

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

INSTITUTO DE LETRAS

MESTRADO EM LETRAS



**ESPAÑHOL PARA O TURISMO:  
O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS**

Luciana Maria Almeida de Freitas

RIO DE JANEIRO

2004

Luciana Maria Almeida de Freitas

**ESPAÑHOL PARA O TURISMO:  
O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras – Área de concentração em Lingüística, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de mestre.

Linha de pesquisa: Práticas de linguagem e discursividade

Orientadora: Profa. Dra. Del Carmen Daher

Co-orientadora: Profa. Dra. Maristela B. França

RIO DE JANEIRO

2004

## CATALOGAÇÃO NA FONTE

FREITAS, Luciana Maria Almeida.

Espanhol para o Turismo: o trabalho dos agentes de viagens /  
Luciana Maria Almeida de Freitas – 2004.  
202 f.

Orientadora: Maria del Carmen Fátima González Daher. Co-  
orientadora: Maristela Botelho França.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de  
Janeiro, Instituto de Letras.

Bibliografia: f. 166-175

1. Espanhol para o Turismo - Dissertações. 2. Lingüística  
Aplicada. 3. Abordagem ergológica. 4. Concepção dialógica da  
linguagem. I. Freitas, Luciana Maria Almeida de. II. Universidade  
do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

Luciana Maria Almeida de Freitas

**ESPAÑHOL PARA O TURISMO:  
O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Letras – Área de concentração em Lingüística, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de mestre.

Aprovada em: \_\_\_\_\_

Banca examinadora:

---

**Profa. Dra. Del Carmen Daher** – Orientadora  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

---

**Profa. Dra. Maristela Botelho França** – Co-orientadora  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

---

**Prof. Dr. Décio Rocha**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Suplentes:

---

**Profa. Dra. Vera Sant'Anna**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

---

**Profa. Dra. Maria Aurora Consuelo Alfaro Lagorio**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

**A minha mãe e irmãs, pilares da minha vida  
e companheiras de todas as viagens.**

**A Clara, Guilherme e Adriano, pelas alegrias  
presentes e futuras.**

## **AGRADECIMENTOS**

Esta dissertação é fruto de diversos encontros intelectuais e pessoais. Agradeço sinceramente a todos aqueles que colaboraram na sua concretização.

Àqueles que, com sua experiência, competência, respeito ao ser humano, apoio e amizade possibilitaram uma jornada tranqüila e segura: Del e Maristela, orientadoras de valor inestimável, sem as quais não teria alcançado o meu destino; Vera e Décio, co-orientadores informais, sempre presentes e dispostos a ajudar.

Às profissionais que formaram o coletivo da pesquisa, cujos saberes e disponibilidade foram imprescindíveis para a realização deste trabalho.

Aos responsáveis pelas empresas de turismo que generosamente abriram suas portas e permitiram meu acesso às situações de trabalho estudadas.

Aos colegas do Seminário Temático, pelas sugestões, comentários e dúvidas, especialmente a Talita, pela amizade.

Aos meus alunos e alunas, pela paciência e compreensão.

A toda minha família, pelo apoio incondicional.

## RESUMO

FREITAS, Luciana Maria Almeida. **Espanhol para o Turismo: o trabalho dos agentes de viagens**. 2004. 202 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

Esta dissertação, a partir de uma concepção dialógica de linguagem (BAKHTIN, 2003), analisa o trabalho dos profissionais de turismo de forma a antecipar o que se pode ensinar em Língua Espanhola a trabalhadores da área. Como a carreira de turismo engloba um grande leque de especialidades, esta pesquisa se centra numa delas, as agências de turismo e, mais especificamente, uma agência de viagens e uma operadora de turismo, ambas generalistas e emissivas. A motivação para a sua realização se deve ao fato de o professor de Espanhol para o turismo ter uma série de problemas na sua atividade docente, principalmente ao planejar o seu curso, pois desconhece o trabalho desses profissionais. Como marco teórico e metodológico, propõe-se, em lugar do procedimento de análise de necessidades tradicionalmente sugerido pela bibliografia sobre o ensino de línguas para fins específicos (DUDLEY-EVANS; ST. JOHN, 1998; HUTCHINSON; WATERS, 1987; ROBINSON, 1980; 1991), a utilização de uma abordagem ergológica (SCHWARTZ, 1997), que pressupõe conceitos e métodos de origem pluridisciplinar e tem por base uma preocupação ética e epistemológica que coloca os trabalhadores no centro da produção de conhecimento sobre o trabalho. A análise das situações de trabalho teve por base alguns procedimentos advindos da Análise Ergonômica do Trabalho. As entrevistas realizadas foram concebidas como um dispositivo intermediário aos objetivos da pesquisa e os materiais de linguagem foram abordados a partir da noção bakhtiniana de gênero do discurso (BAKHTIN, 2003). Os resultados indicam a pertinência de um programa de ensino de Espanhol para agentes de turismo que desenvolva prioritariamente as competências escritas e leitoras.

Palavras-chave: Linguagem. Trabalho. Ensino de Espanhol. Turismo.

## RESUMEN

FREITAS, Luciana Maria Almeida. **Espanhol para o Turismo: o trabalho dos agentes de viagens**. 2004. 202 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

Este estudio, a partir de una concepción dialógica del lenguaje (BAKHTIN, 2003), analiza el trabajo de los profesionales de turismo de modo que se anticipe lo que se puede enseñar en lengua española a los futuros trabajadores del área. Puesto que el sector del turismo engloba un gran abanico de especialidades, esta investigación se atañe a una de ellas, las agencias de viajes, más específicamente, una agencia minorista y un touroperador, ambas generalistas y emisoras a la vez. La motivación para su realización se debe a los diversos problemas que tiene el profesor de español del turismo en su actividad docente, en especial al programar su curso, ya que desconoce el trabajo de los profesionales en cuestión. Como marco teórico y metodológico se propone, en lugar del procedimiento de análisis de necesidades tradicionalmente sugerido por la bibliografía sobre la enseñanza de lenguas para fines específicos (DUDLEY-EVANS; ST.JOHN, 1998; HUTCHINSON; WATERS, 1987; ROBINSON, 1980; 1991), la utilización de un abordaje ergológico (SCHWARTZ, 1997), que implica conceptos y métodos de origen pluridisciplinar y está basado en una preocupación ética y epistemológica que sitúa a los trabajadores en el centro de la producción de conocimientos sobre el trabajo. El análisis de las situaciones de trabajo se ha fundamentado en algunos procedimientos originarios del Análisis Ergonómico del Trabajo. Las entrevistas realizadas han sido concebidas como un paso previo de la investigación; los materiales lingüísticos, por su parte, han sido abordados a partir de la noción bajtiniana de género del discurso (BAKHTIN, 2003). Los resultados indican la propiedad de un programa de enseñanza de español para agentes de turismo que desarrolle prioritariamente las competencias escritas y lectoras.

Palabras-clave: Lenguaje. Trabajo. Enseñanza de español. Turismo.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura 1</b> – O trabalho segundo Schwartz.....   | 31  |
| <b>Figura 2</b> – Cadeia de distribuição do turismo.....                                     | 47  |
| <b>Tabela 1</b> – Agências de turismo cadastradas na Embratur.....                           | 49  |
| <b>Tabela 2</b> – Ocupação dos profissionais nas agências de turismo.....                    | 53  |
| <b>Tabela 3</b> – Oferta de Inglês e Espanhol por número de semestres.....                   | 63  |
| <b>Tabela 4</b> – Nomenclatura das disciplinas de línguas estrangeiras.....                  | 64  |
| <b>Figura 3</b> – Operações principais efetuadas pelas agências de viagens.....              | 96  |
| <b>Quadro 1</b> – Os escritos na agência de viagens estudada.....                            | 120 |
| <b>Quadro 2</b> – Os escritos na operadora de turismo estudada.....                          | 124 |
| <b>Tabela 5</b> – Assuntos dos correios eletrônicos enviados pela operadora de turismo.....  | 146 |
| <b>Tabela 6</b> – Assuntos dos correios eletrônicos recebidos pela operadora de turismo..... | 147 |

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>10</b> |
| <br>   |           |
| <b>PARTE 1 - FUNDAMENTOS TEÓRICOS DO ENSINO DE LÍNGUAS PARA<br/>FORMAÇÃO PROFISSIONAL.....</b> | <b>14</b> |
| <br>   |           |
| <b>1 O ENSINO DE LÍNGUAS PARA FINS ESPECÍFICOS.....</b>  | <b>15</b> |
| 1.1 Conceituação e características.....  | 17        |
| 1.2 Análise de necessidades.....   | 21        |
| <br>   |           |
| <b>2 AS CIÊNCIAS DO TRABALHO.....</b>  | <b>27</b> |
| 2.1 A Ergonomia situada.....   | 28        |
| 2.2 A Ergologia.....   | 30        |
| 2.3 Linguagem e trabalho.....  | 33        |
| <br>   |           |
| <b>3 A CONCEPÇÃO DIALÓGICA DA LINGUAGEM.....</b>   | <b>36</b> |
| 3.1 O enunciado concreto.....  | 37        |
| 3.2 O dialogismo.....  | 38        |
| 3.3 Os gêneros do discurso.....  | 39        |
| 3.4 Dialogismo como fundamento para a análise do trabalho.....                                 | 41        |
| <br>   |           |
| <b>PARTE 2 - O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS.....</b>  | <b>43</b> |
| <br>   |           |
| <b>1 O TURISMO.....</b>  | <b>44</b> |
| 1.1 Os serviços turísticos.....  | 46        |
| 1.2 As agências de turismo.....  | 47        |
| 1.3 Classificações das agências de turismo.....  | 49        |
| 1.4 Os profissionais do turismo no Brasil atual.....   | 51        |
| 1.5 A formação dos profissionais do turismo.....   | 54        |
| <br>   |           |
| <b>2 O ENSINO DE LÍNGUA ESPANHOLA PARA O TURISMO NO BRASIL.....</b>                            | <b>58</b> |
| 2.1 O ensino de Língua Espanhola no Brasil: aspectos conjunturais.....                         | 58        |
| 2.2 O ensino de Língua Espanhola para o Turismo.....   | 61        |
| <br>   |           |
| <b>3 A TRAJETÓRIAS DAS ESCOLHAS: ENTRE O DESEJADO E O POSSÍVEL.....</b>                        | <b>65</b> |
| 3.1 A escolha da situação: uma trajetória de percalços.....                                    | 65        |
| 3.2 A escolha dos procedimentos.....   | 71        |
| 3.2.1 A entrevista.....  | 72        |
| 3.2.1 O trabalho de campo.....   | 78        |

|  |     |
|--|-----|
| 4 AS EMPRESAS E O COLETIVO DA PESQUISA.....                                    | 82  |
| 4.1 As empresas.....   | 83  |
| 4.1.1 A agência de viagens.....  | 83  |
| 4.1.2 A operadora de turismo.....  | 84  |
| 4.2 O coletivo da pesquisa.....  | 84  |
| 4.2.1 As trabalhadoras da agência de viagens.....                              | 84  |
| 4.2.2 As trabalhadoras da operadora de turismo.....                            | 85  |
| 4.3 O perfil do coletivo da pesquisa e as hipóteses da entrevista.....         | 86  |
| 4.4 As participantes no contexto dos trabalhadores de turismo no Brasil.....   | 90  |
| 5 O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS.....                                       | 92  |
| 5.1 As prescrições e o trabalho dos agentes de viagens.....                    | 92  |
| 5.2 Os fluxos de operação e venda de um pacote turístico.....                  | 97  |
| 5.2.1 A operação de um pacote turístico.....                                   | 98  |
| 5.2.2 A venda de um pacote turístico pela agência de viagens.....              | 100 |
| 5.2.3 A venda de um pacote turístico pela operadora de turismo.....            | 103 |
| 5.3 Algumas características do trabalho nas agências de turismo.....           | 106 |
| 5.3.1 A intensidade.....   | 106 |
| 5.3.2 A intermediação.....   | 107 |
| 5.3.3 A gestão da espera.....  | 109 |
| 5.3.4 Vender o que não se conhece.....   | 110 |
| 6 A LÍNGUA ESPANHOLA NO TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGEM: OS<br>ESCRITOS.....    | 112 |
| 6.1 A fala sobre o trabalho: a entrevista.....                                 | 112 |
| 6.2 Predomínio do escrito em espanhol: a pesquisa de campo.....                | 118 |
| 6.2.1 A agência de viagens.....  | 118 |
| 6.2.2 A operadora de turismo.....  | 122 |
| 7 OS GÊNEROS DOS ESCRITOS EM LÍNGUA ESPANHOLA.....                             | 127 |
| 7.1 Folheteria promocional.....  | 128 |
| 7.2 Correios eletrônicos promocionais.....                                     | 137 |
| 7.3 Correios eletrônicos trocados entre fornecedores e operadoras.....         | 145 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS: O ESPANHOL PARA O TURISMO.....                           | 161 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....  | 166 |
| ANEXOS.....  | 176 |
| ANEXO A – CURSOS UNIVERSITÁRIOS DE TURISMO NO ESTADO DO RIO<br>DE JANEIRO..... | 177 |
| ANEXO B – GRADE CURRICULAR DE UM CURSO DE TURISMO.....                         | 179 |
| ANEXO C – LISTA DE TAREFAS.....  | 181 |
| ANEXO D – FOTOGRAFIAS DA AGÊNCIA DE VIAGENS.....                               | 185 |
| ANEXO E – REGRAS DE TRANSCRIÇÃO.....   | 188 |
| ANEXO F – PROGRAMAS TURÍSTICOS.....  | 190 |
| ANEXO G – LEGISLAÇÃO SOBRE AS AGÊNCIAS DE TURISMO.....                         | 192 |
| ANEXO H – VOUCHER.....   | 201 |

## INTRODUÇÃO

No final de 1999, depois de três anos atuando como professora de Língua Espanhola, fui surpreendida com um convite para lecionar num curso superior de Turismo e Hotelaria. Até então, não possuía nenhuma experiência em cursos com fins específicos. Na verdade, nunca tivera nenhum contato com esse tipo de ensino, nem mesmo como aluna.

Tratava-se de um Curso Seqüencial Superior de Formação Específica em Turismo e Hotelaria e aquele seria o seu primeiro semestre letivo. Eu era a única professora de Espanhol, a responsável por desenvolver o programa da disciplina e escolher ou preparar o material didático. Havia uma ementa, elaborada pela coordenadora da faculdade, que era turismóloga, não professora de Língua Espanhola.

Deparei-me, então, como uma grande interrogação: o que devo ensinar? Como desconhecia totalmente o trabalho dos profissionais de turismo e hotelaria e sabia que em sala-de-aula teria estudantes que também não conheciam suas futuras necessidades em língua espanhola, encontrava-me numa situação bastante difícil.

Consultei diversos documentos que costumam fundamentar a atividade docente de professores de línguas, como o *Plan Curricular* do Instituto Cervantes (1994), os *Parâmetros Curriculares Nacionais* (BRASIL, 1998) e os documentos desenvolvidos pelo Conselho da Europa sobre o ensino de línguas modernas. Procurei os livros didáticos de Espanhol para Turismo e Hotelaria, mas encontrei apenas dois manuais (MORENO; TUTS, 1997; AGUIRRE, 1997) disponíveis no mercado e já numa primeira análise pude detectar que eles tinham como alvo alunos de Espanhol como L2, não como Língua Estrangeira<sup>1</sup>. Também tentei recorrer à produção teórica sobre o assunto e, na época, não

---

<sup>1</sup> Compreendido o ensino de língua estrangeira como aquele que se dá “en un contexto en el que carece de función social e institucional”, em contraposição ao de L2, que é “aquella que cumple una función social e institucional en la comunidad lingüística en que se aprende” (SANTOS GARGALLO, 1999, p.21).

encontrei nenhuma publicação ou pesquisa em desenvolvimento, nem no Brasil nem na Espanha.

Como programar um curso de Espanhol para futuros profissionais do turismo se não conhecia o seu trabalho e nem encontrava nenhum tipo de parâmetro que pudesse ajudar-me? Havia uma série de perguntas para as quais não possuía resposta: quais competências em língua espanhola são requeridas nas atividades dos profissionais de turismo? Com quem e como eles interagem? De quais temas tratam? Que gêneros de discurso utilizam? Tudo isso reforçava a já referida indagação sobre o que deveria ensinar-lhes.

Mesmo com todas as dúvidas, preparei um programa para aquele semestre. Apoiei-me em alguns dados que encontrei em sítios da *internet*, em consultas informais aos profissionais do turismo que eram professores do mesmo curso e nos meus prejuízos acerca do futuro trabalho daqueles estudantes. Ao longo do tempo, tentei melhorá-lo, mas sempre permanecia a idéia de que não era como deveria ser, um programa preparado a partir de uma base segura, de uma pesquisa sobre o uso da língua espanhola no turismo.

Essas questões me acompanharam – e permaneceram sem resposta – até 2003, quando ingressei no Programa de Mestrado em Linguística da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e decidi dedicar minha dissertação a esse problema.

Portanto, o objetivo deste estudo é, a partir de uma concepção dialógica de linguagem (BAKHTIN, 2003) e da abordagem ergológica (SCHWARTZ, 1997), analisar o trabalho dos profissionais de turismo de forma a antecipar o que se pode ensinar em Língua Espanhola a trabalhadores da área.

A carreira de Turismo engloba um grande leque de especialidades e esta pesquisa se centra numa especialidade, no trabalho das **agências de turismo**; mais especificamente, uma agência de viagens e uma operadora de turismo, ambas generalistas e emissivas<sup>2</sup>.

Esta dissertação se divide em duas grandes partes. Na primeira, discuto o caminho teórico percorrido. Esta pesquisa foi marcada por uma série de redefinições teórico-metodológicas. Quando comecei a elaborá-la, nas primeiras versões do projeto de pesquisa, toda a fundamentação se pautava no Ensino de Línguas para Fins Específicos. Posteriormente, muitos aspectos dessa concepção começaram a parecer-me insuficientes para dar conta da pesquisa que queria realizar. Entendendo que meu problema demandava um estudo sobre a atividade humana, comecei a investigar a concepção teórico-

---

<sup>2</sup> A classificação das agências de turismo se encontra na parte 2, capítulo 1.

metodológica dos estudos da linguagem em situação de trabalho. A primeira parte desta dissertação reflete, portanto, essa trajetória.

No primeiro capítulo apresento as origens, conceitos e características do Ensino de Línguas para Fins Específicos. Também discuto a análise de necessidades que seria, dentro desse paradigma, o objeto da pesquisa.

No segundo, estão os fundamentos da Ergonomia situada e da Ergologia, suas concepções sobre o trabalho e demais elementos utilizados ao longo desta dissertação. Também desenvolvo algumas questões sobre os estudos da linguagem em situação de trabalho.

No terceiro capítulo dessa primeira parte, recupero os principais aspectos da concepção dialógica da linguagem do círculo de Bakhtin, como os conceitos de enunciado concreto, dialogismo e gêneros do discurso. Por último, trato a questão do dialogismo como fundamento da análise da linguagem em situação de trabalho.

A segunda parte, “O trabalho dos agentes de viagens”, é bem mais ampla que a primeira, pois engloba questões metodológicas e as análises.

No primeiro capítulo apresento as definições de turismo e descrevo seus serviços, especialmente o das agências de turismo, objeto desta pesquisa. Também exponho a classificação das agências e traço o perfil do trabalhador do turismo no Brasil atual. Termino o capítulo com algumas considerações sobre a formação profissional na área.

No segundo, trago algumas questões histórico-conjunturais relativas ao ensino de Espanhol no Brasil e, de forma mais específica, com relação ao ensino para os profissionais de turismo.

No terceiro capítulo, de metodologia, relato as escolhas tanto das situações de trabalho enfocadas, quanto dos procedimentos escolhidos. Busco explicar que, em várias ocasiões fui obrigada pelas circunstâncias a tomar determinados caminhos que não seriam a minha primeira opção. Discuto o dispositivo entrevista do ponto de vista dialógico e explico os procedimentos da Análise Ergonômica do Trabalho (AET) que serviram de base para a análise das situações de trabalho. A opção por apresentar e discutir as questões metodológicas em meio aos capítulos analíticos se deve à utilização, na descrição da escolha das situações de trabalho, de vários conceitos do turismo que são desenvolvidos no primeiro capítulo da parte 2.

No quarto capítulo apresento as empresas estudadas e o coletivo desta pesquisa: as agentes e operadoras cujas situações de trabalho foram analisadas. Também traço o perfil

dessas profissionais a partir das suas falas nas entrevistas e o comparo com média dos trabalhadores do setor.

No quinto, apresento algumas características gerais do trabalho nas situações pesquisadas, de forma a dar para o leitor um panorama das atividades desenvolvidas pelas agentes de turismo. Discuto as prescrições, apresento os fluxos de venda e preparação de um produto turístico e, por último, analiso alguns elementos do trabalho dessas profissionais.

No sexto, em primeiro lugar, trago a fala das trabalhadoras sobre o uso do espanhol nas suas atividades e, em seguida, os resultados da pesquisa de campo, que indicam a predominância dos escritos em língua espanhola nas situações de trabalho das agentes e operadoras. Sistematizo os escritos encontrados e verifico quais deles estão em espanhol.

No último capítulo dessa segunda parte, analiso três gêneros de escritos encontrados nas agências de turismo a partir, principalmente, de sua estrutura composicional: programas turísticos enviados por operadoras estrangeiras, correios eletrônicos promocionais enviados por fornecedores de serviços e correios eletrônicos trocados entre fornecedores e operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico.

Por fim, na conclusão, retomo as principais questões levantadas ao longo deste estudo e as relaciono com o objetivo da pesquisa, que é o ensino de Espanhol para os agentes de viagens.

**PARTE 1**  
**FUNDAMENTOS TEÓRICOS DO ENSINO DE LÍNGUAS**  
**PARA FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

## 1 O ENSINO DE LÍNGUAS PARA FINS ESPECÍFICOS

Ao contrário do que se pode imaginar, o ensino de línguas estrangeiras com um propósito específico não é recente. Apenas como exemplo de suas origens remotas, pode-se recordar que entre os romanos aprendia-se a Língua Grega com fins acadêmicos, assim como ocorria com o Latim na Idade Média. Llobera (2000, p.14-16), Howatt (1984) e Strevens (apud SWALES, 1988, p.XIV) mencionam várias situações semelhantes ao longo do tempo: livros de frases feitas para turistas escritos há quatrocentos anos, aprendizagem das línguas indígenas com fins pastorais pelos religiosos ibéricos entre os séculos XV e XVIII, manuais de inglês e espanhol “comercial”, desde fins da Idade Média, ou ensino de Inglês para pilotos de aviação na primeira metade do século XX.

