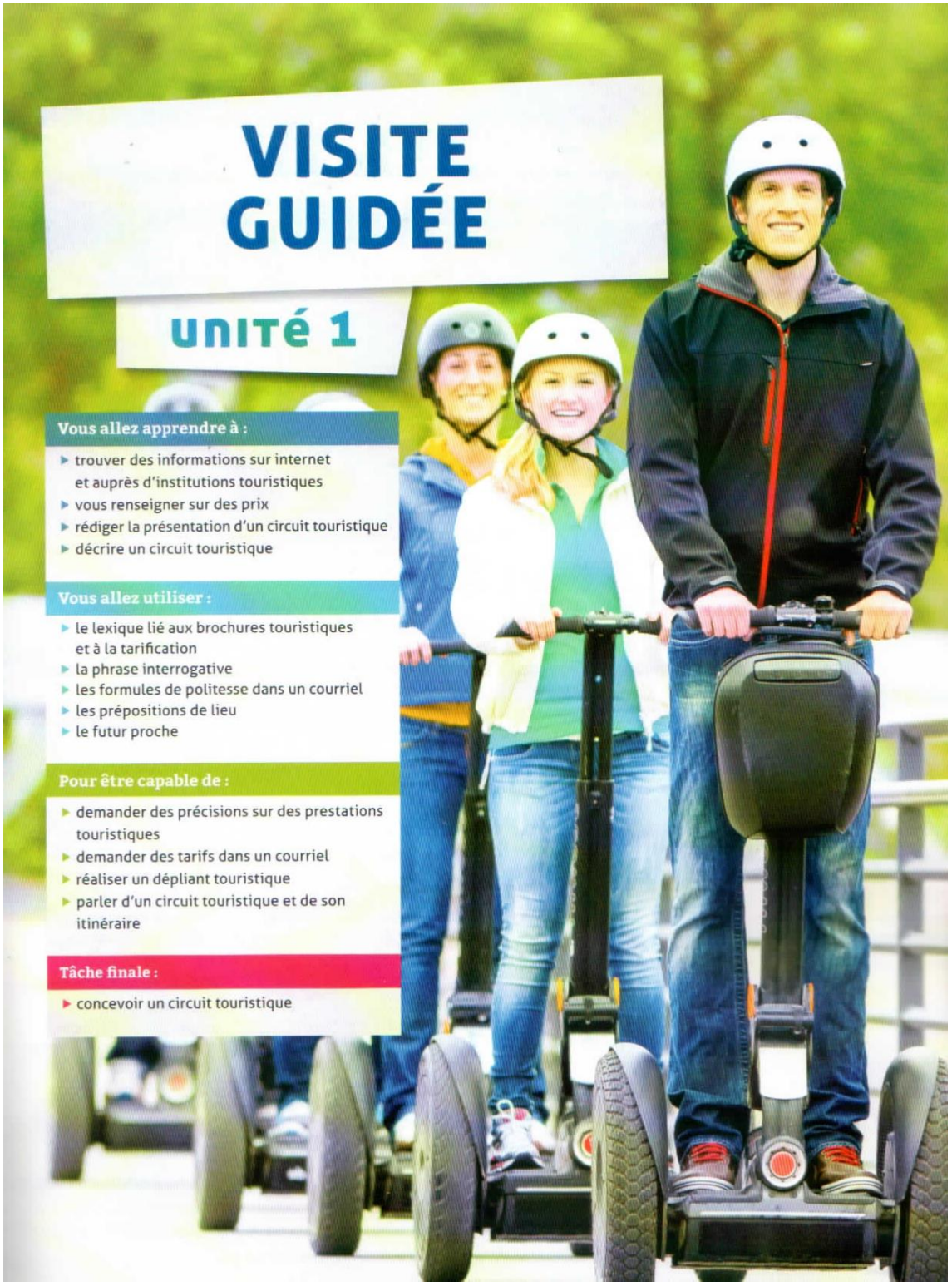
TABLEAU DES CONTENUS

	Objectifs professionnels	Actes langagiers	Outils lexicaux	Outils grammaticaux	Parlons culture
Unité 6 **AMBIANCE !** 	▸ **Réaliser un programme d'animations** ▸ **Animer une soirée à thème** ▸ **Informer sur les règles de sécurité d'un parc touristique** ▸ **Gérer une boutique de souvenirs**	▪ Rédiger un programme d'animations ▪ Présenter des animations ▪ Donner des consignes de sécurité ▪ Donner des instructions	▪ L'animation ▪ Les jeux et récompenses ▪ La sécurité ▪ Les parcs à thèmes	▪ Les adjectifs indéfinis ▪ L'expression de l'obligation et de l'interdiction ▪ La négation *ne … plus* ▪ Le pronom *en* ▪ L'expression du temps futur et de la durée	▪ Les casinos dans le monde
	Tâche finale : Organiser et animer des activités.				
Unité 7 **HÔTEL 4 ÉTOILES** 	▸ **Présenter les services d'un hôtel-restaurant** ▸ **Répondre aux demandes des clients** ▸ **Prendre une commande** ▸ **Proposer une solution à un problème**	▪ Présenter des services à la réception d'un hôtel ▪ Offrir un service sur-mesure ▪ Prendre une commande de petit-déjeuner à l'étage ▪ Traiter le problème d'un client	▪ L'hôtel ▪ Les aliments	▪ Le pronom *en (2)* ▪ Le discours rapporté *(2)* ▪ Les articles partitifs ▪ Le présent de *prendre* ▪ Les pronoms indirects *(2)* ▪ L'expression de la quantité	▪ Les hôtels insolites dans le monde
	Tâche finale : Accueillir et traiter les demandes des clients d'un hôtel d'exception.				

▸ **Vidéos Michelin Voyage disponibles sur le DVD multimédia :**
– Au cœur de la Polynésie française ;
– Paris au fil de l'eau ;
– Riquewihr, sur la route des vins d'Alsace ;
– La cité médiévale de Carcassonne ;
– Le ZooParc de Beauval.

9 Piste audio disponible sur le DVD
Activité d'expression orale
Activité préparant au Diplôme de français professionnel Tourisme Hôtellerie Restauration A2

ANEXO N – Unidade 1 do livro didático *Bon voyage!* (CLE International, 2017).



VISITE GUIDÉE

UNITÉ 1

Vous allez apprendre à :

- trouver des informations sur internet et auprès d'institutions touristiques
- vous renseigner sur des prix
- rédiger la présentation d'un circuit touristique
- décrire un circuit touristique

Vous allez utiliser :

- le lexique lié aux brochures touristiques et à la tarification
- la phrase interrogative
- les formules de politesse dans un courriel
- les prépositions de lieu
- le futur proche

Pour être capable de :

- demander des précisions sur des prestations touristiques
- demander des tarifs dans un courriel
- réaliser un dépliant touristique
- parler d'un circuit touristique et de son itinéraire

Tâche finale :

- concevoir un circuit touristique