Diversas outras situações de ensino de línguas com alguma finalidade específica, ao longo dos séculos, poderiam ser mencionadas. No entanto, é uma visão consensual a de que foi na década de 60 do século XX que surgiram as bases atuais do ensino de Línguas para Fins Específicos (*Language for Specific Purpose - LSP*) ou, mais concretamente, do ensino de Inglês com Fins Específicos (*English for Specific Purpose - ESP*).

Dentre os teóricos que se preocupam em buscar as origens da LSP, há diversas interpretações sobre qual seria seu marco inicial. Para Swales (1988, p.XIV; 1986, p.1), o seu marco fundador é o texto *Some measurable Characteristics of Modern Scientific Prose*, escrito em 1962 por C. L. Barber, enquanto que para Howatt (1984, p.222) é a publicação das atas da conferência *Languages for Special Purposes*, em 1969, apesar de ressaltar que as bases teóricas para tal se desenvolveram ao longo de toda a década. Por outro lado, tanto Dudley-Evans e St.John (1998, p.19-20) quanto Hutchinson e Waters (1987, p.6-8) não se preocupam em buscar um texto fundador, mas sim um contexto histórico favorável. Em ambas obras se destaca o crescimento da demanda do ensino de Inglês para fins profissionais e acadêmicos com o fim da Segunda Guerra Mundial e,

posteriormente, com o enriquecimento dos países produtores de petróleo devido à crise dos anos 70. Hutchinson e Waters (1987, p.6-8) também mencionam, conjugado ao aumento da demanda, o desenvolvimento das pesquisas acerca das variedades lingüísticas e da psicologia da educação.

A partir dos anos 70, muito rapidamente se multiplicaram as publicações teóricas, de manuais para professores e também de materiais didáticos, bem como surgiam os cursos da “nova” especialidade. E, como era de se esperar, atingiu o ensino de outros idiomas.

Com respeito ao Espanhol, segundo Aguirre (1998, p.11-12), o Ensino para Fins Específicos iniciou-se na década de 1980 com a produção de materiais didáticos e o interesse pelo assunto de universidades e instituições como as Câmaras de Comércio. Para a autora, seu surgimento teria sido favorecido pela adesão da Espanha à Comunidade Econômica Européia.

Também merecem destaque no caso do Espanhol a realização, em 1987 do *V Congreso Nacional de Lingüística Aplicada*, organizado pela *Asociación Española de Lingüística Aplicada* (AESLA), cujo tema foi o ensino de LSP e, em 2001, *I Congreso Internacional de Español para Fines Específicos* (CIEFE), organizado pela *Consejería de Educación e Ciência* da Embaixada da Espanha na Bélgica, Países Baixos e Luxemburgo, cuja segunda edição se realizou em novembro de 2003.

Considerando que o ensino de Espanhol como Língua Estrangeira (E/LE) e, mais ainda, o de Espanhol para Fins Específicos, são fenômenos recentes, seu crescimento é vigoroso, e existe uma quantidade razoável de materiais didáticos e de publicações de caráter prático, ou seja, manuais para o professor. Todavia, a produção teórica de Espanhol para Fins Específicos ainda é escassa e pouco original, reproduzindo conceitos e formulações da tradição anglo-saxônica.

No nosso país, o grande impulso ao ensino de LSP se deu nos anos 80, com o *Brazilian National ESP Project*. Coordenado por Maria Antonieta Alba Celani, tinha como objetivo aperfeiçoar a habilidade leitora em inglês dos pesquisadores, professores da área científica e técnicos brasileiros. A ênfase na leitura se deu em função de uma análise de necessidades realizada no princípio do programa, e a sua atuação se centrava na capacitação dos docentes de Universidades e Escolas Técnicas Federais, além do desenvolvimento da pesquisa na área, da organização de um centro de recursos – o Centro de Pesquisas, Recursos e Informação em Leitura (CEPRIL) – e da revista *The ESPECIALIST* (CELANI, 1998, p.234).

## 1.1 Conceituação e características

[...] de certo modo, *todos* os usos do inglês, como os de outra língua qualquer, são específicos. Todos os usos da língua servem a fins particulares. (WIDDOWSON, 1998, p.3)<sup>1</sup>

[...] el hecho de aprender una lengua extranjera ya implica un propósito, una finalidad. Todo lenguaje está orientado a un fin. (AGUIRRE, 1998, p.7)

Se todos os usos da língua são específicos e se o fato de aprender um idioma estrangeiro já implica um propósito, uma finalidade, então todo ensino de línguas estrangeiras é sempre com fins específicos? Esta pergunta gera a reflexão sobre a acepção de Língua para Fins Específicos que, no Brasil, costuma ser chamada de Língua Instrumental<sup>2</sup>.

Um problema observado e que também é mencionado por alguns autores (WIDDOWSON, 1983, p.1; DUDLEY-EVANS; ST JOHN, 1998, p.1) é a grande carência de reflexões teóricas sobre LSP. Desde o seu surgimento, vem ocorrendo a proliferação de manuais para professores<sup>3</sup> com os procedimentos para organização de seus cursos. É evidente que existe uma teoria subjacente, mas isso é um sintoma da pouca importância atribuída às questões teóricas num campo aparentemente tão prático ou da concepção de que não existe nada que diferencie a teoria do LSP em relação ao ensino de línguas com fins gerais.

Somente a partir de 1980 apareceram os primeiros trabalhos, uma vez mais no âmbito anglo-saxão, preocupados com as teorizações. Contudo, a maioria procura conjugar o aspecto prático ao teórico, contendo uma ou duas seções dedicadas às discussões teóricas e as demais às propostas para a estruturação dos cursos. Raros são os que se dedicam exclusivamente à teoria, como é o caso de *Learning Purpose and Language Use*, de H.G. Widdowson (1983).

---

<sup>1</sup> Agradeço a Augusta Porto Avalor pela colaboração com as traduções que aparecem neste capítulo: “[...] in one sense *all* uses of English, as of any other language, are specific. All uses of the language serve particular purposes”.

<sup>2</sup> Continuarei utilizando o termo Língua para Fins Específicos em lugar de Língua Instrumental por dois motivos: porque no Brasil o termo “Língua Instrumental” está muito associado ao ensino da leitura e por implicar a visão da língua como um instrumento, desconsiderando seus demais aspectos.

<sup>3</sup> Quase todos os autores preferem utilizar o termo “profissional” (*practitioner*) para referir-se aos professores de LSP, pois afirmam que suas atividades são muito variadas e vão da pesquisa à produção de materiais didáticos.

Entre as questões mais abordadas pelos estudos sobre LSP surgidos após 1980 estão a sua conceituação e características que, desde então, costumam estar presentes em todos os trabalhos sobre o assunto.

São de Robinson (1980) algumas das primeiras considerações a respeito do assunto, como a de que o característico ou específico no ESP é, sobretudo, a finalidade para a qual o aprendiz está estudando a língua, além desta em si mesma. Também afirma que um curso de ESP deve basear-se numa rigorosa análise das necessidades dos alunos e deve ser sob medida. Robinson (1980, p.8-13) também destaca a importância da mudança terminológica ocorrida no LSP: de “*Languages for Special Purposes*” (Língua para Fins Especiais), que denotava a idéia de linguagens especiais ou restritas, passou a “*Language for Specific Purposes*” (Língua para Fins Específicos), que centra a questão nos propósitos do aluno. Por fim, comenta que os cursos de LSP costumam ter duração limitada e ser dirigidos a adultos de qualquer nível de competência.

Onze anos depois dessa publicação, a autora lança *ESP Today: a practitioner's guide* (1991). Objetivando revisar o seu desenvolvimento na década anterior e servir de guia para os profissionais que se dedicam ao ensino da língua com fins específicos, Robinson afirma que é impossível produzir uma definição de ESP universalmente aplicável. No entanto, percebe-se que não há nenhum avanço significativo quanto à concepção já explicitada no seu livro de 1980.

Widdowson (1983) afirma que os cursos de língua para fins gerais têm propósitos tão específicos quanto os de LSP, e que a diferença reside em como é definido e implementado esse propósito. Para tratar a questão, o autor constrói uma série de conceitos, dentre eles, estabelece diferenças entre *training* (treinamento) e *education* (educação) e entre *aims* (metas) e *objectives* (objetivos).

Afirma que, na concepção vigente de LSP, **propósito** se refere ao uso prático da língua para atingir metas ocupacionais ou acadêmicas, ou seja, é um conceito relacionado a treinamento: depois de estabelecidas o mais precisamente possível as necessidades dos estudantes, o curso é desenhado em função delas. Enquanto isso, no ensino de línguas para fins gerais **propósito** é concebido em termos educacionais, com a formulação de objetivos para proporcionar ao aluno uma capacidade geral de uso da língua. No entanto, alega que nem sempre essa dicotomia é apropriada e, por isso, propõe a construção teórica de uma escala de especificidade, na qual em um extremo está o treinamento, com uma correspondência direta entre metas e objetivos, e no outro está a educação, com os objetivos formulados a partir de pressupostos pedagógicos. Os cursos de LSP podem

situar-se em qualquer ponto dessa escala, dependendo das características da ocupação ou fins acadêmicos em questão.

O livro de Widdowson (1983) tem o mérito de ser um dos únicos produzidos no âmbito anglo-saxão que não consiste em um manual para professores de LSP, um documento prescritivo. No entanto, sua distinção entre objetivos e metas e entre educação e treinamento não parece ser a resposta para o problema das diferenças entre os cursos para fins específicos e os para fins gerais. **Meta** e, principalmente, **treinamento** supõem que o ensino de línguas para fins específicos não passa de uma transmissão de procedimentos e fórmulas que posteriormente serão seguidos à risca e que desconsideram as variações que sempre ocorrem em todas as situações de trabalho ou de estudo.

Para Kennedy e Bolitho (1984, p.1-3), a base do LSP repousa na investigação dos propósitos dos aprendizes e na determinação das necessidades comunicativas que nascem desses propósitos. Isso é possível porque aqueles que demandam os cursos para fins específicos têm muita clareza quanto ao **para quê** estudam a língua. Ou seja, seu fundamento é o ensino centrado no aluno, segundo as concepções do enfoque comunicativo (CANALE, 1995, p.74).

Swales (1986, p.XIII) sugere que no LSP se substitua o termo *specific* (específico) por *specifiable* (“especificável”). Afirma que **específico** tem duas desvantagens: (a) sugere que os propósitos desses cursos devem ser previamente identificados e organizados, o que lhes dá pouco dinamismo, já que seu planejamento não está aberto a negociação com os alunos e a possíveis modificações ao longo do seu andamento; (b) estabelece um contraste inevitável entre cursos específicos e não-específicos ou gerais, algo que Swales considera desnecessário. Na sua visão, tal substituição supriria essas deficiências, não obstante não se veja nessa mudança terminológica nenhuma transformação significativa nos métodos e concepções do ensino para fins específicos.

Com um livro cujo subtítulo é *a learning-centred approach* (abordagem centrada na aprendizagem), Hutchinson e Waters (1987) criticam as concepções de LSP predominantes e que estão mais preocupadas com seu aspecto lingüístico que com a sua aprendizagem. Através da analogia com uma árvore, cujas raízes são o aprendizado e a comunicação, afirmam que o ESP é um ramo do ensino do Inglês como Língua Estrangeira (EFL). Em seguida, passam a defini-lo a partir do que ele não é: nem um produto, nem um tipo especial de linguagem, de metodologia ou de material de ensino. Para os autores, LSP é uma abordagem do ensino da língua na qual todas as decisões sobre o conteúdo e o método estão fundadas nas necessidades do estudante.

Peter Strevens, em seu artigo *ESP after twenty years: a re-appraisal*, (1988, p.2) definiu ESP através da identificação de suas características absolutas e variáveis, as primeiras obrigatórias e as segundas, não. Para esse autor, ESP é um tipo de ensino de Inglês com as seguintes características absolutas:

- planejado para atender as necessidades especificadas pelo aluno
- relacionado no que diz respeito ao conteúdo (temas e tópicos) a determinadas disciplinas, ocupações e atividades
- centrado na linguagem própria dessas atividades: na sintaxe, no léxico, no discurso, na semântica etc, e na análise desse discurso
- em contraste ao “Inglês Geral”<sup>4</sup>.

E as variáveis:

- restrito às habilidades lingüísticas a serem aprendidas (exemplo: somente leitura)
- não ensinado de acordo com uma metodologia pré-estabelecida<sup>5</sup>.

Considerada paradigmática, a definição de Strevens foi alvo de inúmeras discussões e análises. Quase dez anos depois, em 1998, Dudley-Evans e St John (1998, p.3,13) apresentaram sua concepção de ESP também a partir do critério de características absolutas e variáveis. Assim, segundo esses autores (DUDLEY-EVANS; ST JOHN, 1998, p.4-5), características absolutas são as seguintes:

- ESP é programado para atender as necessidades específicas do aluno;
- ESP faz uso da metodologia e atividades subjacentes às disciplinas para as quais está orientado;
- ESP está focado na língua (gramática, léxico, registro), habilidades, discurso e gêneros próprios dessas atividades<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> “- *designed to meet specified needs of the learner*  
 - *related in content (i.e., in its themes and topics) to particular disciplines, occupations and activities*  
 - *centered on the language appropriate to those activities in syntax, lexis, discourse, semantics, etc., and analysis of this discourse*  
 - *in contrast with ‘General English’.*”

<sup>5</sup> “- *restricted as to the language skills to be learned (e.g., reading only)*  
 - *not taught according to any pre-ordinated methodology.*”

<sup>6</sup> “- *ESP is designed to meet specific needs of the learner;*  
 - *ESP makes use of the underlying methodology and activities of the disciplines it serves;*  
 - *ESP is centered on the language (grammar, lexis, register), skills, discourse and genres appropriate of these activities.*”

E as variáveis:

- ESP pode estar relacionado ou ser programado para disciplinas específicas;
- ESP pode utilizar, em situações de ensino específicas, uma metodologia diferente daquela do ‘Inglês Geral’;
- ESP tende a ser planejado para alunos adultos, tanto de nível universitário, quanto profissionais em situação de trabalho. Pode ser empregado, entretanto, para alunos do ensino médio.
- ESP é geralmente planejado para alunos intermediários ou avançados. A maioria dos cursos de ESP pressupõe conhecimento básico do sistema da língua, mas também pode ser utilizado com iniciantes<sup>7</sup>.

Nota-se que Dudley-Evans e St. John discordam de Strevens principalmente no que diz respeito à segunda característica absoluta e também porque enfatizam duas questões: o fato de os cursos de ESP refletirem a metodologia da disciplina ou profissão em questão e a diferença na natureza da interação entre professor e aluno, já que o especialista na área específica é o segundo. Diante dessas definições, pode-se indagar, apenas como um exemplo dos problemas dessa abordagem, como organizar um curso para fins específicos no qual os alunos ainda não são especialistas na área, mas estudantes em formação.

## 1.2 Análise de necessidades

Um curso de ESP [...] está baseado na análise rigorosa das necessidades dos estudantes (ROBINSON, 1980, p.13)<sup>8</sup>.

[...] um curso de ESP está baseado na análise de necessidades [...] (ROBINSON, 1991, p.3)<sup>9</sup>.

ESP tem suas bases na investigação dos propósitos do aluno e do conjunto de necessidades comunicativas que emergem desses propósitos. Essas necessidades funcionarão como guia para o desenvolvimento de materiais para o curso (KENNEDY; BOLITHO, 1984, p.3)<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> “- ESP may be related to or designed for specific disciplines;  
- ESP may use, in specific teaching situations, a different methodology from that of general English;  
- ESP is likely to be designed for adult learners, either at a tertiary level institution or in a professional work situation. It could, however, be used for learners at secondary school level;  
- ESP is generally designed for intermediate or advanced students. Most ESP courses assume basic knowledge of the language system, but it can be used with beginners.”

<sup>8</sup> “An ESP course [...] is based on a rigorous analysis of students' needs [...]”.

<sup>9</sup> “[...] an ESP course is based in a needs analysis [...]”.

<sup>10</sup> “ESP has its basis in an investigation of the purposes of the learner and the set of communicative needs arising from those purposes. These needs will then act as a guide to the designs of course materials.”

Entendida corretamente, [ESP] é uma abordagem do ensino de língua baseada na necessidade do aluno (HUTCHINSON; WATERS, 1987, p.19)<sup>11</sup>.

ESP consiste no ensino da língua inglesa que é:  
- planejado para atender às necessidades especificadas pelo aluno (STREVENS, 1988, p.1-2)<sup>12</sup>.

[...] ESP é desenvolvido para atender às necessidades específicas do aluno [...]. (DUDLEY-EVANS; ST JOHN, 1998, p.4-5)<sup>13</sup>.

Os trechos acima citados são um exemplo do protagonismo das necessidades dos estudantes no ensino de LSP. Se revisados seus conceitos e características mencionados na seção anterior, é possível confirmar que em todos há alusões às necessidades dos aprendizes e à sua análise.

Pode-se alegar que esse procedimento é não somente característico dos cursos para fins específicos, e sim um dos pressupostos do enfoque comunicativo, paradigmático no ensino de línguas há quase três décadas e coetâneo das obras citadas.

De fato, o conceito de análise de necessidades estava presente quando emergiram, no início dos anos 70, as bases do ensino comunicativo de idiomas. Em meio às discussões promovidas pelo Conselho da Europa, surgiram alguns textos que são, até os dias atuais, o alicerce da análise de necessidades. Refiro-me a artigos como *A model for the definition of language needs of adults*, de René Richterich (1972) ou *The linguistic and situational content of the common core in a unit/credit system*, de Wilkins (1972), entre outros. Não obstante, com o *Communicative Syllabus Design*, de John Munby (1972), a análise de necessidades foi colocada em um lugar central na elaboração de programas de ensino de línguas estrangeiras de uma maneira geral, não apenas de LSP.

Qual é a diferença, então, entre a análise de necessidades num curso de LSP e noutro para fins gerais? Segundo Hutchinson e Waters (1987, p.53), o que os distingue não é a existência da necessidade, mas a consciência de que ela existe. Apesar de considerar cabível a consideração desses autores, creio que, para poder responder melhor a essa questão, deve-se, antes de tudo, saber quais necessidades serão analisadas.

O modelo de análise de necessidades de Munby (1972), denominado *Communication Needs Processor*, é um procedimento que visa a obter informações sobre

<sup>11</sup> “Understood properly, it is [ESP] an approach to language learning, which is based on learner need”.

<sup>12</sup> “ESP consists of English language teaching which is:  
- designed to meet specified needs of the learner [...]”

<sup>13</sup> “[...] ESP is designed to meet specific needs of the learner [...]”.

os estudantes e sobre a situação-meta, com o objetivo de programar um curso concreto. É composto de nove partes: os integrantes e sua nacionalidade, idade, sexo, língua materna etc; o propósito para o qual querem aprender a língua; as circunstâncias nas quais a língua será utilizada; os participantes da interação; o canal e modo de comunicação; o dialeto dos falantes com quem deverão interagir; o nível de língua que desejam alcançar; as situações de comunicação; o registro da comunicação.

A repercussão que teve o modelo de Munby foi proporcional às críticas que recebeu. Seu *Communication Needs Processor* foi considerado uma abordagem centrada na língua (*language-centred approach*) por apenas produzir uma lista de características lingüísticas da situação-meta (HUTCHINSON; WATERS, 1987, p.54), não incluir os fatores afetivos (DUDLEY-EVANS; ST JOHN, 1998, p.122), concentrar-se apenas nas metas (*aims*) dos aprendizes e deixar de lado os objetivos (*objectives*) pedagógicos (WIDDOWSON, 1983, p.20).

Desde então, surgiram diversos conceitos de necessidades e propostas de procedimentos para sua análise, mas, de uma maneira geral, todas elas são tributárias das proposições de Richterich (1972) sobre **necessidades objetivas** e **subjativas**.

Brindley (1989) e Nunan (1988), por exemplo, mantiveram a nomenclatura e a idéia geral dos conceitos de Richterich. As **necessidades objetivas** seriam aquelas exaustivamente tratadas por Munby, ou seja, as características da situação-meta; as **subjativas** são as relacionadas à situação de aprendizagem, ou seja, às características afetivas e cognitivas dos alunos.

Outros autores também consideraram essa mesma distinção, mas utilizaram uma nomenclatura diferente. Hutchinson e Waters (1987, p.53-64) optaram pelos termos **necessidades alvo** (*target needs*) e **necessidades de aprendizagem** (*learning needs*), Berwick (1989, p.55), por **percebidas** (*perceived*) e **sentidas** (*felt*), Robinson (1991, p.8-9), por **situação-alvo** (*target situation*) e **situação presente** (*present situation*), Widdowson (1983), por **necessidades lingüísticas** (*language needs*) e **necessidades de aprendizagem** (*learning needs*).

Dudley-Evans e St John (1998, p.123-124) preferem estabelecer três tipos de necessidades: **situação-alvo** (*target situation*), **situação de aprendizagem** (*learning situation*) e **situação atual** (*present situation*). Para eles, a situação de aprendizagem corresponderia à necessidade subjativa, enquanto que a situação atual seria o estado em que se encontra o conhecimento da língua-alvo pelos alunos.

Hutchinson e Waters (1987, p.53-64) que, como dito acima, empregam as expressões **necessidades alvo** (*target needs*) e **necessidades de aprendizagem** (*learning needs*), subdividem as primeiras em três elementos: **necessidades** (*necessities*), **carências** (*lacks*) e **desejos** (*wants*). **Necessidades** são as demandas da situação-meta; **carências**, a defasagem entre os conhecimentos dos alunos e as **necessidades**; **desejos**, a visão que os alunos têm sobre suas **necessidades** e **carências**.

No meio dessa profusão terminológica e conceitual, cabem algumas observações. Em primeiro lugar, quanto à utilização dos termos **objetiva** e **subjetiva** para as necessidades: **objetivo** é aquilo que é próprio do objeto, e **subjetivo** é o que pertence ao sujeito. Por acreditar que a realidade é construída socialmente, e que não existe objetivamente fora da consciência do sujeito que a constrói (BERGER; LUCKMANN, 1973), dizer que há necessidades que são objetivas pressupõe a existência de um dado real que é recolhido pelo sujeito investigador de forma asséptica, sem a sua implicação no processo, como preconizava Auguste Comte para o estágio positivo-científico (1830/1984).

Em segundo lugar, com exceção de Robinson e de Dudley-Evans e St John, todos os demais autores citados relegam a análise da situação-alvo a um segundo plano em prol da análise da situação de aprendizagem. Hutchinson e Waters (1987) – cujo livro tem o subtítulo de *a learning-centred approach* – e Widdowson (1983) alegam que o ensino de LSP tem estado centrado demasiadamente nos conteúdos, na língua, em **o que** ensinar, e não no processo de ensino-aprendizagem, no **como** ensinar. Não obstante, mesmo os autores mais críticos da análise de necessidades centrada na situação-alvo reconhecem que ela é imprescindível, além de ser o primeiro passo que deve ser tomado na programação dos cursos para fins gerais.

É evidente que a organização de qualquer curso de línguas deve considerar a análise tanto da situação-alvo quanto da situação de aprendizagem. Por exemplo, um curso de Língua Espanhola para agentes de viagens receptivos que já são profissionais será diferente do mesmo curso preparado para estudantes em formação. Ou seja, a situação-alvo é a mesma, mas a de aprendizagem é diferente. No entanto, é impossível não atribuir à análise da situação-alvo um papel fundamental em todos os aspectos do desenho dos cursos, sem, com isso, descartar ou relegar a análise da situação de aprendizagem a uma posição secundária.

Hutchinson e Waters (1987, p.55), dentro de sua perspectiva centrada na aprendizagem, afirmam o seguinte sobre as necessidades da situação-alvo:

Podemos chamar de ‘necessidades’ àquilo que é necessário de acordo com as demandas de uma situação-alvo, que é o que o falante deve saber de modo a participar efetivamente nessa situação-alvo. Por exemplo, um homem ou mulher de negócios precisa compreender cartas, comunicar-se efetivamente em conferências de venda, conseguir obter informação necessária de catálogos de vendas, entre outros. Ele ou ela provavelmente também necessitará conhecer os padrões lingüísticos – discursivos, funcionais, estruturais, lexicais – que são comumente utilizados na situação identificada. *Esta informação é relativamente fácil de coletar* [grifo nosso].<sup>14</sup>

Se as necessidades da situação-alvo são aquelas que dizem respeito ao uso da linguagem no trabalho, afirmar que essas informações são relativamente fáceis de se obter supõe uma visão do trabalho como um dado simples e objetivo.

Além disso, nem Hutchinson e Waters nem os demais autores importantes da área de LSP problematizam a análise de necessidades, dedicando a ela umas poucas páginas de seus livros. Em primeiro lugar, não explicam como concebem o conceito de **necessidade**, o que seria fundamental antes de se falar de **análise** de necessidades. Em segundo lugar, os procedimentos metodológicos mais mencionados para a sua realização são os questionários e as entrevistas, apesar de Robinson (1991, p.12-15), Dudley-Evans e St John (1998, p.132) e Hutchinson e Waters (1987, p.58) também fazerem referência à observação do trabalho e à análise de textos autênticos escritos e falados utilizados na situação-alvo. No entanto, nenhum deles entra em detalhes de como fazer essa observação ou essa análise e nem mesmo sobre qual vai ser o seu enfoque.

Em terceiro lugar, nessa mesma bibliografia de origem anglo-saxônica que tem sido citada, a análise de necessidades é concebida como uma função do docente, ou melhor, do profissional docente (*practitioner*). Não obstante, considerando a situação brasileira, poderia um professor dedicar-se a uma trabalhosa pesquisa para recolher informação sobre a situação-alvo com a qual seus alunos se depararão depois de formados? A partir da minha experiência pessoal eu diria que a maioria dos professores de línguas estrangeiras atuantes no ensino fundamental e médio, em cursos livres e em universidades privadas não pode ser um *practitioner* nos moldes descritos pelos autores, já que costumam ter uma carga horária muito alta em sala-de-aula. Além disso, a existência de trabalhos acadêmicos

---

<sup>14</sup> “We can call ‘necessities’ the type of need determined by the demands on the target situation, that is, what the learner has to know in order to function effectively in the target situation. For example, a businessman or –woman might need to understand letters, to communicate effectively at sales conferences, to get the necessary information from sales catalogues and so on. He or she will presumably also need to know the linguistic features – discursal, functional, structural, lexical – which are commonly used in the situation identified. *This information is relatively easy to gather*”.

realizados no Brasil, especialmente na PUC-SP, sobre análises de necessidades (ANDRADE, 2003; CARDOSO, 2003; PINTO, 2002; SERAFINI, 2003) corroboram minha afirmativa. Ou seja, como o professor não pode, por questões econômicas e sociais, realizar a análise de necessidades da situação-alvo, essa tarefa é passada ao pesquisador.

Por fim, os informantes referidos são sempre os próprios alunos, com exceção de Dudley-Evans e St John (1998, p.132) que mencionam a consulta, entre outros, a trabalhadores, clientes e empregadores. No entanto, mesmo considerando apenas os parâmetros teóricos e metodológicos do LSP, se um curso é dedicado a futuros profissionais, como o professor pode obter dos seus alunos os dados sobre a situação-alvo se eles também a desconhecem?

Essa visão da análise de necessidades encerra, além desses problemas de caráter teórico e metodológico, outros que se relacionam com a concepção do que é trabalho, assunto que será discutido no capítulo a seguir.

## 2 AS CIÊNCIAS DO TRABALHO

Eleger as interações no *trabalho* como objeto de estudo traz como consequência a necessidade de uma nova postura por parte do(a) lingüista, que é obrigado a recorrer a noções e/ou categorias de análise advindas de outras disciplinas e a fazer empréstimos diversificados no âmbito de sua própria disciplina [...]. (SOUZA-E-SILVA, 2002, p.63, grifo nosso)

Nas propostas iniciais de projeto de mestrado, minha intenção era realizar esta pesquisa exclusivamente a partir dos pressupostos teórico-metodológicos do Ensino de Línguas para Fins Específicos. No entanto, com o aprofundamento das leituras e o contato com outras vertentes decidi reformular a idéia inicial. Percebi que, estudar a situação-alvo de cursos de línguas para profissionais do turismo, era, na verdade, lançar um olhar sobre o seu **trabalho**. Como diz Souza-e-Silva na citação acima, isso me obrigava a recorrer a conceitos e métodos de outras disciplinas, aquelas que têm como objeto a análise das situações de trabalho, como a Ergonomia situada e a Ergologia.

Assim, em lugar de realizar uma análise de necessidades da situação-alvo dentro dos parâmetros do ensino de línguas para fins específicos, o que faço é aproximar-me ao trabalho dos profissionais de turismo e analisá-lo a partir dos pressupostos teóricos das Ciências do Trabalho para, como isso, poder antecipar o que deve ser ensinado em Língua Espanhola a trabalhadores da área.

Portanto, é imprescindível apresentar alguns dos conceitos que nortearam toda a construção desta pesquisa, como a própria concepção do que é trabalho para a Ergonomia situada e Ergologia.

## 2.1. A Ergonomia situada

Em 1857, o polonês Wojciech Jarstembowsky cunhou o termo ergonomia, uma ciência do trabalho que possibilitasse o que entendimento da atividade humana “em termos de esforço, pensamento, relacionamento e dedicação” (VIDAL, 2000, p.7). Essa não foi a primeira tentativa de estudo da relação entre o ser humano e seu trabalho, pois tal preocupação é muito antiga e, segundo Vidal (2000, p.7), já em princípios da Época Moderna encontram-se textos dedicados ao assunto.

De acordo com Wisner (apud FEITOSA, 1996, p.91), a Ergonomia como uma disciplina acadêmica só foi criada na Inglaterra do pós-guerra. Sua abordagem era de uma ciência experimental que visa a projetar produtos e postos de trabalho por meio de pesquisas em laboratório (GENTE<sup>15</sup>, 2004). Quase paralelamente, surgia na França a preocupação em construir uma análise ergonômica em situação real de trabalho. Essa concepção foi formalizada por Wisner em 1966 com o nome de Análise Ergonômica do Trabalho (AET), também conhecida como abordagem situada (VIDAL, 2000, p.10).

Enquanto a Ergonomia clássica utiliza métodos de natureza experimental, a situada baseia-se na AET que é definida pelo GENTE (2004) como uma “modelagem operante<sup>16</sup> do trabalho através da integração da observação do comportamento e o entendimento das condutas das pessoas em situação real de trabalho”. Nessa perspectiva, a análise do trabalho não é feita a partir de situações simuladas, mas de situações reais, em campo. De caráter interdisciplinar e analítico, a Ergonomia situada busca observar o trabalhador em situação de trabalho para poder responder a uma questão precisa, uma demanda que requer uma análise e a construção de um diagnóstico sobre a adequação do ser humano à atividade.

Um dos principais fundamentos da Ergonomia situada é a sua distinção entre trabalho prescrito e trabalho real, entre tarefa e atividade.

Segundo a abordagem situada, por um lado está o trabalho que é prescrito pela empresa ao trabalhador dentro de condições determinadas e de resultados esperados. Essa é a sua tarefa, aquilo que é estabelecido aprioristicamente e que se constitui em um conjunto

---

<sup>15</sup> Grupo de Ergonomia e Novas Tecnologias, do Instituto Alberto Luís Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

<sup>16</sup> É novo paradigma proposto pela Ergonomia situada, “uma relação holística entre o indivíduo e sua situação de trabalho, onde se pode, ao mesmo tempo avaliar o homem como transformador de energia, o ser humano como processador de informações, um ser social e responsável, um indivíduo étnico e antropotécnico, um ser humano emotivo, ansioso e que se defende do sofrimento” (VIDAL, 1992, p.14).

de normas e procedimentos que devem ser seguidos na situação de trabalho. Por outro, está o trabalho real, aquilo que o trabalhador efetivamente faz para dar conta da sua tarefa, a partir de condições reais e com resultados efetivos. Essa é a sua atividade, o modo como o trabalhador cumpre seus objetivos.

Entre tarefa e atividade está o ponto fundamental da preocupação da Ergonomia situada: a inerente contradição do ato de trabalho, ou seja, a distância iniludível entre o trabalho prescrito e o realizado. As grandes lacunas entre essas duas dimensões do trabalho permitem sua melhor compreensão e transformação. Jamais há uma correspondência exata entre os dois, pois, por mínimo que seja, sempre há um retrabalho das prescrições. Como ressalta Schwartz (2002a, p.133), isso não ocorre nem mesmo nas mais rigorosas e aparentemente controladas organizações que adotam a administração científica:

Ter evidenciado esse descompasso nos regimes taylorianos de obediência estrita certamente teve um valor demonstrativo particularmente forte: por uma espécie de raciocínio *a fortiori*, significava mostrar, ao investigar o infinitamente pequeno, que até nos regimes de produção mais rigorosos, nos quais, aparentemente, nenhum espaço sobrava, por princípio, para a variabilidade das circunstâncias e a engenhosidade inventiva, brotavam gestões individualizadas ou microcoletivas de procedimentos.

Dentro dessa perspectiva, não é possível compreender e analisar o trabalho sem considerar a atividade, aquilo que é concretamente realizado pelo trabalhador em situação, pois conhecer as prescrições não é conhecer todo o trabalho. Portanto, se o objetivo desta pesquisa é uma aproximação ao trabalho dos profissionais atuantes nas agências de viagens não apenas pelo viés das prescrições, mas principalmente pelo do trabalho real, não há como fazê-lo a não ser pelo acompanhamento de suas atividades.

Outro conceito da Ergonomia situada que será retomado mais adiante é o de regulação. Como o trabalho não é a simples execução das normas, cada trabalhador regula a sua atividade de forma a lidar com as variações nas suas condições. Essas variações são as situações imprevistas, imponderáveis e que podem tanto se situar no âmbito das condições de produção quanto do trabalhador. É necessário compreender que, como afirma Alvarez (2004, p.254), as situações de trabalho não são estáticas, e sim dinâmicas.

A partir do exame dos conceitos de trabalho prescrito e real, Yves Schwartz expande essa idéia e propõe a Ergologia, sobre a qual nos deteremos no próximo subitem.

## 2.2. A Ergologia

A abordagem ergológica do trabalho nasceu com as reflexões desenvolvidas pelo filósofo Yves Schwartz a partir de fins dos anos 70 e início dos 80 sobre os conceitos da Ergonomia situada, especialmente os de trabalho prescrito e real. Outra influência importante foi o conceito de comunidade científica ampliada criado por Ivar Oddone e seus colaboradores (SCHWARTZ, 2000, p.38-39). Oddone, um médico italiano que fez parte de um grupo de operários, cientistas, trabalhadores, estudantes e sindicalistas reunidos na Bolsa de Trabalho de Turim, criou essa nova concepção de pesquisa, que se propõe a congregar os saberes formais dos cientistas e os informais dos trabalhadores. Formam-se, então, essas comunidades científicas ampliadas para produção de saberes sobre o trabalho (SCHWARTZ, 2000, p.38-39).

Tomando esses conceitos e reformulando-os, Schwartz propõe (informação verbal)<sup>17</sup>, então, uma nova abordagem do objeto trabalho, algo que todos pensam conhecer muito bem. Para isso, sugere o estabelecimento de uma opacidade na sua reflexão, ou seja, pensá-lo como um objeto denso e não como uma obviedade ou algo transparente sobre o qual não há necessidade de uma abordagem em profundidade. Também recomenda seu tratamento como uma matéria “estrangeira”, que não pertence ao domínio do pensamento do analista, e sim como algo novo, que obrigue a aprendizagem e a reflexão sobre o trabalho. Isso é instituído pela Ergologia, “o estudo das atividades humanas naquilo que elas exigem, para serem apreciadas e conhecidas, o encontro de saberes múltiplos e de experiências diversas”<sup>18</sup> (INSTITUTE D’ERGOLOGIE, 2004).

Na concepção ergológica, o elemento universal no trabalho é o debate de normas (normas antecedentes e renormalizações), sua reformulação dos conceitos ergonômicos de trabalho prescrito e realizado. Para Schwartz, as normas antecedentes (R1) abarcam as prescrições, mas vão além delas, pois não se restringem à sua dimensão impositiva, do que é determinado exteriormente ao trabalhador. Elas são construções históricas que vão de elementos mais específicos, como as prescrições particulares para a realização do trabalho de um operador, aos mais amplos, como os políticos, econômicos e sociais. Incluem, portanto, os conceitos, os saberes científicos e técnicos, as aquisições da inteligência e

---

<sup>17</sup> Informação fornecida por Yves Schwartz na conferência-debate “Transmitir e ensinar: entre saberes acadêmicos e recriações da experiência. Como fazer com isso seu ofício do professor?” realizada na UNIRIO em 27 de agosto de 2004.

<sup>18</sup> Tradução nossa: “[...] ‘ergologie’ signifiant l’étude des activités humaines en ce qu’elles exigent, pour être appréciées et connues, la rencontre de savoirs multiples et d’expériences diverses”.

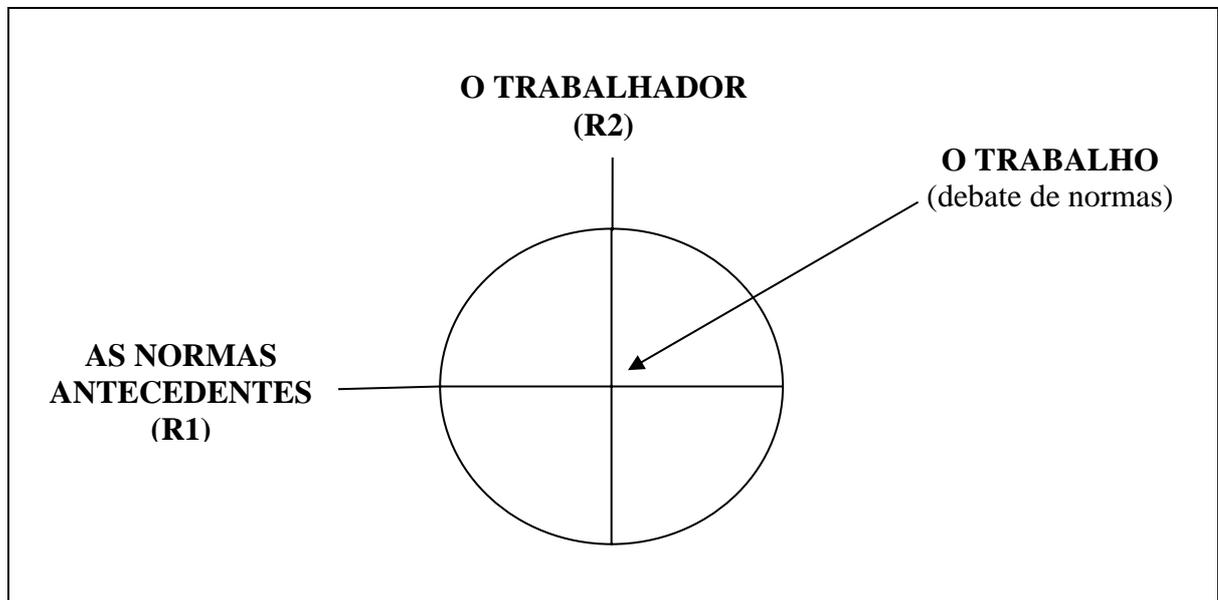
experiência coletivas, as redes de poder e de autoridade, os valores do bem comum (SCHWARTZ, 2002a, p.135; ALVAREZ; TELLES, 2004, p.72-74).

Essas normas antecedentes são renormalizadas (R2) durante a atividade, pois o trabalhador, com suas experiências e valores, institui a sua maneira de realizar o que foi prescrito. Na atividade, o trabalhador faz **uso de si**, ou seja, renormaliza as normas antecedentes criando a sua parte, mesmo que seja aparentemente minúscula, de forma a singularizar a atividade. Assim, segundo a abordagem ergológica,

Toda atividade humana é sempre, e em todos os graus imagináveis entre o explícito e o não-formulado, entre o verbo e o corpo, entre a história coletiva e o itinerário singular, o lugar de um debate incessantemente reinstaurado entre *normas antecedentes* a serem definidas a cada vez em função das circunstâncias e processos parciais de *renormalizações*, centrados na entidade atuante [...]. (SCHWARTZ, 2002a, p.135, grifos do autor)

Retomando uma idéia de Louis Durrive, Schwartz (informação verbal)<sup>19</sup> ilustra o debate de normas como a mira de uma luneta:

Figura 1 – O Trabalho segundo Schwartz



Fonte: informação verbal<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Informação fornecida por Yves Schwartz na conferência-debate "Transmitir e ensinar: entre saberes acadêmicos e recriações da experiência. Como fazer com isso seu ofício do professor?" realizada na UNIRIO em 27 de agosto de 2004.

<sup>20</sup> Id. *ibid.*

No centro da mira, no cruzamento das normas antecedentes com o trabalhador, está situado o trabalho.

A concepção do trabalho como debate de normas proposta pelo teórico implica uma visão diferente da formação dos trabalhadores. Na verdade, Schwartz (2002b, p.111-113) construiu essa concepção exatamente em virtude do seu desconforto intelectual quando visitava as empresas durante um processo de reformulação dos cursos de formação contínua da Universidade de Grenoble. Para o autor, a relação entre a formação e o trabalho é um movimento permanente de dupla antecipação.

A primeira antecipação é a tradicionalmente considerada como sendo a formação profissional, ou seja, o ensino, no âmbito acadêmico, dos saberes formalizáveis e descritíveis de uma atividade:

A primeira antecipação é a que permite [...] realizar, em parte, uma missão comercial no exterior, confeccionar um balanço contábil, abrir um escritório de aconselhamento advocatício, proceder à contratação em uma empresa que manipule processos físico-químicos, trabalhar como conselheiro financeiro dos Correios ou reenquadrar-se como analista de desenvolvimento de sistemas informáticos; e fazê-lo [...] antes mesmo que cada um tenha encontrado o ambiente no qual exercerá essa atividade (SCHWARTZ, 2002b, p.114).

No entanto, para a Ergologia, a primeira antecipação é apenas uma parte da formação. A outra, a segunda antecipação, significa antes de tudo a constatação de que o ensino acadêmico não dá conta de toda a atividade, pois cada situação tem suas singularidades e retrabalha permanentemente as normas da primeira antecipação. Portanto, se por um lado o saber formal antecipa a experiência, por outro, a concepção do trabalho como o debate de normas obriga que os conceitos construídos sobre ele, e que são ensinados na formação acadêmica, sejam retrabalhados, ou seja, a experiência antecipa o trabalho futuro dos criadores dos conceitos e dos formadores (SCHWARTZ, 2002b; 2004). Para Schwartz (2002b, p.115), a segunda antecipação, é “a mais difícil de ser incorporada pelo formador”.

É também fundamental, principalmente para o formador, a consciência de que é impossível antecipar tudo, pois a recriação no momento da atividade humana é permanente (SCHWARTZ, 2002b, p.116-117).

Dessa forma, a relação dialética estabelecida pela Ergologia entre a formação e o trabalho abre caminhos especialmente interessantes para o ensino de línguas para formação profissional. Dentro dos pressupostos da LSP, o trabalho é concebido como um dado

objetivo – como indica a própria utilização do termo **necessidades objetivas** – e homogêneo, algo que pode ser analisado de forma relativamente simples, recuperado por meio de questionários e entrevistas considerados como ferramentas de coleta de dados reveladores de uma verdade sobre a situação de trabalho<sup>21</sup>. Por conseguinte, compreende-se que o trabalho pode ser acessado apenas pelo que é dito sobre ele, pela fala dos trabalhadores sobre a sua atividade, como se todas as suas dimensões pudessem ser com facilidade expressas de verbalmente. Entretanto, de acordo com França (2002, p.41-42), os ergonomistas observaram que determinados aspectos da atividade, como as habilidades manuais e as regulações não se prestam à expressão verbal.

No caso do ensino de Espanhol para profissionais do turismo no Brasil, conforme relatado na Introdução, há problemas até mesmo na primeira antecipação. O levantamento bibliográfico<sup>22</sup> realizado tanto na produção acadêmica espanhola, quanto na brasileira, indica que esta dissertação é a primeira tentativa na criação de parâmetros que possam servir de base para a programação docente, para o caso específico dos profissionais atuantes em agências de viagens emissivas brasileiras.

Da mesma forma que precisei preparar o programa do curso de Espanhol para meus alunos de Turismo, dezenas de outros professores também tiveram que fazê-lo. Acredito que eles, assim como eu, tenham recorrido a seus conceitos preestabelecidos, já que não havia conceitos construídos para o ensino com esses fins específicos, e a consultas informais com profissionais do turismo ou textos encontrados em sítios da *internet*. Em muitos casos, não há sequer formação específica em Espanhol para o Turismo, pois os cursos, mesmo no bacharelado, são para fins gerais, como acontecia na segunda Instituição de Ensino Superior (IES) onde trabalhei.

### **2.3 Linguagem e trabalho**

A preocupação dos lingüistas com o estudo da linguagem em situação de trabalho é recente. Segundo Souza-e-Silva (2002, p.61-62), a colaboração interdisciplinar entre a Lingüística e as Ciências do Trabalho iniciou-se na França nos anos 80, com a formação dos grupos de pesquisa *Analyse Pluridisciplinaire des Situations de Travail* (APTS) e

---

<sup>21</sup> Sobre os aspectos teóricos e metodológicos do dispositivo entrevista, ver parte 2, item 3.2.1.

<sup>22</sup> Ver capítulo 3, parte 2.

*Langage et Travail* (L&T). Na década de 90, chegou ao Brasil, onde também se organizaram grupos de pesquisa, como o Atelier<sup>23</sup>.

A abertura desse campo de reflexão é fundamental para a compreensão do trabalho. Não existe situação de trabalho em que não haja algum tipo de interação verbal, mesmo que ela não faça parte da realização da atividade *stricto sensu* e, como afirmam Faïta e Donato (1997, p.149), não é possível compreender e investigar as atividades sem as contribuições provenientes das trocas verbais entre os trabalhadores. Segundo França (2002, p.60, grifo da autora) “[...] a produção de conhecimento nas e sobre as **situações de trabalho** tem de dar lugar e ouvir a voz daqueles que têm a experiência no trabalho. São eles que sentem calor, se irritam e têm prazer no trabalho que estão fazendo”.

Outra importante observação diz respeito às características dos estudos lingüísticos sobre a atividade de trabalho, em que não é possível apenas coletar os materiais verbais em situação, delimitar um *corpus* e aplicar-lhe determinadas categorias de análise de maneira descontextualizada (FRANÇA, 2002, p.78-80; 2004, p.120). Essa prática lingüística que, segundo França (2004), reduz o ser humano a uma máquina falante, abre espaço para que os ergonomistas duvidem da contribuição de um lingüista em análises do trabalho. No entanto, em situações de trabalho a linguagem não deve ser analisada, como afirma Nouroudine (2002, p.21-22):

[...] unicamente como discurso pré e/ou pós-experiência, mas, sobretudo, como parte da atividade em que constituintes fisiológicos, cognitivos, subjetivo, social etc., se cruzam em um complexo que se torne ele próprio uma marca distintiva de uma experiência específica em relação a outras.

Nesse sentido, França (2002, p.78-80) sustenta que uma abordagem dos estudos da linguagem no trabalho requer a criação de métodos adequados para cada situação específica, pois é um domínio no qual manifestações plurissemióticas (gesto, fala, escrita) são indissociáveis das práticas sociais não languageiras.

A primeira tentativa de recorte metodológico da análise da linguagem em situação de trabalho (FRANÇA, 2002, p.81) foi a distinção das falas proposta por Johnson e Kaplan, em 1979, e desenvolvida por Lacoste (1998).

Essa proposta diferencia a linguagem **sobre, no e como** trabalho. A linguagem **sobre** o trabalho é a produção de saber sobre a atividade, seja durante a sua realização,

---

<sup>23</sup> Grupo de pesquisa sediado no Programa de Pós-Graduação em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem (LAEL) da PUC/SP e que conta com parcerias na UERJ, USP, UNISINOS, UFPE, UNIRIO e UFMT.

entre os próprios atores, seja em algum questionamento posterior, como por exemplo quando o trabalhador é consultado por um pesquisador. A linguagem **como** trabalho é aquela que é utilizada durante e para a realização da atividade. Por fim, a linguagem **no** trabalho é que não se relaciona diretamente com a execução da atividade, mas que ocorre na própria situação de trabalho (LACOSTE, 1998).

A distinção das falas, apesar das suas limitações, tem a vantagem de ter sido a primeira tentativa de sistematização do problema e de ter provocado um deslocamento nas análises. Segundo Lacoste (1998), a explicitação de que a linguagem **sobre** o trabalho é diferente da linguagem **como** trabalho, deslocou a atenção dos analistas, que anteriormente centravam suas pesquisas nas falas dos operadores **sobre** seu trabalho e negligenciavam o papel da linguagem na própria atividade. Nouroudine (2002, p.18), por sua vez, ressalta que a complexidade do trabalho está na linguagem como um todo, mas se traduz de maneiras diferentes em cada um dos elementos da tripartição das falas.

No contexto de realização desta pesquisa, a distinção das falas é importante porque os procedimentos metodológicos recomendados pela LSP, que são fundamentalmente questionários e entrevistas, são espaços de manifestação da linguagem **sobre** o trabalho. Sem desprezar esse aspecto, pois a fala **sobre** o trabalho, como afirma Nouroudine (2002, p.26), pode fazer emergir informações relevantes sobre ele, o foco do professor de línguas para formação profissional deve estar, em essência, na linguagem **como** trabalho. Somente com a pesquisa de campo, com a presença do pesquisador em situação de trabalho é possível analisar a linguagem como trabalho e a maneira como ela se insere no conjunto das atividades. No caso do trabalho dos agentes de viagens, a linguagem é o elemento essencial do trabalho, pois é através dela que a atividade se realiza.

Cabe acrescentar que a concepção de linguagem adotada nesta dissertação é a do enunciado concreto e dialógico desenvolvido pelo círculo de Bakhtin, assunto que será tratado a seguir.

### 3 A CONCEPÇÃO DIALÓGICA DA LINGUAGEM

É curioso observar que em toda a bibliografia consultada e citada no capítulo 1 sobre LSP não apareça explicitamente a concepção de linguagem desses autores e nem haja nenhuma discussão sobre o assunto. Pode-se subentender que essa ausência deve-se a um dos seguintes motivos: a crença de que um curso para fins específicos, por seu caráter diretamente relacionado a uma atividade profissional, não requer nenhuma reflexão sobre a língua; a concepção do ensino da língua estrangeira a partir da visão taylorista do trabalho, na qual há, por um lado os que decidem e pensam – os autores – e, por outro, aqueles que executam – os professores (DAHER; SANT’ANNA, artigo em fase de elaboração)<sup>24</sup>. Esse último motivo relaciona-se ao fato de a maior da bibliografia ser composta de manuais para professores.

Mesmo que não o explicitem, percebe-se que partilham dos pressupostos sistêmico-funcionais da linguagem (HALLIDAY, 1985) e da teoria de Hymes (1995) sobre a competência comunicativa. Portanto, concebem a língua como um instrumento de interação social, cuja principal função é a comunicação. O sujeito lingüístico é visto de forma homogênea, capaz de controlar o processo enunciativo (DAHER; SANT’ANNA, 2002).

A perspectiva teórica desta investigação percorre outro caminho, o da concepção de linguagem a partir dos preceitos propostos pelo círculo de Bakhtin, cujas principais características serão apresentadas e discutidas neste capítulo.

---

<sup>24</sup> *A formação do professor de E/LE: a construção de um coletivo profissional*, de autoria de Maria del Carmen F.G. Daher e Vera Lucia de Albuquerque Sant’Anna.

### 3.1 O enunciado concreto

Bakhtin foi um dos primeiros estudiosos a repensar o objeto dos estudos lingüísticos e, em lugar de considerar a língua como um fenômeno abstrato, tal como concebida por Saussure (1993), centra seus estudos no enunciado concreto como a “real unidade da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003, p.274).

O enunciado concreto do círculo de Bakhtin (2003) é uma unidade que possui três peculiaridades constitutivas: a alternância dos sujeitos do discurso, a conclusibilidade e a relação com próprio autor e com os demais participantes da comunicação discursiva.

A alternância dos sujeitos do discurso é a primeira peculiaridade constitutiva do enunciado (BAKHTIN, 2003, p.279-280). Como todo enunciado possui uma inteireza, ele é, por um lado uma resposta a enunciados anteriores e, por outro, implica uma resposta de outros sujeitos, mesmo que silenciosa, ou seja, uma compreensão responsiva. Por isso, a alternância dos sujeitos não se refere apenas a uma situação de diálogo cotidiano imediato, pois um romance pressupõe uma compreensão responsiva dos seus leitores.

A segunda peculiaridade do enunciado é a sua conclusibilidade que, como ressalta Bakhtin (2003, p.280-282), relaciona-se intrinsecamente com a alternância dos sujeitos do discurso, pois somente um enunciado completo possibilita uma resposta. A conclusibilidade do enunciado é determinada por três elementos: a exauribilidade semântico-objetal do seu tema, a intenção discursiva do sujeito e as suas formas estáveis de gênero. O primeiro elemento, o tratamento exaustivo do tema do enunciado, não diz respeito a uma exauribilidade de um objeto, e sim do que é definido pelo autor como o objetivo daquele enunciado. A intenção discursiva, segundo elemento da conclusibilidade do enunciado, é o querer-dizer do sujeito, seu projeto de discurso, a verbalização da sua idéia por meio do todo do enunciado do seu volume e suas fronteiras. O último elemento, a escolha das formas típicas composicionais e de gênero do acabamento, é determinado, entre outros, pelo campo da comunicação discursiva, pelas considerações temáticas, pela situação da comunicação e pelos seus participantes.

A terceira peculiaridade do enunciado é a relação do enunciado com seu autor e com os demais participantes da comunicação discursiva. Portanto, o enunciado é, por um lado, a “expressão da posição do falante individual em uma situação concreta de comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003, p.289); por outro, está endereçado a alguém, e disso depende a sua construção composicional e o seu estilo.

Todas essas peculiaridades do enunciado concreto são constitutivas e indissociáveis. Elas também estão relacionadas a uma característica fundamental do enunciado bakhtiniano: o dialogismo.

### 3.2 O dialogismo

O dialogismo sob a perspectiva do círculo de Bakhtin concebe que todos os enunciados estão intrinsecamente relacionados a outros: “cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados” (BAKHTIN, 2003, p.272). Assim, não existe discurso que não contenha marcas de outros discursos.

Esses elos unem um enunciado não apenas aos que lhe são anteriores numa determinada interação, mas também aos subseqüentes. Além disso, os enunciados mantêm uma relação dialógica e são atravessado por todos os discursos que temporalmente o precedem. Portanto, mesmo que tenha a aparência de um monólogo, o enunciado é dialógico, pois interage com todos os outros discursos já enunciados e com os que ainda estão por vir.

Apesar de considerar que o locutor tem um intuito discursivo, um querer-dizer, Bakhtin (2003, p.288) afirma que o sentido de um enunciado só possui sentido pleno “em condições concretas de comunicação discursiva”, ou seja, ele é construído na enunciação<sup>25</sup>. Logo, não existe um sentido em si mesmo, mas em relação aos sentidos de outrem, dialogicamente:

O sentido é potencialmente infinito, mas pode atualizar-se somente em contato com outro sentido (de outro), ainda que seja com uma pergunta do discurso interior do sujeito da compreensão. Ele deve sempre contactar com outro sentido para revelar os novos elementos da sua perenidade (como a palavra revela os seus significados somente no contexto). Um sentido atual não pertence a um (só) sentido mas tão-somente a dois sentido que se encontraram e contactaram (BAKHTIN, 2003, p.382).

Se o enunciado só adquire sentido na enunciação, é fundamental para a sua análise saber quem são os participantes da interação. Isso quer dizer que nenhum enunciado está

---

<sup>25</sup> Segundo Souza (1999, p.42-48), Bakhtin e seu Círculo utilizavam apenas uma palavra em russo (*vyskazyvanie*) para referir a ambas idéias, e que foi nas traduções ao francês e, posteriormente, a outras línguas, é que surgiram os dois termos. Em virtude disso, incorporou-se a distinção entre enunciado e enunciação, que na verdade, foi criada por Benveniste e adotada por Todorov, Kristeva e Yaguello, principais propagadores das obras de Bakhtin na França.

pronto e existe fora da comunicação entre o “emissor” e o “receptor”. Na verdade, esses papéis tradicionais de sujeito ativo e passivo na transmissão de uma mensagem não existem para Bakhtin, pois a enunciação é sempre dialógica e supõe a participação ativa de todos os envolvidos no ato comunicativo. Para manifestar a idéia de que ambos desempenham papéis ativos na interação, a Análise do Discurso de linha enunciativa prefere utilizar os termos enunciador e co-enunciador (CHARADEAU; MAINGUENEAU, 2004, p.155).

Cabe acrescentar que nem sempre o destinatário (co-enunciador) de um enunciado coincide com o sujeito empírico que o responde. Segundo Bakhtin (2003, p.301-302), quando há essa coincidência pessoal, na verdade, uma só pessoa está desempenhando dois papéis. Para diferenciar esses dois planos, Maingueneau (2000, p.23) utiliza os termos co-enunciador modelo (ou ideal) e co-enunciador efetivo (ou empírico).

O endereçamento do enunciado é essencial porque, ao construí-lo, o enunciador antecipa a resposta do destinatário (co-enunciador modelo) e leva em consideração o seu conhecimento e visão tanto do mundo quanto do tema em questão. Esse aspecto determina as escolhas do enunciador ao construir aquele enunciado, inclusive o **gênero do discurso** utilizado.

### 3.3 Os gêneros do discurso

O enunciado é dialógico e não existe fora de um contexto, de uma atividade humana, de uma situação social. Se toda esfera de atividade humana está relacionada com a utilização da língua, cada uma delas elabora “tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2003, p.261-262), que são os gêneros do discurso.

Bakhtin (2003, p.284-285) menciona que muitas vezes algumas pessoas dominam muito bem uma língua, mas não são capazes de comunicar-se em determinados campos, pois não dominam as formas dos seus gêneros do discurso. Isso ocorre porque, para comunicar-se nas diferentes esferas das atividades humanas, há de dominar-se o repertório dos seus gêneros. O autor ressalta também que os empregamos mais livremente quanto melhor os dominamos.

Na perspectiva bakhtiniana, as condições específicas e as finalidades de cada campo das atividades humanas são refletidas nos seus gêneros a partir de três elementos: o

conteúdo temático, o estilo da linguagem e, principalmente, a construção composicional (BAKHTIN, 2003, p.261).

Nesse sentido, cada função e cada condição de comunicação discursiva geram determinado gênero do discurso:

Uma determinada função (científica, técnica, publicística, oficial, cotidiana) e determinadas condições de comunicação discursiva, específicas de cada campo, geram determinados gêneros, isto é, determinados tipos de enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis (BAKHTIN, 2003, p.266).

Esses três elementos conformadores dos gêneros, estilo, tema e construção composicional, estão intrinsecamente relacionados entre si:

O estilo é indissociável de determinadas unidades temáticas e – o que é de especial importância – de determinadas unidades composicionais: de determinados tipos de construção do conjunto, de tipos de acabamento, de tipos da relação do falante com outros participantes da comunicação discursiva – com os ouvintes, os leitores, os parceiros, o discurso do outro, etc (BAKHTIN, 2003, p.266)

O conteúdo temático é o sentido do enunciado completo, o estilo se relaciona com a “seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua” utilizados na composição do gênero<sup>26</sup> e a construção composicional diz respeito à estruturação dos seus elementos, ao seu acabamento e à relação dialógica entre os interlocutores.

Bakhtin (2003, p.263-264) classifica os gêneros em primários e secundários. Os primários são os constituídos pela comunicação espontânea, aquela que não é formulada antecipadamente, seja oral, seja escrita. São gêneros primários os diálogos do cotidiano, as cartas e a maioria dos correios eletrônicos trocados no dia-a-dia. Os gêneros secundários são aqueles que requerem uma formulação e um acabamento mais complexo, desenvolvido e organizado. São os romances, as pesquisas científicas, os folhetos e correios eletrônicos de caráter publicitários etc.

---

<sup>26</sup> Há uma série de elementos implicados na definição de **estilo** para o Círculo de Bakhtin. Entretanto, está fora do escopo desta pesquisa sua discussão, pois, como veremos no capítulo 7 da parte 2, a análise dos gêneros utilizados em situação de trabalho das agentes de viagens se fundamentará na sua construção composicional.

### 3.4 Dialogismo como fundamento para a análise do trabalho

No subitem 2.3 foi mencionada uma certa desconfiança de alguns ergonomistas com relação à real contribuição de um lingüista para a análise do trabalho. Esse problema foi abordado por França (2004) que relaciona essa suspeita a uma concepção mecanicista e racionalista da linguagem, subjacente a algumas práticas, que iguala o ser humano a uma “máquina falante” e é incapaz de dar conta de um estudo lingüístico que considere a complexidade do ser humano e do seu trabalho.

De acordo com França (2004, p.125), a concepção dialógica de linguagem do círculo de Bakhtin vai ao encontro dessa complexidade por considerar a língua como uma atividade concreta de trocas verbais. Dessa forma, tal concepção possibilita um estudo lingüístico-dialógico de situação de trabalho que integra ao fenômeno verbal o atributo “industrioso”, relativo à potência humana de agenciamentos da vida. A língua é, assim, concebida como fruto do trabalho humano de interações entre sujeitos que se dão nas mais diversas esferas de atividade. Para Bakhtin (2003, p.265), o dialogismo constitutivo da linguagem está presente em cada enunciado, pois “a língua passa a integrar a vida através de enunciados concretos (que a realizam); é igualmente através de enunciados concretos que a vida entra na língua”.

Nessa perspectiva, o papel do lingüista que centra seus estudos nos enunciados concretos é a de um participante daquele diálogo:

A compreensão de enunciados integrais e das relações dialógicas entre eles é de índole inevitavelmente dialógica (inclusive a compreensão do pesquisador de ciências humanas); o entendedor (inclusive o pesquisador) se torna participante do diálogo ainda que seja em um nível especial (em função da tendência da interpretação e da pesquisa). [...] Um observador não tem posição *fora* do mundo observado, e sua observação integra como componente o objeto observado (BAKHTIN, 2003, p.332, grifo do autor).

Por meio da compreensão do enunciado concreto e dialógico como “real unidade da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003, p.274), a interface entre a Lingüística e as Ciências do Trabalho ganha uma nova dimensão: por um lado, não existe atividade humana sem uso da linguagem; por outro, não há linguagem fora de um campo da sua atividade humana.

Explicitados os conceitos e teorias que fundamentaram esta pesquisa, passemos à segunda parte desta dissertação, sobre o trabalho dos agentes de viagens.

**PARTE 2**  
**O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS**

## 1 O TURISMO

turismo. [Do ingl. *tourism*, pelo fr. *tourisme*.] S. m. 1. Viagem ou excursão, feita por prazer, a locais que despertam interesse. 2. O conjunto dos serviços necessários para atrair aqueles que fazem turismo (1) e dispensar-lhes atendimento por meio de provisão de itinerários, guias, acomodações, transporte, etc. 3. O movimento de turistas: O turismo na Espanha é muito intenso durante o verão. (FERREIRA, 2004)

Se para um leigo a definição de turismo parece evidente, o mesmo não ocorre no âmbito acadêmico, empresarial e governamental. Desde 1910, quando o economista austríaco Herman Von Schullern definiu pela primeira vez o termo (BENI, 2001, p.34), até os dias atuais, essa discussão é acirrada. Exatamente por isso, apesar de o turismo ser um objeto de estudos muito recente, há uma infinidade de conceituações diferentes.

Mario Beni<sup>1</sup> (2001, p.34-39), considerado o maior especialista brasileiro na área, classifica as definições de turismo em três grandes blocos: econômicas, técnicas e holísticas.

As primeiras são aquelas que somente reconhecem as implicações econômicas ou empresariais do turismo. Um exemplo seria a já mencionada definição de Von Schullern:

[Turismo é] a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região (apud BENI, 2001, p.24).

A principal crítica às definições econômicas do turismo diz respeito à omissão do aspecto social dessa atividade: debate-se acaloradamente se o turismo é uma atividade do

---

<sup>1</sup> Mario Carlos Beni é professor titular do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

setor secundário ou terciário, mas se esquece que ele é um fenômeno que envolve o homem em sociedade.

O segundo tipo de definições do turismo, o das técnicas, é dado pelas organizações governamentais e empresas do ramo. Na verdade, é interessante observar que, mais que definir turismo, elas se preocupam com o que é um turista:

turistas – visitantes temporários que permaneçam pelo menos vinte e quatro horas no país visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências. (OMT apud BENI, 2001, p.35)

Beni considera que as definições técnicas são pouco abrangentes, pois elas teriam como objetivo principal servir de base para pesquisas estatísticas de organizações governamentais e empresas de turismo, e não teorizar ou especular sobre o próprio conceito de turismo.

Por fim, as definições holísticas são aquelas que tentam abranger a totalidade das áreas e atividades implicadas no turismo. A primeira com esse caráter foi a dos suíços Hunziker e Krapf, desenvolvida em 1942 (BENI, 2001, p.36) e reconhecida por várias organizações internacionais. A principal característica dessas definições é considerar o turismo como um campo de estudos, pois abarca muitos aspectos centralizados no elemento humano envolvido, ou seja, o turista.

Uma das conceituações holísticas mais completas é a do próprio Mário Beni (2001, p.37):

Tenho conceituado Turismo como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha de destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bem e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos.

Como pode ser observado, o autor desenvolve a questão a partir de uma perspectiva transdisciplinar, o que faz com que a área – ou campo de estudos, como bem ressalta – se

enriqueça com os aportes de outros saberes como a Antropologia, a Psicologia e a Sociologia, e não apenas daquelas disciplinas que tradicionalmente são vistas como próximas ao Turismo, como a Geografia e a Administração.

Uma das principais características do turismo é oferecer uma grande variedade de serviços.

### **1.1 Os serviços turísticos**

Petrocchi e Bona (2003, p.12) classificam os serviços turísticos em dois grupos principais: produtos de turismo e mercado intermediário.

Os primeiros, produtos de turismo, englobam os serviços públicos (administração turística, postos de informações etc), transportes, recreação e entretenimento, hospedagem e alimentação (BENI, 2001, p.38).

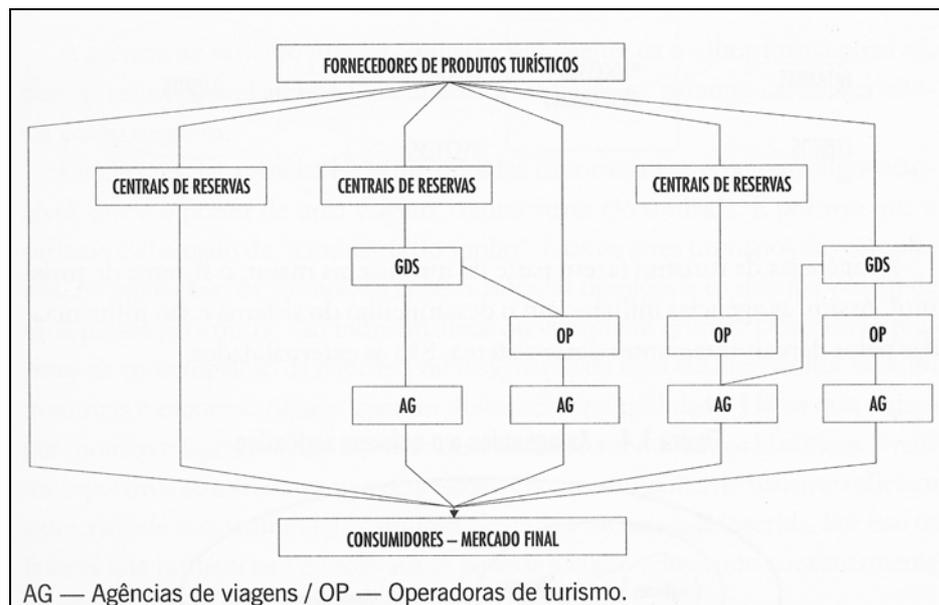
O mercado intermediário, como o próprio nome diz, compõe-se das empresas que fazem a intermediação entre o mercado final e os produtos de turismo: são as agências de turismo, as centrais de reservas e os *Global Distribution Systems (GDS)*<sup>2</sup> (PETROCCHI; BONA, 2003).

Na figura 2, há um esquema da cadeia de distribuição do turismo.

---

<sup>2</sup> Os GDS são bases de dados mundiais utilizados para escolher vôos, emitir bilhetes aéreos, reservar hotéis, alugar veículos, calcular tarifas e câmbio, entre outras funções (TOMELIN, 2001, p.79).

Figura 2 - Cadeia de distribuição do turismo



Fonte: Petrocchi e Bona (2003)

Como as agências de turismo são as prestadoras de serviços turísticos cujas atividades são enfocadas nesta pesquisa, é sobre elas que se realizará uma explanação mais detalhada.

## 1.2 As agências de turismo

As agências de turismo são, conforme dito anteriormente, empresas mediadoras cuja finalidade é comercializar produtos turísticos (BENI, 2001, p.91; PETROCCHI; BONA, 2003, p.11). No Brasil, suas funções são regulamentadas por lei, o Decreto nº 84.934, de 21 de julho de 1980 (BRASIL, 1980), e complementadas pela Deliberação Normativa nº 382, de 11 de setembro de 1997 (EMBRATUR, 1997).

Segundo essa legislação, as atividades privativas das agências de turismo são as seguintes: venda de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões; intermediação na reserva de acomodações; recepção, transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante; operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários; representação de empresas transportadoras, empresas de hospedagem e outras prestadoras de serviços turísticos; divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, dos seus serviços.

Além dessas, as agências também podem assumir outras funções que não lhes são exclusivas: obtenção e legalização de documentos para viajantes; reserva e venda de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros; transporte turístico de superfície; desembarço de bagagens, nas viagens e excursões de seus clientes; agenciamento de carga; prestação de serviços para congressos, convenções, feiras e eventos similares; operações de câmbio manual; corretagem de seguros, especialmente àquela destinada à cobertura de riscos em viagens turísticas através de agências de turismo.

No entanto, de acordo com Tomelim (2001), em todas essas tarefas prescritas por lei não aparecem aqueles que são os principais diferenciais dos serviços prestados atualmente pelas agências de turismo: a orientação ao cliente, a pesquisa e classificação das informações, proporcionando ao turista um tipo de consultoria. Esse é um fenômeno recente, provocado por um conjuntura desfavorável às agências de turismo, com queda nas comissões, o surgimento da *internet* e o acirramento da concorrência.

Segundo dados da Embratur, há no Brasil, mais de 8.000 agências de turismo. Cerca de 46% delas se encontram na região Sudeste<sup>3</sup>:

---

<sup>3</sup> Esses números se alteram quase diariamente. A tabela apresentada foi resultado de uma consulta realizada no dia 1º de outubro de 2004 no sítio da Embratur (2004a).

Tabela 1 - Agências de turismo cadastradas na Embratur

| UF           | AGÊNCIA DE TURISMO |       |
|--------------|--------------------|-------|
|              | QTDE               | %     |
| AC           | 14                 | 0,17  |
| AL           | 108                | 1,32  |
| AM           | 113                | 1,38  |
| AP           | 34                 | 0,42  |
| BA           | 414                | 5,07  |
| CE           | 192                | 2,35  |
| DF           | 286                | 3,50  |
| ES           | 124                | 1,52  |
| GO           | 160                | 1,96  |
| MA           | 90                 | 1,10  |
| MG           | 669                | 8,19  |
| MS           | 189                | 2,32  |
| MT           | 121                | 1,48  |
| PA           | 130                | 1,59  |
| PB           | 95                 | 1,16  |
| PE           | 190                | 2,33  |
| PI           | 54                 | 0,66  |
| PR           | 832                | 10,19 |
| RJ           | 1174               | 14,38 |
| RN           | 91                 | 1,11  |
| RO           | 35                 | 0,43  |
| RR           | 19                 | 0,23  |
| RS           | 763                | 9,35  |
| SC           | 444                | 5,44  |
| SE           | 64                 | 0,78  |
| SP           | 1737               | 21,28 |
| TO           | 22                 | 0,27  |
| <b>TOTAL</b> | <b>8164</b>        |       |

Fonte: EMBRATUR (2004a)

Esses dados incluem as agências de turismo como um todo, apesar de elas serem classificadas por lei em duas categorias. É importante ressaltar que o Rio de Janeiro é o segundo estado com maior número de agências cadastradas e primeiro em número de agências por habitante.

### 1.3 Classificações das agências de turismo

Segundo o Decreto nº 84.934, de 21 de julho de 1980, as agências de turismo se classificam em duas categorias: agências de viagens e agências de viagens e turismo.

Somente as agências de viagens e turismo podem operar viagens e excursões ao exterior, ou seja, organizar, contratar e executar programas, roteiros e itinerários internacionais. Enquanto isso, as agências de viagens podem operar viagens e excursões

rodoviárias e intermediar a venda de viagens e excursões operadas pelas agências de viagens e turismo.

De uma maneira geral, os autores (BENI, 2001; PETROCCHI; BONA, 2003; TOMELIN, 2001; ANDRADE, 2001) coincidem na idéia de que a classificação do Decreto nº 84.934 corresponde à grande ordenação existente no mercado de viagens: as agências de viagens e turismo são as chamadas operadoras de turismo, empresas atacadistas, enquanto as agências de viagens, conhecidas pelo mesmo nome, são as empresas varejistas<sup>4</sup>. No entanto, é importante destacar que é uma prática freqüente no mercado que essas pequenas empresas varejistas se cadastrem legalmente como “agências de viagens e turismo”, pois caso queiram posteriormente operar pacotes internacionais, poderão fazê-lo, sem ter de mudar seu contrato social.

Essa classificação legal, no entanto, não dá conta de toda a realidade do mercado de viagens, pois há vários tipos diferentes de agências de viagens e de operadoras de turismo. Nesse aspecto, não há coincidência entre os autores e, segundo Tomelin (2001, p.25), cada um deles, seja um pesquisador ou uma instituição, apresenta sua própria tipologia.

A classificação aqui proposta é a síntese das apresentadas por Petrocchi e Bona (2003) e por Tomelin (2001). As agências de turismo podem ser, então, dos seguintes tipos:

- (a) generalistas: comercializam produtos turísticos em geral, sejam eles nacionais, internacionais ou de qualquer tipo de turismo<sup>5</sup>;
- (b) especializadas: enfocam um determinado nicho de mercado, um destino ou um tipo de turismo;
- (c) emissivas: dedicam-se à venda ou operação de serviços turísticos que visam à saída de turistas de sua região ou país;
- (d) receptivas: oferecem serviços aos visitantes de outros países ou regiões emissoras.

---

<sup>4</sup> Optei por utilizar nesta dissertação a denominação mais freqüente no mercado de turismo: agência de turismo como termo que engloba todas as empresas que intermedeiam a venda de serviços turísticos no geral; agência de viagens para as empresas varejistas que se ocupam mormente da venda de programas das atacadistas; operadora (de turismo) para as atacadistas que organizam os programas vendidos pelas agências de viagens.

<sup>5</sup> O tipo de turismo diz respeito à motivação, necessidade e preferência dos turistas. Beni (2001, p.151-161) levanta 35 tipos diferentes, como por exemplo, turismo cultural, religioso, congressual, empresarial, ecológico etc.

Cabe ressaltar que essa é uma classificação não-excludente, já que possibilita as mais diversas combinações, e pode ser aplicada tanto às agências de viagens, quanto às operadoras de turismo.

#### **1.4 Os profissionais do turismo no Brasil atual**

A única pesquisa de que se tem notícia sobre a situação atual dos profissionais do turismo no Brasil foi publicada em 2001 pelo Instituto de Hospitalidade (IH)<sup>6</sup>. Seu objetivo foi traçar:

[...] o Perfil dos Profissionais no Mercado de Trabalho do Setor de Turismo no Brasil, identificando qualitativa e quantitativamente as pessoas que atuam nos diversos segmentos deste setor, em cada região e em áreas específicas do país (2001a, p.9).

O estudo foi feito com base nos dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

Para determinar quais segmentos seriam considerados como parte do setor do turismo, o IH se baseou na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) – utilizada na PNAD – e os agrupou em grandes áreas: bares e restaurantes, transportes, entretenimento e lazer, hotéis e pousadas, agências de viagens e empresas de turismo.

Segundo os resultados dessa pesquisa, o setor do turismo ocupava, em 1999, 4,4 milhões de trabalhadores, 6,1% do total da economia do país. É importante destacar que entre 1992 e 1999 o crescimento do número de pessoas trabalhando nesse setor foi de 24%, cifra bastante superior ao incremento da economia, que foi de 10%. Isso indica que o turismo está, sem dúvida, em franca expansão no país, apesar de ainda ter uma participação pequena na nossa economia, se comparada com a situação de países mais desenvolvidos. As agências de viagens e empresas de turismo apresentaram o maior aumento do número de postos de trabalho, 46% entre 1992 e 1999 (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2001a, p.17).

---

<sup>6</sup> O Instituto de Hospitalidade (2004) é “uma associação de direito privado, sem fins lucrativos, constituída em 1997 por 32 entidades (...) com o objetivo social de contribuir para a promoção da educação e da cultura da hospitalidade, visando o aprimoramento do setor do turismo e sua contribuição ao desenvolvimento sustentado do Brasil, através da concepção e desenvolvimento de programas e da mobilização e articulação de agentes representativos da sociedade”. O IH realizou uma série de pesquisas sobre os profissionais do turismo, três delas foram utilizadas nesta dissertação (2001a, 2001b, 2001c).

Do total de trabalhadores do turismo, 53% estão na área de bares e restaurantes, 31%, em transportes, 7%, em entretenimento e lazer, 6%, em hotéis e pousadas e 3% em agências de viagem e empresas de turismo (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2001a, p.17). Note-se que somente 9% do total estão empregados em atividades exclusivamente turísticas, que são as de hotelaria, agenciamento e planificação.

A metade dos trabalhadores do setor, 50,4%, está concentrada na região Sudeste. O Estado de São Paulo emprega 25,1% dos profissionais do turismo, seguido pelo Rio de Janeiro, com 13,5%.

Com relação às funções dos trabalhadores nas agências de turismo destacam-se: agentes de venda de passagem ou agentes de turismo (13,4%), agentes ou emissores de passagem aérea (7,5%) e donos ou sócios (7,5%). Os dados completos são os seguintes:

Tabela 2 - Ocupação dos profissionais nas agências de turismo

| OCUPAÇÃO  | TOTAL  | %    |
|---|--------|------|
| Agentes de venda de passagem / Agentes de turismo                           | 15.331 | 13,4 |
| Ajudantes / Auxiliares diversos   | 8.693  | 7,6  |
| Agentes de passagem aérea / Emissores de passagem aérea                     | 8.541  | 7,5  |
| Donos / Sócios (Empregadores)   | 8.515  | 7,4  |
| Motoristas  | 6.827  | 6,0  |
| Agentes / Controladores / Inspetores em Transportes                         | 5.364  | 4,7  |
| Diretores / Gerentes / Administradores                                      | 5.070  | 4,4  |
| Supervisores / Chefes /Encarregados   | 4.567  | 4,0  |
| Donos / Sócios (Conta Própria)  | 4.108  | 3,6  |
| Trabalhador braçal / Carregador / Descarregador                             | 3.151  | 2,8  |
| Operadores / Digitadores no processamento de dados                          | 2.789  | 2,4  |
| Mensageiros / <i>Office-boys</i>  | 2.542  | 2,2  |
| Técnicos de turismo   | 2.246  | 2,0  |
| Balconistas / Atendentes  | 2.176  | 1,9  |
| Secretárias   | 1.405  | 1,2  |
| Ocupações diversas em agências de viagem / empresas de turismo <sup>7</sup> | 18.973 | 16,6 |
| Outras  | 14.245 | 12,4 |

Fonte: Instituto de Hospitalidade (2001a)

Em linhas gerais, o perfil do trabalhador de agências de viagens e de empresas de turismo é o seguinte (2001a, p.31-41):

- (a) pertence ao sexo masculino (67% do total). Esse resultado se afasta do total nacional (59,7% de homens e 40,3% de mulheres), mas é muito próximo da média do setor do turismo (66% de homens e 34% de mulheres);
- (b) tem 34,2 anos, dado semelhante ao total do Brasil (35,5 anos) e do turismo (35,2 anos);
- (c) estudou 10,1 anos, número bem superior à média do setor (6,8 anos) e do país (6,3 anos);

<sup>7</sup> Aqui estão incluídos os guias de turismo que são empregados pelas agências de viagens.

- (d) trabalha 41,5 horas semanais. A média do setor do turismo é considerada muita alta (47,3 horas/semana), já que está acima do permitido por lei.
- (e) tem um salário de R\$837,00 mensais, o que representa quase o dobro da média do setor (R\$478,00) e do país (R\$428,00);
- (f) trabalha com carteira assinada (52,2%), por conta própria (14,4%) ou é dono do próprio negócio (8,7%). No setor do turismo, o panorama é diferente, pois 35% trabalham com carteira assinada, 31,1% por conta própria e 6,2% são os donos dos seus negócios. Na média brasileira, 27,4% têm carteira assinada, 23,2% trabalham por conta própria e 4,1% são donos do seu negócio.

Pode-se verificar que a situação do profissional atuante em agências de viagens costuma ser melhor que a dos demais trabalhadores do turismo e da média dos brasileiros. Se considerados somente os dados do Sudeste, essa situação seria ainda melhor, já que as diferenças regionais são significativas, principalmente entre as condições encontradas no Sudeste/Sul em comparação com as do Norte/Nordeste.

### **1.5 A formação dos profissionais do turismo**

Segundo a pesquisa do IH sobre o perfil dos profissionais de turismo no Brasil (2001a, p.34), a escolaridade média dos trabalhadores do setor é de 6,3 anos de estudo, o que corresponde ao ensino fundamental incompleto. Somente no caso das empresas de lazer e entretenimento e das agências de viagens e empresas de turismo a média de escolaridade corresponde ao ensino médio incompleto, com 8,6 e 10,1 anos de estudo, respectivamente.

Em outra pesquisa do mesmo instituto, intitulada “Demanda por Capacitação Profissional no Setor de Turismo no Brasil” (2001b), o resultado a respeito do requisito mínimo de escolaridade exigido pelas empresas na contratação de pessoal é o seguinte:

- (a) 32% - ensino fundamental completo;
- (b) 25% - ensino médio completo;
- (c) 20% - nenhum;
- (d) 18% - alfabetização;
- (e) 5% - outros.

As agências de viagens aparecem como as empresas mais exigentes na contratação de trabalhadores, pois 70% delas mencionam o ensino médio completo como requisito mínimo (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2001b, p.51).

Não há dados quanto à formação específica em Turismo desses profissionais, no entanto, pode-se deduzir que pelo menos 43% deles, muito provavelmente, não tiveram nenhum tipo de educação profissional formal na área. Essa dedução se baseia na própria estrutura desse tipo de ensino que, segundo dados do MEC (2004a), organiza-se em três níveis:

- básico: cursos destinados a trabalhadores jovens e adultos. Independem de escolaridade pré-estabelecida e têm por objetivo requalificar. Por se tratar de cursos livres, não requerem regulamentação curricular;
- técnico, para jovens e adultos que estejam cursando ou tenham concluído o ensino médio, mas cuja titulação pressupõe a conclusão da educação básica de 11 anos;
- tecnológico, que dá formação superior, tanto de graduação como de pós-graduação, a jovens e adultos.

Trabalhadores que não tenham concluído o ensino médio, não podem realizar cursos profissionalizantes de nível técnico e tecnológico, apenas os básicos, que legalmente não possuem pré-requisitos quanto à escolaridade. Contudo, a principal instituição responsável pela oferta de cursos básicos na área, o SENAC (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2001b, p.67), exige, no mínimo, o ensino fundamental completo. Outras instituições localizadas na cidade do Rio de Janeiro e que oferecem esses cursos básicos e técnicos têm como pré-requisito o ensino médio completo. O mesmo ocorre com a formação de guias de turismo que, pelo Decreto nº. 946 (BRASIL, 1993), também exige o ensino médio completo.

A formação universitária em Turismo vem se consolidando, apesar de recente e ainda pouco significativa no conjunto do setor como demonstrado nas pesquisas do IH (2001a; 2001b). Os primeiros cursos superiores de Turismo no Brasil surgiram nos anos 70, fundamentalmente em IES privadas: em 1971, a Faculdade de Turismo do Morumbi (SP); em 1973, na Faculdade Ibero-Americana de Letras e Ciências Humanas (SP); em 1974, na Faculdade da Cidade (RJ) e na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (SP); em 1975, na Pontifícia Universidade Católica de Pernambuco; em 1976, na Faculdade Associação Educacional do Litoral Santista (SP). Nas IES públicas, o pioneirismo coube à Universidade de São Paulo, em 1973 (TEIXEIRA, 2003). No entanto,

de acordo com a ABDETH - Associação Brasileira dos Dirigentes das Escolas de Turismo e Hotelaria (DÉCADA, 2001), a maior expansão ocorreu nos anos 90, com um incremento de 1.757% no número de cursos superiores de Hotelaria e 900% nos de Turismo.

Segundo dados do “Cadastro das Instituições de Ensino Superior” do Ministério da Educação (2004b), há 601 cursos superiores<sup>8</sup> de Turismo, Turismo e Hotelaria ou Hotelaria reconhecidos ou autorizados em todo o Brasil, oferecidos por 493 IES, dentre as quais 90 são universidades e apenas 28, públicas.

No Estado do Rio de Janeiro há 22<sup>9</sup> cursos superiores reconhecidos e autorizados, oferecidos por 19 IES<sup>10</sup>. Reproduzindo o padrão nacional, somente duas dessas IES são públicas, cujos cursos são de recente implantação: Universidade Federal Fluminense (UFF) e Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), ambos iniciados em 2003.

É importante destacar que as principais competências e habilidades que os cursos de graduação em Turismo devem desenvolver (BRASIL, 2002) relacionam-se com o planejamento e a compreensão, enquanto que nos técnicos (BRASIL, 1999) estão relacionadas à organização, operação e execução.

Quanto à grade curricular, cada instituição costuma dar ênfase a determinadas áreas do setor de turismo, mas segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais (BRASIL, 2002), a organização curricular dos cursos de Turismo deve contar com:

- I – Conteúdos Básicos: estudos relacionados com os aspectos Sociológicos, Antropológicos, Históricos, Filosóficos, Geográficos, Culturais e Artísticos, que conformam as sociedades e suas diferentes culturas;
- II – Conteúdos Específicos: estudos relacionados com a Teoria Geral do Turismo, Teoria da Informação e da Comunicação, estabelecendo ainda as relações do Turismo com a Administração, o Direito, a Economia, a Estatística e a Contabilidade, além do domínio de, pelo menos, uma língua estrangeira;
- III – Conteúdos Teórico-Práticos: estudos localizados nos respectivos espaços de fluxo turístico, compreendendo visitas técnicas, inventário turístico, laboratórios de aprendizagem e de estágios.

---

<sup>8</sup> Estão incluídos nesses dados os Cursos Seqüenciais Superiores, tanto os de Formação Específica quanto os de Complementação de Estudos, e as Graduações, Bacharelados ou Tecnológicas.

<sup>9</sup> Em informações obtidas nas IES em questão, dos 22 cursos reconhecidos e autorizados, 2 não são oferecidos.

<sup>10</sup> Os dados completos encontram-se no anexo A.

E os de Hotelaria:

- I – Conteúdos Básicos: estudos relacionados com as Ciências Humanas, com ênfase na Psicologia, Sociologia e na Geografia Física, Humana, Política e Econômica, e com as Ciências da Comunicação e das Artes;
- II – Conteúdos Específicos: estudos relacionados com a Administração, a Economia e o Direito, aplicados à Hotelaria, interligados com o Turismo, além de estudos sobre Sistemas de Comunicação e Informática, incluindo domínio de, pelo menos, uma língua estrangeira;
- III – Conteúdos Teórico-Práticos: obtidos pelos sistemas informatizados, incluindo Laboratórios, com as diversas interligações em rede, cujos produtos sejam postos à disposição do fluxo turístico, observadas as peculiaridades do mercado hoteleiro, Estágio Curricular Supervisionado, Estágios Integradores, Atividade Extra-classe, Atividades de Pesquisa e de Iniciação Científica e Atividades Complementares.

Um exemplo de uma grade curricular encontra-se no anexo B.

É importante destacar que a pesquisa científica em Turismo é ainda muito incipiente no Brasil. Reconhecidos pela CAPES (2004), há não mais que quatro programas de mestrado<sup>11</sup> e nenhum de doutorado.

Feitas essas considerações sobre o setor do turismo, passemos àquelas sobre o ensino de Língua Espanhola.

---

<sup>11</sup> Hospitalidade na FAM (SP), Turismo na UCS (RS), Turismo e Hotelaria na UNIVALI (SC) e Turismo e Meio Ambiente na UMA (MG).

## **2 O ENSINO DE LÍNGUA ESPANHOLA PARA O TURISMO NO BRASIL**

Este capítulo visa, em primeiro lugar, a apresentar um pequeno histórico do ensino de Espanhol no Brasil e alguns elementos conjunturais sobre a sua expansão a partir da década de 90. A partir dessas questões, serão discutidos certos aspectos sobre o ensino de Língua Espanhola para o Turismo, especialmente nos cursos superiores.

### **2.1 O ensino de Língua Espanhola no Brasil: aspectos conjunturais**

A expansão do ensino da Língua Espanhola no Brasil nos últimos anos é um fenômeno impressionante. O espanhol, língua materna de cerca de 400 milhões de pessoas e idioma oficial em 21 países, há cerca de vinte anos ocupava uma posição secundária entre as línguas estrangeiras estudadas no nosso país. Atualmente, apesar da inexistência de dados seguros sobre o assunto, é indubitavelmente a segunda em importância.

No entanto, apesar dessa recente expansão, a presença da Língua Espanhola nas escolas brasileiras remonta ao ano de 1942 quando, em plena Segunda Guerra Mundial, o governo Vargas rompe relações com o Eixo e substitui o Alemão pelo Espanhol na grade curricular obrigatória brasileira (DAHER; ALMEIDA, 2004). Tal obrigatoriedade foi derrubada em 1961, com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, que deixava a cada escola a liberdade de escolher qual língua estrangeira ensinar. Isso fez com que o Inglês e o Francês se tornassem hegemônicos durante, pelo menos, três décadas.

O movimento de retorno do Espanhol ao ensino regular começa nos anos 80, especialmente após a fundação, em 1981, da Associação de Professores de Espanhol do Estado do Rio de Janeiro (APEERJ). A primeira vitória importante do movimento ocorre

em 1984, quando uma lei estadual incluiu no currículo das escolas do estado o ensino da língua (DAHER; ALMEIDA, 2004). Paralelamente, surgiam associações em outros estados do país e, nessa mesma década, ocorreram os seus primeiros congressos nacionais de professores de Espanhol.

Nos anos 90, diversos fatores da conjuntura nacional e internacional fizeram com o Espanhol começasse a se tornar a segunda língua estrangeira mais importante no Brasil. Muito se tem pesquisado e especulado sobre os motivos de tal crescimento e os fatores mais mencionados costumam ser os seguintes:

- (a) o advento do Mercosul em 1991 que, ao estreitar os laços comerciais entre Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai, criou a primeira grande demanda de ensino de Espanhol no país;
- (b) o estabelecimento de diversas empresas espanholas no Brasil, sobretudo após 1996, fazendo com que a Espanha se tornasse o segundo maior investidor no nosso país<sup>12</sup>;
- (c) o fato de o espanhol ser considerado atualmente a segunda língua internacional, demonstrando que seu crescimento não ocorre apenas no Brasil, mas em muitos outros países, com destaque para os Estados Unidos e para a China (INSTITUTO CERVANTES, 2000);
- (d) relacionada ao fator anterior, a forte atuação do governo da Espanha no impulso do idioma, com destaque para a criação, em 1988, dos exames para obtenção dos *Diplomas de Español como Lengua Extranjera* (DELE), aplicados pela primeira vez no Brasil em 1989 (MORENO FERNÁNDEZ, 2000), e para a fundação, em 1991, do Instituto Cervantes, instituição cuja função é a promoção da língua e da cultura dos países hispânicos;
- (e) a criação, em 1996, do conceito de *Español Recurso Económico*, setor que engloba todas as atividades derivadas do idioma, como as editoriais, audiovisuais, musicais, tecnológicas e, principalmente, o ensino do Espanhol como Língua Estrangeira: o idioma claramente visto como um produto de exportação (BERDUGO, 2000). É relevante o fato de que no último *Congreso Internacional de la Lengua Española* (2001) um dos quatro assuntos principais foi exatamente “*El activo del Español*”.

---

<sup>12</sup> Os dois primeiros fatores estão bem desenvolvidos no artigo de Moreno Fernández (2000).

De todo o exposto acima, depreende-se uma forte motivação econômica para a expansão do ensino de E/LE no Brasil e no mundo. Aliás, este fator demonstrou ser, pelo menos nos últimos 50 anos, preponderante para a difusão internacional das línguas estrangeiras, como ocorre com o inglês. Apesar de, uma vez mais, faltarem fontes estatísticas sobre o assunto, todos os que somos professores de E/LE sabemos que a principal demanda é de jovens e adultos que desejam aprender o idioma para utilizá-lo em suas atividades profissionais ou de estudantes que querem preparar-se para o mercado de trabalho ou para os exames de Vestibular.

É evidente que este público tem interesses específicos ao estudar Espanhol. Não se trata apenas de conhecer a língua para fins gerais, mas de alcançar a capacidade de comunicar-se tendo em conta uma situação e uma finalidade concretas, em um espaço de tempo reduzido. Apesar de efetivamente estar estudando Espanhol em cursos regulares, este público é, potencialmente, de cursos específicos. No entanto, o ensino de Língua Espanhola para fins específicos profissionais<sup>13</sup> é uma área quase inexplorada no Brasil, tanto no que diz respeito à prática docente quanto aos estudos acadêmicos.

É interessante observar que esse fenômeno não ocorre somente no ensino do Espanhol, mas também no do Inglês, como ressalta Acosta (1999, p.65):

[...] ao atuar na área de ensino de inglês para fins profissionais em empresas há treze anos, tenho observado que, apesar de a maioria dos alunos precisarem aprender o idioma por motivos específicos, relacionados às suas diferentes áreas de atuação, muitos programas de treinamento e capacitação de funcionários ainda se utilizam de cursos de inglês geral para ensinar a língua a alunos que possuem motivação instrumental.

No entanto, se é possível dizer que o ensino de línguas para fins profissionais é pouco desenvolvido no Brasil, o mesmo não se pode afirmar sobre o ensino para fins acadêmicos, mais especificamente, o ensino de línguas para a leitura, chamado de instrumental. Conforme mencionado no capítulo 1 da primeira parte, houve um grande projeto de Inglês Instrumental no princípio dos anos 80, o *Brazilian National ESP Project*, que fez com que esse ramo do ensino de línguas para fins específicos se desenvolvesse de maneira vigorosa no nosso país.

---

<sup>13</sup> É frequente a divisão do Ensino de Línguas para Fins Específicos em dois grupos: profissionais ou ocupacionais e acadêmicos. Os primeiros estão relacionados ao exercício da profissão; os segundos, ao seu estudo (DUDLEY-EVANS; ST JOHN, 1998, p.6; ROBINSON, 1991, p.3; WIDDOWSON, 1983, p.9).

No que diz respeito ao Espanhol, merece destaque a iniciativa da Universidade do Estado do Rio de Janeiro que, em 1994, deu início a um curso de especialização em Língua Espanhola Instrumental para Leitura, preparando professores para o trabalho com essa especialidade antes mesmo da publicação dos Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1998) com sua ênfase no desenvolvimento da competência leitora.

## **2.2 O ensino de Língua Espanhola para o Turismo**

Dentro do universo dos que estudam espanhol como complemento de sua preparação profissional, destacam-se os que se dedicam à área do turismo, por vários motivos.

O turismo é uma das atividades mais importantes no mundo atual e um setor em constante expansão. Além disso, possui uma marcada dimensão internacional, o que torna obrigatória a existência de uma língua veicular que se adapte a esse contexto intercultural. É evidente que a língua inglesa ocupa um lugar privilegiado na comunicação internacional, mas o espanhol está, gradativamente, conquistando uma posição importante e tornando-se uma língua necessária para aqueles que se dedicam profissionalmente ao turismo, em especial no Brasil. Segundo dados do último anuário estatístico da EMBRATUR (2003, p.25), os turistas originários de países hispânicos representam cerca de 50% do total de visitantes que recebemos nos últimos anos<sup>14</sup>. Isto significa que há uma grande quantidade de trabalhadores da área do turismo e hotelaria que, em virtude da procedência dos turistas que nos visitam e da internacionalização da língua espanhola, se vêem obrigados a estudá-la, seja para conseguir seu primeiro emprego, seja para poderem ascender profissionalmente ou até mesmo para se manterem no trabalho.

A pesquisa realizada pelo IH sobre a demanda por capacitação profissional no turismo (2001b, p.25-26) corrobora o referido dado, pois identifica o “domínio de línguas estrangeiras” como a principal carência de competência profissional nas áreas de supervisão e gerenciamento, com 43% das respostas, e nas de operação e apoio, com 47% das respostas. Além disso, também aparece mencionada como uma das mais destacadas transformações previstas para o futuro, tanto pelos estabelecimentos hoteleiros quanto

---

<sup>14</sup> Exatamente 42,87% (1.621.814 turistas) em 2002 e 53,99% (2.576.869 turistas) em 2001.

pelas agências de viagem, o conhecimento de idiomas (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2001b, p.56)

O turismo também é uma carreira que engloba diversos tipos de formação e vários campos de atuação. Segundo a pesquisa “Oferta de Capacitação Profissional no Setor de Turismo”, também realizada pelo IH (2001c), no Brasil há 362 estabelecimentos de ensino dedicados à capacitação de pessoal na área de turismo, oferecendo 557 cursos regulares e livres. Desse total, 40,4% são cursos de graduação, 28,4% são técnicos, profissionalizantes ou pós-médio, 21,2% são cursos livres, 5,9% são de especialização, 2,2% são sequenciais, 0,7% são de mestrado e 1,8% não foram identificados. Quase a metade deles (44,9%), registra como área de concentração o Turismo, enquanto que 18,1% são de Hotelaria, 5,6%, de Turismo e Hotelaria, 9,7%, de Alimentos e Bebidas, 8,3%, de Viagens e 3,6%, de Eventos. Cabe ressaltar que esses dados são do ano de 2001, quando o IH realizou sua última pesquisa sobre o assunto. Atualmente, os números devem ser muito superiores, já que, conforme vimos no subitem 1.5, apenas no “Cadastro das Instituições de Ensino Superior” do Ministério da Educação (2004b), há 601 cursos superiores de Turismo, Turismo e Hotelaria ou Hotelaria reconhecidos ou autorizados no Brasil. Além disso, entre 1998, ano da primeira pesquisa do IH, até 2001, houve um acréscimo de 102,2% no número de estabelecimentos identificados e de 191,6% no número de cursos (2001c, p.17-19).

É interessante que, segundo a pesquisa do referido instituto, o “domínio de línguas estrangeiras”, com 64,2% das respostas, é a segunda competência voltada para a operação mais mencionada como habilidade que os cursos de capacitação de pessoal do setor de turismo visam a desenvolver. Só é superada apenas pela “habilidade no relacionamento com os clientes”, com 66,7%, e seguida de perto pelo “domínio da comunicação em português” (2001c, p.26).

Nos 20 cursos superiores do setor de Turismo efetivamente oferecidos no Estado do Rio de Janeiro<sup>15</sup>, 18 informaram a respeito da presença de línguas estrangeiras na sua grade curricular:

- (a) Inglês – é oferecido por 17 IES;
- (b) Espanhol – é oferecido por 11 IES.

---

<sup>15</sup> Ver anexo A.

Uma das IES não oferece nenhuma língua estrangeira, o que vai de encontro às Diretrizes Curriculares Nacionais (BRASIL, 2002) para os cursos superiores do setor de Turismo.

Dessas 18 IES consultadas, 16 também informaram em quantos semestres as línguas estrangeiras aparecem em sua grade curricular:

Tabela 3 – Oferta de Inglês e Espanhol por número de semestres

| <b>SEMESTRES</b>     | <b>INGLÊS</b> | <b>ESPAÑHOL</b> |
|----------------------|---------------|-----------------|
| <b>1</b>             | 6             | 1               |
| <b>2</b>             | 6             | 6               |
| <b>3</b>             | 1             | 2               |
| <b>4</b>             | 2             | 0               |
| <b>Não informado</b> | 2             | 2               |

Fonte: Instituições de Ensino Superior

Observa-se que a maioria dos alunos de cursos superiores do setor de Turismo estuda Língua Espanhola, posto que esta disciplina consta como obrigatória em mais da metade das grades curriculares dos cursos de Graduação e Superiores Sequenciais do setor de Turismo. As Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação em Turismo e em Hotelaria (BRASIL, 2002) prevêem, como conteúdo específico, a oferta de, **no mínimo**, uma língua estrangeira. Além disso, uma das competências e habilidades do curso de Hotelaria é “comunicar-se em idiomas estrangeiros, principalmente a língua inglesa e a espanhola”.

O que somente uma pesquisa na situação de trabalho dos cursos de Turismo poderia detectar é se o ensino de línguas estrangeiras oferecido nessas instituições é para fins específicos ou não. Observando-se apenas a nomenclatura atribuída às disciplinas de línguas estrangeiras, o panorama é o seguinte:

Tabela 4 – Nomenclatura das disciplinas de Línguas Estrangeiras

|                 | <b>NOMENCLATURA</b>              | <b>QUANTIDADE</b> |
|-----------------|----------------------------------|-------------------|
| <b>INGLÊS</b>   | Inglês                           | 6                 |
|                 | Língua Estrangeira               | 1                 |
|                 | Básico                           | 1                 |
|                 | Operacional                      | 3                 |
|                 | Instrumental                     | 2                 |
|                 | Para o Turismo                   | 1                 |
|                 | Técnico                          | 1                 |
|                 | Nomenclatura não informada       | 2                 |
| <b>ESPAÑHOL</b> | Espanhol                         | 6                 |
|                 | Básico                           | 1                 |
|                 | Instrumental                     | 1                 |
|                 | Para o profissional do Turismo   | 1                 |
|                 | Técnico para Turismo e Hotelaria | 1                 |
|                 | Nomenclatura não informada       | 2                 |

Fonte: Instituições de Ensino Superior

De acordo com essa tabela, com relação ao Inglês há um equilíbrio entre os cursos que se denominam para fins gerais e fins específicos. No tocante ao Espanhol, há uma nítida vantagem dos cursos que se denominam com fins gerais. Se pensarmos no que foi dito na introdução sobre a falta de parâmetros para a organização de cursos de Espanhol para o Turismo, a situação apresentada pela tabela é um reflexo dessa realidade.

Feitas essas considerações introdutórias a respeito do turismo, do ensino de Espanhol no Brasil, e da formação dos profissionais do setor do turismo, o próximo capítulo se destina a apresentar a metodologia utilizada nesta pesquisa.

### **3 A TRAJETÓRIAS DAS ESCOLHAS: ENTRE O DESEJADO E O POSSÍVEL**

Desde o primeiro instante em que pensei em ingressar num programa de mestrado, não me ocorreu outra possibilidade senão a de transformar em projeto a minha angústia por não conseguir construir um bom programa de Língua Espanhola para os cursos de Turismo. Eu sabia o que queria, mas não estava segura de como fazê-lo e nem de qual serviço turístico enfocar.

Neste capítulo, faço um relato de todas as mudanças ocorridas nas minhas escolhas, tanto no que diz respeito à situação de trabalho analisada, quanto aos procedimentos utilizados. A sua finalidade é mostrar a dificuldade da inserção do pesquisador em situação de trabalho, o que determinou uma série de mudança nos recortes da investigação.

#### **3.1 A escolha da situação: uma trajetória de percalços**

No primeiro projeto que formulei, apresentado no exame de ingresso ao programa de Mestrado em Lingüística da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, me propunha a enfocar dois tipos de serviços turísticos: os de hospedagem e os de agenciamento. A única especificação que havia era a de que, no caso dos serviços de hospedagem, o foco estaria nos estabelecimentos hoteleiros com classificação de 4 e 5 estrelas da cidade do Rio de Janeiro.

Apesar de saber que teria que fazer um recorte no objeto de pesquisa, naquele momento isso me parecia uma escolha muito difícil. Minha pretensão inicial de tentar abarcar os principais serviços turísticos numa dissertação de mestrado se explica pelo

desejo de criar amplos parâmetros para o professor de Espanhol do Turismo, já que não contávamos com nenhuma fonte de consulta que nos pudesse ser útil.

Realizei um levantamento bibliográfico detalhado na produção acadêmica espanhola, e sobre o Espanhol para Turismo, encontrei publicados apenas os artigos e comunicações em congressos de Gil Bürman (1995a; 1995b), Duque de la Torre e Pérez Lamingueiro (1996), Moreno e Tuts (1998), Álvarez (2001) e Calvi (2001). Não publicada, encontrei a *memoria de máster* de García Llamas (2002), que trata especificamente do ensino de Espanhol para guias de turismo brasileiros.

A partir dessas leituras e das reflexões suscitadas, pensei em focar os profissionais do *front office*<sup>16</sup> dos estabelecimentos hoteleiros de categoria 4 e 5 estrelas e de dois tipos de agências de viagens: as operadoras de turismo e as agências especializadas em cursos no exterior. Essa escolha foi feita em função da minha suposição de que seriam esses os trabalhadores do turismo que mais utilizariam as línguas estrangeiras nas suas atividades.

Até aquele momento, minha pesquisa ainda se pautava exclusivamente pelos pressupostos teórico-metodológicos do Ensino de Línguas para Fins Específicos, que orientam para a realização de entrevistas e questionários como instrumento de coleta de dados.

Posteriormente, fiz um levantamento bibliográfico de trabalhos acadêmicos sobre o Ensino de Línguas para Turismo e Hotelaria em vários programas brasileiros de pós-graduação em Lingüística, Lingüística Aplicada e Línguas Estrangeiras Modernas. O resultado da busca apontou para o Programa de Pós-graduação em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem da PUC-SP, onde encontrei algumas dissertações de mestrado sobre o assunto no ensino de Inglês: o trabalho de Andrade (2003) sobre comissários de vôo, o de Cardoso (2003) sobre recepção de hotéis e o de Sprenger (1997) sobre viagens e turismo. Na linha do estudo da linguagem em situações de trabalho, encontrei a dissertação de Corbett (2000), enfocando o *check-in* dos aeroportos que, apesar de não ter sido realizada com o objetivo de servir de base para o ensino de línguas para profissionais do turismo, pode ser utilizada com esse fim.

Diante do material encontrado, dois motivos me fizeram encaminhar a pesquisa para o serviço turístico de agenciamento. Em primeiro lugar, pela inexistência de trabalhos

---

<sup>16</sup> O *front office* dos meios de hospedagem inclui as atividades que atuam diretamente em contato com o cliente, envolvendo os seguintes departamentos e funções: reservas, recepção, telefonia, messageiros, *concièrgerie*, *guest relations* etc.

específicos sobre ele. Em segundo, porque a dissertação de Cardoso (2003), apesar de dirigida ao uso do inglês pelos recepcionistas de hotéis, parecia também preencher as necessidades dos professores de Espanhol no sentido de oferecer exemplos de situações concretas de uso de línguas estrangeiras.

Nesse momento, entendendo que meu problema de pesquisa demandava um estudo sobre o **trabalho**, comecei a investigar a concepção teórico-metodológica dos estudos da linguagem em situação de trabalho. Essa perspectiva pressupunha, como método de pesquisa, a observação das atividades dos profissionais do turismo. Nesse sentido, imaginava que para o caso daqueles que atuam no *front office* de hotelaria não seria possível realizá-lo, dado o alto grau de formalidade e rigor que costumam imperar nos ambientes de hospedagem de luxo. Essa impressão foi confirmada por Cardoso (2003, p.28-31), que demorou um ano e sete meses tentando coletar dados em estabelecimentos hoteleiros e somente depois de todo esse tempo conseguiu uma autorização para acompanhar o trabalho da recepção em dois hotéis e em horários muito restritos.

Mesmo recortado, o projeto ainda parecia demasiado amplo para o escopo de uma dissertação de mestrado. Pesquisar agências de turismo seria um trabalho árduo, já que, como visto no capítulo anterior, elas se dividem em várias especialidades e há mais de um milhar de empresas somente no Estado do Rio de Janeiro (EMBRATUR, 2004a). A solução seria, então, escolher apenas um dentre os tipos de agências: operadoras de turismo, agências de viagens emissivas, receptivas ou especializadas.

Comecei a reunir argumentos que orientassem a delimitação de um campo de investigação em relação à demanda de uso da língua estrangeira. Preparei a seguinte lista:

- (a) as operadoras: entram com os fornecedores de serviços (hospedagem, transportes etc) no exterior para a montagem dos programas;
- (b) as agências receptivas: fornecem serviços para as operadoras emissivas estrangeiras que nos enviam turistas; além disso, também os atendem durante sua estadia na região, seja para a solução de problemas, seja para a venda de programas de curta duração;
- (c) as agências especializadas em cursos no exterior: entram em contato com seus fornecedores no exterior, pois todas elas são, na verdade, operadoras;
- (d) as agências de viagens emissivas: usam muito pouco as línguas estrangeiras em seu trabalho pois se dedicam primordialmente à venda de programas das operadoras e é com elas que realizam a maioria dos seus contatos profissionais.

Qual delas pesquisar? Minhas preferências ainda eram as operadoras emissivas e as especializadas em cursos no exterior (**a** e **c** na lista anteriormente apresentada), pela suposição de que fariam muito uso de línguas estrangeiras. Não obstante, nesse ponto do andamento da pesquisa, em lugar de realizar uma escolha, fui obrigada a deixar que as contingências determinassem o encaminhamento da pesquisa.

Como já mencionei e é sabido por todos aqueles que desenvolvem um trabalho acadêmico cujo conhecimento é co-construído em colaboração com outras pessoas, esse é um procedimento difícil: empresas recusam pedidos de autorização para pesquisas de campo, algumas pessoas não aceitam colaborar dando entrevistas ou preenchendo questionários, outros aceitam e depois não dão o retorno necessário etc. Mais difícil ainda é conseguir que uma empresa permita a presença de um pesquisador no acompanhamento das atividades diárias dos seus trabalhadores. Diante de tudo isso, o que fiz foi entrar em contato com profissionais atuantes em agências de turismo dos quatro tipos mencionados para verificar como seriam as respostas e, posteriormente, poder selecionar o foco da pesquisa.

Na França, país em que se desenvolveu a Ergonomia situada e a Ergologia, existe uma tradição em se receber analistas para estudar situações de trabalho. No caso do Brasil, ainda não há uma demanda significativa por esse tipo de estudos; em alguns casos, o processo é o oposto: o próprio pesquisador que procura as instituições para propor uma análise da situação (ALVAREZ; TELES, 2004, p.65).

Entrei em contato por correio eletrônico ou por telefone com cerca de cinquenta profissionais atuantes nos mais diversos tipos de agências de viagens. Exatamente por causa dos problemas já mencionados, preferi dirigir-me apenas a meus ex-alunos, a pessoas conhecidas ou a indicados por conhecidos. Muitos deles deram retorno e se dispuseram a colaborar dando entrevistas, mas descartaram a possibilidade da minha presença na situação de trabalho, já que isso dependeria de autorização da diretoria das empresas, visto que envolve questões sigilosas, tais como valores de comissões e preços. Além disso, a demanda da pesquisa não provinha diretamente do mercado do turismo, e sim da formação dos seus profissionais. Apenas uma agência de viagens emissiva autorizou a minha presença, porque meu contato pessoal era com as próprias donas da empresa; tinham consciência, portanto, que meu objetivo era realmente acadêmico e não nenhum tipo de espionagem empresarial.

O resultado não me agradou, pois pensava que a observação das atividades na agência emissiva não seria frutífera para os meus objetivos, pelas razões já explicitadas.

Encontrava-me, portanto, diante de um impasse: desistiria de observar as atividades de trabalho, abrindo mão do procedimento teórico-metodológico central das Ciências do Trabalho, cujas orientações vão ao encontro de minha compreensão epistemológica? Observaria o trabalho na agência emissiva e desistiria de focar a língua espanhola? É evidente que nenhuma das duas opções contemplava os meus objetivos.

As trocas ocorridas durante o Seminário Temático<sup>17</sup> levaram-me a compreender que focar as atividades dos agentes de viagens, não importando em que língua eles estariam se comunicando num determinado momento, seria fundamental como primeira abordagem<sup>18</sup>.

A partir desse encaminhamento, decidimos realizar uma entrevista-piloto, como uma primeira aproximação do campo, com uma das trabalhadoras da agência que havia permitido minha presença. Diante do resultado, decidimos entrevistar a outra agente da mesma empresa e, logo após, realizar a pesquisa de campo naquela agência de viagens emissiva.

Nesse ínterim, conseguimos um contato com o diretor de uma operadora de turismo. Numa primeira conversa telefônica consegui marcar uma reunião. Como não podíamos prever o resultado desse encontro, preferimos prosseguir com a análise na agência, que terminaria exatamente no dia marcado com o diretor da operadora.

Os detalhes da análise na agência estão nos próximos capítulos. Foram cerca de 35 horas em situação de trabalho, que geraram várias páginas de anotações num caderno, muitas cópias de correios eletrônicos e de documentos diversos, fotografias das instalações e três fitas de áudio de 60 minutos cada uma, com gravações de conversas telefônicas e de falas espontâneas ou estimuladas.

No dia da reunião com o diretor da operadora de turismo, uma das profissionais da área de operações internacionais foi entrevistada. Depois de explicados os objetivos da pesquisa, resaltei a necessidade de estar presente na empresa para acompanhar o trabalho dos operadores, com todas as garantias de sigilo absoluto quanto aos nomes da empresa e

---

<sup>17</sup> É uma disciplina oferecida em conjunto pelos professores Del Carmen Daher, Vera Sant'Anna e Décio Rocha aos seus orientandos, que devem cursá-la ao longo de todo o mestrado. Seu objetivo é, primordialmente, que cada um apresente o andamento do seu projeto para ser discutido pelo grupo. Conforme dito nos agradecimentos, é uma experiência enriquecedora em virtude das sugestões, comentários e até mesmo das dúvidas dos colegas, que nos ajudam aprofundar ou a explicitar muitos aspectos dos nossos trabalhos.

<sup>18</sup> Apesar de, posteriormente, a pesquisa ter focado as interações em espanhol e não as atividades em outras línguas, essa contribuição da Profa. Sant'Anna foi muito importante. Sem essa colaboração, provavelmente não teria realizado a pesquisa de campo na agência de viagens e não descobriria que nessa situação de trabalho a língua espanhola é utilizada nas atividades cotidianas, pois ia de encontro às hipóteses da entrevista.

dos profissionais envolvidos e também de quaisquer aspectos relacionados a preços, comissões ou informações que pudessem comprometer o trabalho. O diretor me ofereceu, então, a possibilidade de observar os operadores ao longo de um dia<sup>19</sup>.

No dia estabelecido, permaneci na situação de trabalho de duas operadoras durante toda a jornada. Também tomei notas no meu caderno de campo, recolhi cópias de correios eletrônicos e de alguns documentos da empresa, além de entrevistar a segunda operadora. Portanto, das quatro entrevistas realizadas, três ocorreram antes da pesquisa de campo e apenas uma foi feita durante a minha presença na situação de trabalho.

Depois de ter feito a pesquisa de campo nas duas empresas, restava decidir se ambas seriam abordadas nesta dissertação. Apesar de saber que isso implicaria num grande esforço, não queria descartar nenhuma das duas e havia vários motivos para tal. Em primeiro lugar, não me sentia de forma alguma à vontade para, depois de ter recebido um enorme apoio das agentes que formaram o coletivo da pesquisa, dizer para uma parte delas que lamentavelmente sua contribuição não seria aproveitada na dissertação. Ao longo do tempo em que convivemos, percebi que tinham um misto de orgulho por terem sido objeto de uma pesquisa e de curiosidade quanto ao seu resultado. Em segundo lugar, por ter vivenciado duas realidades, a de uma pequena agência e a de uma operadora de maior porte, e parecia interessante o contraste entre elas. Por fim, outra observação feita pela Prof<sup>a</sup>. Sant'Anna, se meu objetivo era criar alguns parâmetros para o ensino de uma Língua Estrangeira, quanto mais situações de trabalho na área do turismo eu pudesse analisar, melhor seria, pois o professor precisa saber que existem realidades diferentes no momento de planejar seu curso.

Ao final de tantas idas e vindas, de tantos impasses e dúvidas, as situações de trabalho analisadas – resultado de uma série de escolhas feitas dentro das inúmeras restrições impostas pelas circunstâncias – são as seguintes:

- (a) duas agências de turismo, ambas generalistas e emissivas<sup>20</sup>. Uma delas se enquadra na classificação do mercado de turismo como agência de viagens e a outra, como operadora de turismo.

Dessa forma, ressalto que estão fora do escopo desta dissertação as agências de turismo receptivas e as especializadas. Assim sendo, há ainda um enorme campo, dentro do

---

<sup>19</sup> Na abordagem ergológica, são válidas as análises e constatações feitas em um dia normal de trabalho (SCHWARTZ, 2002, p.121).

<sup>20</sup> Ver classificação no capítulo anterior.

próprio agenciamento, que permanece inexplorado. Suponho que os resultados de uma pesquisa nas agências receptivas seriam muito diferentes dos encontrados neste trabalho.

Também é importante destacar que, dentre as inúmeras funções existentes nas operadoras e agências<sup>21</sup>, selecionei as seguintes:

- (a) na operadora, a atividade do operador internacional;
- (b) na agência, a atividade de atendimento e vendas, ou seja, a dos agentes de viagens *stricto sensu*.

A escolha se deve ao fato de que essas são as funções técnicas das agências de turismo (PETROCCHI; BONA, 2003, p.30) e que, portanto, costumam estar a cargo de especialistas na área, onde mais provavelmente encontram-se aqueles que receberam formação específica em turismo.

Explicitados os motivos pelos quais foram escolhidas essas situações de trabalho, vejamos os procedimentos adotados.

### 3.2 A escolha dos procedimentos

Conforme já foi afirmado em diversos momentos desta dissertação, na proposta inicial de projeto de mestrado, minha intenção era realizar a pesquisa exclusivamente a partir dos pressupostos teórico-metodológicos do Ensino de Línguas para Fins Específicos. Desconhecia os estudos que articulam a Linguística e as Ciências do Trabalho e, a bem da verdade, nem sequer havia percebido que meu objeto era o **trabalho** dos profissionais de turismo.

Os procedimentos metodológicos seriam, então, questionários e entrevistas aplicados aos profissionais, já que, conforme o que foi dito no capítulo 1 da primeira parte, são esses os métodos mais mencionados e utilizados pelos autores de LSP.

Utilizando como exemplo apenas um desses autores, Dudley-Evans, em seu livro com St. John (1998, p.133-136) – escolhido por estar no topo da lista dos mais citados nos artigos da revista *English for Specific Purposes*<sup>22</sup> – vejamos quais são os procedimentos propostos para a análise de necessidades da situação-alvo:

<sup>21</sup> Os organogramas de Tucci (apud BENI, 2001, p.192-193) apresentam 40 funções nas operadoras e 28 nas agências de viagens.

<sup>22</sup> Segundo Hewings (2002), Dudley-Evans é, do volume 11 ao 21 da revista, ou seja, de 1992 a 2001, o segundo autor mais citado, precedido apenas por Swales.

- (a) questionários: para a coleta de dados quantitativos;
- (b) entrevistas roteirizadas: por facilitar a comparação das respostas e possibilitar o detalhamento das questões;
- (c) observação: por poder abranger desde a observação de uma tarefa até o *shadowing*, acompanhamento de um indivíduo em seu trabalho. A observação é necessária por tratar-se de um mundo que não é familiar ao professor;
- (d) análise de textos autênticos (escritos ou orais): por ser considerado crucial o contato com os textos produzidos pelos trabalhadores.

Não há nenhuma grande variação nos métodos propostos pelos demais autores consultados, sejam eles de origem anglo-saxônica<sup>23</sup>, hispânica<sup>24</sup> ou brasileira<sup>25</sup>. Além disso, não se vê em nenhuma dessas obras alguma problematização na elaboração, execução e análise dos procedimentos metodológicos propostos.

Depois que conheci a interface entre a Linguística Aplicada e as Ciências do Trabalho, naturalmente os procedimentos metodológicos sofreram uma mudança. Desisti dos questionários, já que os considerei desnecessários numa pesquisa sem cunho quantitativo e que contaria com outros procedimentos. Mantive a proposta de realizar entrevistas e agreguei uma pesquisa de campo inspirada naquele que é o método por excelência da Ergonomia situada e da Ergologia, a análise de situações de trabalho.

É importante ressaltar que o primeiro passo metodológico foi a realização das entrevistas e o segundo, a pesquisa de campo. Na verdade, das quatro entrevistas efetuadas, três ocorreram antes da pesquisa de campo e uma durante a minha presença na situação de trabalho.

### 3.2.1 A entrevista

Para a elaboração do roteiro de entrevista utilizado nesta pesquisa, em primeiro lugar recorri a textos sobre metodologia científica produzidos por autores advindos de diversas áreas do conhecimento – Sociologia (BECKER, 1994), Psicologia (LUNA, 2002; MOURA, 1998), Comunicação Social (CRIPA, 1998), Educação (CHIZZOTTI, 1995), Saúde Pública (MINAYO, 2002), Administração (MARTINS; LINTZ, 2000) etc – em

<sup>23</sup> Hutchinson e Waters (1987) e Robinson (1980; 1991).

<sup>24</sup> García Santa-Cecilia (1995; 2000), Gil Burman (1995a); Álvarez (2001) e Aguirre (1990).

<sup>25</sup> Andrade (2003), Cardoso (2003), Pinto (2002), Serafini (2003) e Gomes (2003).

busca das diferentes concepções sobre a entrevista e o questionário, além de possíveis propostas para sua elaboração.

Verifiquei que a maioria dos autores, além de não problematizar a elaboração e a execução da entrevista com fins de pesquisa acadêmica, costuma considerá-la uma ferramenta para que o pesquisador possa “colher” informações que o conduzam à resposta de sua questão de investigação (CHIZZOTTI, 1995, p.93). É também muito recorrente a menção ao fato de que o entrevistador-pesquisador deve ter cuidado de não incorporar suas idéias às respostas do entrevistado (MOURA et al, 1998), a fim de garantir a cientificidade de seu trabalho.

Como ressaltam Daher, Rocha e Sant’Anna (2004), essa concepção da entrevista como revelação de uma informação detida pelo entrevistado pressupõe “uma visão de linguagem homogênea, monológica, transparente, de sentido monossêmico, segundo a qual o dito por um sujeito uno corresponde à representação de uma verdade”. Essa é, também, a concepção de entrevista proposta pela LSP, pois a sua formulação prevê que os entrevistados responderão à própria pergunta de pesquisa do entrevistador, ela é a reveladora de uma verdade, a do uso da língua no trabalho do entrevistado. Como mencionado no capítulo 2 da primeira parte, a visão de língua subjacente na obras de LSP é monológica.

Numa perspectiva enunciativa da linguagem, não se pode conceber a entrevista como revelação de uma verdade. Para Bakhtin (2003, p.313), o enunciado é sempre dialógico, pois “é enformado como tal pelos elementos extralingüísticos (dialógicos), está ligado a outros enunciados”. Conforme visto no capítulo 3 da parte 1, nenhum enunciado está pronto e existe fora da comunicação entre os coenunciadores, pois a enunciação é sempre dialógica e supõe a participação ativa de todos os envolvidos no ato comunicativo.

A entrevista compreendida como um evento dialógico, em lugar de responder às questões de pesquisa, assume o papel de um momento de construção de um texto, sob a ótica discursiva, que retoma situações de enunciação anteriores e que estão inacessíveis ao pesquisador (DAHER; ROCHA; SANT’ANNA, 2004). Nesta investigação, o objetivo ao utilizar esse recurso foi, por um lado, realizar uma primeira aproximação ao trabalho dos agentes de viagens que formariam o coletivo da pesquisa, provocando uma fala **sobre** seu trabalho (LACOSTE, 1998); por outro, construir um texto sobre suas experiências, sua formação e seus estudos de línguas estrangeiras. Portanto, como tinha interesse em dispor

desses textos que em parte se relacionam com a ego-história dos informantes, a entrevista me parecia ser a maneira adequada de construí-los<sup>26</sup>.

Portanto, diferentemente da entrevista concebida pela LSP que visa a obter uma resposta objetiva do entrevistado à questão do uso da língua estrangeira na sua situação de trabalho, sem a compreensão de que as falas **sobre** o trabalho são diferentes das falas **como** trabalho, numa perspectiva monológica da linguagem, os objetivos da entrevista como um dos procedimentos metodológicos desta pesquisa são diferentes:

- (a) em primeiro lugar, tentar antecipar algumas características do trabalho das agentes de modo a preparar a pesquisadora para a pesquisa de campo, ou seja, realizar uma primeira aproximação ao trabalho que seria, posteriormente, observado;
- (b) em segundo lugar, construir um texto sobre o trabalho das agentes de viagens, suas experiências, sua formação em geral e em línguas estrangeiras, sua visão sobre o seu trabalho e sobre o uso das línguas estrangeiras nas suas atividades.

É importante ressaltar que, numa perspectiva ergológica, a entrevista dá respostas sobre o trabalho num nível “ideal”, relacionado ao plano do prescrito, ou seja, de como as trabalhadoras vêem as suas atividades e a utilização de línguas estrangeiras. Para conhecer o trabalho, o centro da mira<sup>27</sup>, o modo como os trabalhadores reconfiguram as normas antecedentes é necessário o acesso ao trabalho vivo por meio da pesquisa de campo, pois “a experiência vivida no trabalho não pode ser jamais adequadamente pré-descrita em um determinado momento por meio de ajuste de palavras, de seqüência de frases, porque toda configuração da atividade é sempre em parte *inédita*” (SCHWARTZ apud SOUZA-E-SILVA, 2004, p.196-197, grifo do autor).

Seu roteiro foi formulado de acordo com as concepções de Daher (1998). Na verdade, trata-se de um procedimento que vai muito além da realização de um roteiro, pois problematiza a elaboração das entrevistas em situação de pesquisa. A proposta se organiza a partir de blocos temáticos que orientam a elaboração das perguntas construídas, a partir do estabelecimento de objetivos, problemas e hipóteses. A proposta visa a garantir ao pesquisador o acesso a um saber de determinado grupo e, posteriormente, verificar a

---

<sup>26</sup> Não seria possível construí-los, como o fez França (2002), ao longo do trabalho de campo, já que o tempo disponível era muito reduzido.

<sup>27</sup> Ver figura 1.

existência ou inexistência de coincidências entre as hipóteses construídas pelo pesquisador e as respostas obtidas nas entrevistas.

Dessa forma, a entrevista está organizada em três blocos temáticos em função dos seus objetivos gerais: (1) o entrevistado: sua formação, experiência e tarefas; (2) o conhecimento de línguas estrangeiras; (3) o uso das línguas estrangeiras nas agências de turismo: uma aproximação.

É importante observar que, como advertem Daher, Rocha e Sant'Anna (2004), o entrevistado não deve ser abordado a partir dos objetivos da pesquisa, e sim dos da própria entrevista. Acrescentaria ainda, esmiuçando um pouco mais a questão, que vejo também como diferenciados, por um lado, os objetivos globais da entrevista, ou seja, os motivos pelas quais ela é realizada e como ela contribui para a pesquisa e, por outro, os objetivos específicos de cada pergunta ou cada bloco de perguntas.

O uso de uma entrevista concebida dessa maneira numa pesquisa que tem como objeto o trabalho é proveitoso porque, além de confrontar as hipóteses construídas com as respostas dos entrevistados, também se realiza o cotejo dessas hipóteses e das suas respostas com os resultados da pesquisa de campo.

Nas duas páginas seguintes, está o roteiro preparado.

| <b>BLOCOS TEMÁTICOS</b>                                    | <b>OBJETIVOS</b>   | <b>PROBLEMAS</b>  | <b>HIPÓTESES</b>  | <b>PERGUNTAS</b>  |
|--|--|---|---|---|
| <b>O entrevistado: sua formação, experiência e tarefas</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conhecer a formação e a experiência do agente de viagens entrevistado.</li> <li>2. Definir o setor ou departamento em que atua.</li> <li>3. Verificar a existência de documentos prescritivos.</li> <li>4. Levantar as principais tarefas realizadas pelo profissional.</li> </ol> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Quem é o profissional entrevistado? Qual a sua formação, sua experiência e sua função na atual empresa?</li> </ul>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Os profissionais com mais tempo de trabalho não possuem formação específica em Turismo, enquanto que os mais novos na área, sim.</li> <li>2. Nas agências de turismo não há documentos prescritivos específicos para o trabalho dos operadores e agentes.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Qual é a sua função no trabalho atual? Já havia trabalhado em outras funções e agências?</i><br/>Posto de trabalho atual e anteriores. Tempo de serviço total e na atual função.</li> <li>2. <i>Por que decidiu trabalhar com o turismo? Como foram seus estudos?</i><br/>Formação profissional na área.</li> <li>3. <i>Quando iniciou seu trabalho nesta agência, recebeu algum manual ou algum tipo de instrução sobre seu trabalho?</i></li> <li>4. <i>Quais são as suas tarefas?</i><br/>Tarefas habituais e esporádicas.</li> </ol> |
| <b>Conhecimento de línguas estrangeiras</b>                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar em que contexto o profissional aprendeu as LE.</li> <li>2. Constatar se o profissional utiliza outras LE.</li> <li>3. Identificar a valoração do trabalhador a respeito de sua própria competência nas LE que utiliza, de forma espontânea.</li> </ol>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Quais línguas estrangeiras o profissional entrevistado conhece? Qual nível de competência se auto-atribui nessas línguas? Como ele as estudou e por quanto tempo?</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizam inglês e espanhol no trabalho.</li> <li>2. A maioria não estudou a Língua Espanhola ou o fez por pouco tempo, seja no sistema educativo formal, seja em cursos livres.</li> <li>3. A própria competência em espanhol e em inglês é considerada suficiente para a comunicação, seja oral, seja escrita, o que corresponderia ao nível intermediário. Isso faz com que não busque aperfeiçoar seus conhecimentos.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Você sabe outros idiomas? Quais? Utiliza-os no seu trabalho?</i></li> <li>2. <i>Como você aprendeu esses idiomas?</i><br/>Há quanto tempo tem contato com as LE. Quanto tempo a(s) estudou. Há quanto tempo terminou os estudos.</li> <li>3. <i>Qual o seu nível de conhecimento nessas línguas?</i></li> </ol>  |

| BLOCOS TEMÁTICOS  | OBJETIVOS   | PROBLEMAS   | HIPÓTESES  | PERGUNTAS   |
|---|---|---|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>O uso das línguas estrangeiras nas agências de turismo: uma aproximação</b></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar se o profissional de turismo usa frequentemente as línguas estrangeiras nas suas atividades.</li> <li>2. Definir quais são as habilidades mais requeridas nas atividades realizadas em línguas estrangeiras.</li> <li>3. Identificar os suportes utilizados.</li> <li>4. Identificar os principais co-enunciadores do agente de viagens e os respectivos registros utilizados, o grau de formalidade, cortesia e proximidade da interação.</li> <li>5. Averiguar as atividades que quotidianamente realizam em línguas estrangeiras, especialmente, a espanhola.</li> <li>6. Identificar os gêneros das mensagens faladas e escritas mais frequentes em espanhol nas atividades da agente de viagens.</li> <li>7. Determinar os principais assuntos de interação em língua estrangeiras, em especial a espanhola.</li> <li>8. Caracterizar as pressões normalmente presentes na interação em línguas estrangeiras.</li> </ol> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Quais e como são as tarefas do profissional em línguas estrangeiras, especialmente a espanhola?</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A língua espanhola ocupa um importante papel nas atividades dos operadores de turismo, que a utilizam diariamente, mas não nas dos agentes de viagens.</li> <li>2. No caso dos operadores, tanto as competências escritas quanto as orais são requeridas em espanhol.</li> <li>3. A interação se dá principalmente por <i>e-mail</i>, fax e telefone.</li> <li>4. Interação com outros profissionais do turismo e hotelaria, num registro pouco formal.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Você usa as línguas estrangeiras no seu trabalho com frequência?</i><br/>Diária ou semanalmente. Comparação entre as LE.</li> <li>2. <i>Você tem de ler, escrever, escutar e falar em línguas estrangeiras no seu trabalho?</i></li> <li>3. <i>Como você se comunica em língua estrangeira? Pessoalmente, por telefone, e-mail, carta etc?</i></li> <li>4. <i>Com quem você se comunica nessas línguas estrangeiras? É uma comunicação formal ou informal?</i><br/>Comentários sobre o tratamento, as normas de cortesia, os registros.</li> <li>5. <i>Ao se comunicar em línguas estrangeiras, quais são os temas tratados?</i><br/>Diferenciar interação escrita e oral.</li> <li>6. <i>Ao se comunicar em línguas estrangeiras, você considera que existe algum tipo de dificuldade?</i><br/>Ruídos, distorções, interlocutores simultâneos, observadores, tempo etc.</li> <li>7. <i>Você poderia indicar nesta lista quais são as suas tarefas no seu trabalho?</i></li> </ol> |

Na última pergunta do roteiro, há uma referência a uma **lista**. Trata-se de uma relação das possíveis tarefas que envolvem práticas linguageiras na situação de trabalho do agente de viagens. O entrevistado deveria apontar quais realiza, quem é seu interlocutor (por exemplo, profissionais do turismo que atuam em meios de hospedagem, outras agências de turismo etc) e como se dá a interação (pessoalmente ou por telefone, *e-mail*, fax etc.). Esse material encontra-se no anexo C.

As observações que se encontram após cada pergunta são elementos que, caso não fossem abordados pelo entrevistado, deveriam ser perguntados.

A situação de trabalho dessas quatro profissionais entrevistadas foi, posteriormente, analisada. Os detalhes sobre elas, seu trabalho e as entrevistas realizadas encontram-se nos capítulos seguintes.

### 3.2.2 O trabalho de campo

Retomando o que já foi dito na parte 1, a maior mudança no percurso desta dissertação se deu quando decidi recorrer aos conceitos e métodos das Ciências do Trabalho, especialmente da Ergonomia situada e da Ergologia.

Como esta dissertação não é em Ergonomia, o procedimento aqui utilizado é apenas inspirado na Análise Ergonômica do Trabalho. Como ele é bastante desconhecido da maioria dos lingüistas, veremos em que consiste e o quais das suas etapas foram realizadas.

Conforme já dito no capítulo 2 parte 1, a Ergonomia situada baseia-se na Análise Ergonômica do Trabalho que busca observar e compreender as condutas dos trabalhadores em situação real de trabalho (GENTE, 2004), em campo, e não a partir de situações simuladas.

Segundo Wisner (apud França, 2002, p.18 e 111), as etapas da Análise Ergonômica do Trabalho são as seguintes:

- (a) análise da demanda;
- (b) estudos preliminares;
- (c) escolha das situações-chave;
- (d) análise global das atividades;
- (e) pré-diagnósticos das situações estudadas;
- (f) construção do diagnóstico ergonômico;
- (g) restituição e validação;
- (h) elaboração de um caderno de encargos.

Esse não é um esquema fixo, pois deve adaptar-se à situação em questão. O próprio Wisner (apud FEITOSA, 1996, p.104) apresenta variantes, mesmo que pequenas, em seus estudos. Feitosa (1996, p.106) resume as etapas da Análise Ergonômica do Trabalho em um centro, que é a análise das atividades, com seu antes e seu depois. O antes é a constituição do problema, a análise da demanda e o exame das condições da empresa; o depois é o diagnóstico e as recomendações.

O problema inicial, como já foi descrito na Introdução, foi detectado pela própria pesquisadora. Na qualidade de professora de Espanhol para alunos de cursos superiores de Turismo, precisava aproximar-se ao trabalho dos profissionais dessa área de forma a antecipar o que deveria ensinar-lhes em Língua Espanhola. Desse modo, a demanda não provém da situação de trabalho dos agentes de turismo, e sim dos professores de Espanhol para esse tipo de formação profissional e de todas as instituições de ensino de Turismo, de todos os níveis, que contam com essa língua em sua grade curricular.

Os estudos preliminares seriam a análise da empresa estudada, de sua situação econômica, seus trabalhadores, seu funcionamento global. Como meu objetivo não era buscar uma solução para um problema nas agências de turismo, não havia necessidade de um exame detalhado das suas condições econômicas e do seu funcionamento global. Não obstante, como em qualquer análise lingüística baseada nos preceitos dialógicos, o contexto é fundamental, não como um cenário onde o discurso se desenvolve, mas pela própria inexistência de discurso fora dele (MAINGUENEAU, 2002, p.54). Dessa forma, optei por adotar dois procedimentos considerados adequados ao perfil da pesquisa. Por um lado, procurei conhecer um pouco melhor o setor do turismo em geral e o serviço das agências em particular por meio da bibliografia disponível sobre o assunto. Para chegar a esse material, consultei alguns colegas, professores das disciplinas específicas nas IES onde trabalho, e as sugestões presentes no sítio da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo - ABBTUR (2004). A síntese do que li sobre o assunto já foi apresentada no capítulo 1 desta parte. Por outro lado, levantei algumas informações sobre as empresas estudadas, que estão no próximo capítulo, como forma de situar a análise.

O trabalho de campo na agência de viagens, de acordo com o que foi dito no subitem 3.1, durou cerca de 35 horas e gerou várias páginas de anotações num caderno, muitas cópias de correios eletrônicos e de documentos diversos, fotografias das instalações e três fitas de áudio de 60 minutos cada uma com gravações de conversas telefônicas e de falas espontâneas ou estimuladas. Na operadora de turismo, permaneci ao lado de duas

operadoras durante toda a jornada trabalho, tomei notas no caderno de campo, recolhi cópias de correios eletrônicos e de alguns documentos da empresa, além de entrevistar a segunda operadora.

Na agência de viagens, todas as trabalhadoras permanecem num único ambiente, como pode ser verificado nas fotos do anexo D, onde estive durante todo o tempo, com exceção de uma manhã em que acompanhei a agente Marília numa atividade externa, um treinamento de cruzeiros. A operadora, como é uma empresa de maior porte, possui vários ambientes, mas permaneci na sala de operações todo o tempo, mais especificamente na baía destinada às duas operadoras que foram acompanhadas, as que operam com todos os destinos menos EUA. Na mesma sala há ainda uma baía para as operadoras de EUA e uma para os emissores de bilhetes aéreos.

Ao longo do tempo em que estive em ambas situações de trabalho minha postura não foi a de uma “observadora” que procura passar despercebida. Em todos os momentos, tentando obviamente não atrapalhar o trabalho das agentes, interagíamos, lhes fazia perguntas e, na agência de viagens, onde estive presente por mais tempo, as próprias trabalhadoras se preocupavam em explicar-me suas atividades mesmo quando não eram indagadas a respeito, tentando verbalizar suas ações para colaborar com a pesquisa.

Permaneci atenta aos elementos que pudessem responder à minha pergunta de pesquisa, pois, como ressalta França (2002, p.20), os aspectos que devem ser privilegiados na análise são os indicados na demanda. Dessa forma, me fixei nos usos da linguagem<sup>1</sup>, em especial nas falas **como** trabalho (LACOSTE, 1998), apesar de os outros aspectos da situação de trabalho não terem sido ignorados. Também examinei o fluxo das atividades, já que esse é um elemento muito importante para a compreensão do conjunto do trabalho dos agentes, conforme atestam os estudos em Ergonomia e Ergologia.

Diante do caráter da pesquisa, não houve nenhum tipo de diagnóstico ou de recomendação para a situação de trabalho das agências de turismo. Esses são elementos primordiais da Análise Ergonômica do Trabalho, cuja função é sempre transformadora e não apenas descritiva (FEITOSA, 1996, p.119). Existem sim recomendações para a situação de trabalho dos professores de Língua Espanhola que atuam em cursos de formação dos trabalhadores de agenciamento.

---

<sup>1</sup> A linguagem estaria enquadrada na categoria “comunicações”, um dos quatro “observáveis” propostos por Guérin (1991 apud FEITOSA, 1996, p.117) para a Análise Ergonômica do Trabalho, juntamente com os deslocamentos, as direções do olhar, as comunicações e as posturas corporais.

A restituição, tal como concebida pela AET, é o momento em que o conhecimento produzido pelo pesquisador é apresentado aos sujeitos pesquisados para que estes validem e participem da construção do conhecimento. Seguindo as pistas de França (2002, p.121-122), as restituições foram realizadas em forma de diálogos ao longo do desenvolvimento da pesquisa. Como foi dito, em todos os momentos interagia com as trabalhadoras e lhes transmitia minhas impressões sobre o seu trabalho em busca de confirmações ou desaprovações. Até mesmo no momento da redação dos capítulos nos quais analiso as atividades das trabalhadoras, entrei em contato com elas para que pudessem responder a alguma pergunta ou sanar alguma dúvida. O fundamental é recordar que, tanto para a Ergonomia situada, quanto para a abordagem ergológica, não existe resultado válido sem a participação ativa dos sujeitos do trabalho na produção do saber (França, 2002, p.122).

O resultado da minha participação nas situações de trabalho está nos capítulos seguintes.

## 4 AS EMPRESAS E O COLETIVO DA PESQUISA

Numa das vezes em que apresentei o andamento da minha pesquisa no já mencionado Seminário Temático, fui indagada por alunos recém-integrados ao grupo sobre o que seria uma análise da atividade a partir dos pressupostos da Ergonomia situada e da Ergologia. Para melhor explicá-lo, resolvi utilizar um exemplo, uma demanda hipotética de uma empresa de transporte ferroviário que estivesse com algum problema no fluxo dos trens. Expliquei que se formaria um grupo pluridisciplinar que analisaria essa demanda e que depois iria até a empresa para analisar a situação de trabalho, fazer um diagnóstico e propor uma série de recomendações. Foi então que um desses novos alunos me perguntou se a análise da atividade seria um tipo de auditoria. Diante dessa pergunta, percebi que o sentido construído na interação não ia ao encontro do meu querer-dizer.

Na verdade, faltava no meu enunciado a idéia de que a análise não é feita somente pelos pesquisadores, mas é fruto de uma construção comum entre os sujeitos pesquisadores e os sujeitos trabalhadores, daí a presença da validação como um dos seus passos metodológicos (ALVAREZ, 2000, p.19). No que tange à Ergologia, um dos pólos de produção do saber é o das “forças de convocação e reconvocação”, ou seja, dos saberes gerados nas atividades, pelos seus protagonistas, os trabalhadores (SCHWARTZ, 1997, p.31).

Tendo em vista o papel dos sujeitos na construção do conhecimento, seria uma contradição utilizar o termo “informantes” para designar os agentes de viagens e as empresas que participaram comigo<sup>2</sup> da construção deste saber que sistematizei.

---

<sup>2</sup> Isso sem, de forma alguma, esquecer os outros participantes, aqueles que não estão na situação de trabalho analisada, e sim no primeiro pólo do dispositivo de Schwartz: orientadora, co-orientadora, professores e colegas participantes do Seminário Temático.

Primeiramente, veremos uma pequena descrição e histórico das empresas, informações que foram conseguidas na situação de trabalho. Em segundo lugar, há uma apresentação das trabalhadoras que participaram diretamente da pesquisa. Isso representa o resultado parcial da entrevista realizada, em especial, dos dois primeiros blocos de perguntas, acrescida de informações obtidas durante a pesquisa de campo. Em terceiro lugar, recupera-se o roteiro da entrevista para realizar uma análise das suas hipóteses em contraste com o texto construído durante sua realização. Por fim, há um cotejo entre o perfil das trabalhadoras participantes e as características globais dos profissionais de agenciamento no Brasil atual, para que se possa perceber que lugar ocupam no conjunto do setor.

#### **4.1 As empresas**

Conforme mencionado no capítulo anterior, foram analisadas situações de trabalho de duas agências de turismo da cidade do Rio de Janeiro, ambas generalistas e emissivas; uma enquadrada na classificação corrente do mercado como agência de viagens e a outra, como operadora de turismo.

##### **4.1.1 A agência de viagens**

A agência de viagens estudada é uma micro-empresa de sociedade limitada, localizada no bairro da Tijuca. É uma empresa nova, em funcionamento desde junho de 2001.

Apesar de não possuir nenhuma especialidade, sua atuação é principalmente na área do turismo emissivo nacional e internacional por meio da venda de pacotes e excursões de diversas operadoras.

Nela trabalham apenas as quatro sócias, sem nenhum trabalhador assalariado. No início do funcionamento da agência, havia uma quinta sócia que há alguns meses deixou a empresa. Exatamente ela era a única que já possuía uma longa experiência, de cerca de 10 anos, como agente de viagens *freelancer* antes da abertura da agência e continuou exercendo essa função até a sua saída. As demais começaram a trabalhar com o turismo no momento da abertura da empresa.

#### 4.1.2 A operadora de turismo

A operadora de turismo estudada é uma empresa localizada no Centro do Rio de Janeiro. Iniciou suas atividades em março de 1999, em virtude de uma fusão de empresas anteriores, e possui 32 funcionários, o que faz com que seja uma pequena empresa pelos padrões do SEBRAE (2004). No entanto, no mercado do turismo é considerada uma operadora de porte médio.

Atua em todo o Estado do Rio de Janeiro, em Juiz de Fora (MG) e tem representantes em Vitória (ES), Brasília (DF) e Goiânia (GO). Possui cerca de mil agências de viagens clientes e opera mais de 250 roteiros emissivos nacionais e internacionais, entre eles, Flórida, Canadá, Nova York, Cancún, Europa, Cone Sul, Polinésia Francesa, Austrália e Nova Zelândia.

As empresas estudadas são agências de turismo de categorias diferentes, pois se trata de uma pequena agência de viagens varejista e uma operadora de turismo atacadista de médio porte. Aproximam-se porque ambas são generalistas e emissivas<sup>3</sup>.

## 4.2 O coletivo da pesquisa

### 4.2.1 As trabalhadoras da agência de viagens

As tarefas na agência de viagens foram divididas entre as sócias de acordo com as preferências e experiências anteriores.

Júlia<sup>4</sup> tem 47 anos e é agente de viagens, atuando em vendas e atendimento ao cliente. Também se ocupa de funções administrativas relacionadas ao agenciamento. É formada em Psicologia, mas nunca exerceu a profissão. Havia trabalhado anteriormente em outras empresas na área de vendas e no setor administrativo, por isso optou por essa função na agência. Fez cursos livres de curta duração em agenciamento. Estudou um pouco de Inglês e nada de Espanhol. Trabalha 40 horas semanais.

---

<sup>3</sup> Ver na parte 2, o subitem 1.3.

<sup>4</sup> Os nomes utilizados são fictícios, a fim de resguardar a privacidade das trabalhadoras.

Marília tem 53 anos e também é agente de viagens, realizando as mesmas atividades que Júlia. É professora de Biologia aposentada e só havia trabalhado no magistério. Quando a agência foi aberta, fez um curso livre de agente de viagens de 3 meses de duração. Também fez diversos cursos de Inglês e pretende voltar a estudá-lo. Estudou Espanhol durante cerca de 2 anos, num curso livre para fins gerais. Assim como Júlia, trabalha 40 horas semanais na agência.

Albertina tem 54 anos e se ocupa do setor financeiro e administrativo da agência. É professora de Matemática aposentada e a agência é sua primeira experiência fora do magistério. Estudou Espanhol por 4 anos num curso livre para fins gerais e por dois meses em imersão na Espanha. Está estudando Francês com um professor particular há cerca de um ano. Trabalha 24 horas semanais na agência. Quando fundaram a agência, fez um curso de treinamento empresarial sobre orientação para o crédito.

Luzia tem 56 anos e não têm tarefa específica na empresa. É pedagoga aposentada e já trabalhou numa corretora de imóveis. Dedicar à agência 18 horas de trabalho por semana. Nunca estudou línguas estrangeiras.

Apesar de ter centrado a análise nas atividades das duas sócias que se ocupam primordialmente das funções de agentes de viagens, Júlia e Marília, as demais também participaram ativamente do trabalho, pois estavam todo o tempo presentes na situação pesquisada, participavam dos diálogos, se preocupavam em explicar-me suas atividades e, em alguns momentos, se ocupavam das tarefas das duas agentes de viagens.

#### 4.2.1 As trabalhadoras da operadora de turismo

Denise tem 23 anos e é operadora. Opera, com exceção de EUA, todos os destinos, principalmente Europa, Cone Sul e Canadá. É bacharel em Turismo e já trabalhou numa operadora de turismo exótico<sup>5</sup> como estagiária do setor de promoções, na central de reservas de uma companhia aérea, no setor de operações nacionais de uma pequena operadora de turismo escolar e já estagiou em todas as áreas de um hotel. Trabalha com turismo há cinco anos, sendo quase dois na atual empresa, onde começou como estagiária na mesma função que exerce atualmente. Estudou Inglês no ensino fundamental e médio, em cursos livres e morou quatro meses nos EUA. Estudou Espanhol para fins gerais na faculdade por dois anos e num curso livre durante dois anos e meio.

---

<sup>5</sup> São destinos como Ásia e África, considerados exóticos porque não são tradicionais.

Andréia tem 24 anos e ocupa o mesmo cargo e as mesmas tarefas que Denise. Também é bacharel em Turismo e fez um ano de estágio na agência acadêmica da universidade na qual se graduou. Trabalhou cerca de cinco meses em outra agência de viagens e também na Riotur e no Corcovado. Tem cerca de quatro anos de experiência e está na atual operadora há 1 ano e 8 meses. Estudou Inglês durante aproximadamente sete anos em cursos livres e Espanhol para fins gerais durante dois anos na faculdade.

A análise das características do coletivo da pesquisa quanto à sua formação e experiência é o objetivo do próximo subitem.

### 4.3 O perfil do coletivo da pesquisa e as hipóteses da entrevista

Conforme dito no capítulo anterior, um dos objetivos da entrevista era construir um texto sobre as experiências, a formação e os estudos de línguas estrangeiras das trabalhadoras participantes. Esse perfil já foi traçado na seção anterior, mas falta confrontá-lo com as hipóteses levantadas no roteiro da entrevista.

O primeiro bloco do roteiro, cujo título era *O entrevistado: sua formação, experiência e tarefas*, visava a responder aos seguintes problemas:

- (a) Quem é o profissional entrevistado?
- (b) Qual a sua formação, sua experiência e sua função na atual empresa?

A hipótese construída nesse bloco a respeito da formação dos profissionais do turismo (“Os profissionais com mais tempo de trabalho não possuem formação específica em Turismo, enquanto que os mais novos na área, sim”), não se confirmou, pois todas as trabalhadoras participantes têm aproximadamente o mesmo tempo de experiência em turismo, entre 3 e 5 anos. A diferença na formação não está no tempo de trabalho na área, e sim em outros aspectos. Em primeiro lugar, ao tipo de agência de turismo onde trabalham: as profissionais que atuam na operadora<sup>6</sup> são turismólogas; aquelas que trabalham na agência de viagens, não o são. Em segundo lugar, relaciona-se com faixa etária e experiências profissionais anteriores: as turismólogas são mais jovens e nunca trabalharam em outra área; as que não possuem formação superior em Turismo têm mais idade e

---

<sup>6</sup> Segundo o relato do diretor da operadora pesquisada, o critério da empresa para a contratação de trabalhadores do setor de operações é que sejam turismólogos.

atuaram em outras atividades anteriormente. Em terceiro lugar, há a questão do vínculo empregatício: as turismólogas são funcionárias da operadora de turismo; as agentes são sócias do seu próprio negócio.

No segundo bloco, “Conhecimento de línguas estrangeiras”, os problemas eram estes:

- (a) Quais línguas estrangeiras o profissional entrevistado conhece?
- (b) Qual o seu nível?
- (c) Como ele as estudou e por quanto tempo?

A hipótese relacionada à sua formação em línguas estrangeiras era a de que a maioria dos profissionais não estudou a Língua Espanhola ou o fez por pouco tempo, seja no sistema educativo formal, seja em cursos livres.

A fala das trabalhadoras não a confirmou. Apenas a agente Júlia disse nunca ter estudado Espanhol; a agente Marília e a operadora Andréia estudaram durante dois anos; a operadora Denise, por dois anos na faculdade e cerca de dois anos e meio num curso livre. Cabe destacar que os cursos livres de Espanhol oferecidos no Brasil tem uma duração média de 2 a 3 anos, o que significa que o tempo de estudo da maioria das profissionais entrevistadas é significativo e superior ao que esperava encontrar.

Outra hipótese desse bloco sobre o conhecimento de línguas estrangeiras era a de que própria competência em espanhol e em inglês das trabalhadoras era considerada suficiente para a comunicação, seja oral, seja escrita, o que corresponderia ao nível intermediário e, com isso, não buscariam aperfeiçoar seus conhecimentos.

Nesse caso, a confirmação foi parcial. Contrariando minhas expectativas, não encontrei na fala das trabalhadoras a concepção de que não é necessário estudar Espanhol porque ser uma língua supostamente fácil, muito semelhante ao português. A proximidade entre elas chegou a ser mencionada, mas não como justificativa para não estudar Espanhol.

A agente Júlia, que nunca estudou Língua Espanhola, disse o seguinte<sup>7</sup>:

---

<sup>7</sup> As regras utilizadas para a transcrição encontram-se no anexo E.

**Entrevista 1 – Agente Júlia**

Luciana: Você sabe:: outros idio/ outras línguas?

Júlia: INfelizmente não. ((risos)) INfelizmente.

Luciana: Nada, nada?

Júlia: Não, eu consigo entender um pouco do:: espanhol e um pouco do inglês. ENTENDER. Se a pessoa falar pausadamente::, né?

Vê-se que no seu primeiro enunciado, a agente Júlia diz não saber línguas estrangeiras. Diante da minha insistência na questão, ela reformula sua fala anterior e afirma possuir uma baixa competência de compreensão auditiva tanto em inglês quanto em espanhol.

A agente Marília, apesar de ter estudado Espanhol por cerca de dois anos, considera que seu nível nessa língua é iniciante:

**Entrevista 2 – Agente Marília**

Luciana: Quanto tempo você estudou ((Espanhol))?

Marília: Espanhol? Acho que dois anos.

Luciana: Você acha que seu nível de conhecimento nessas línguas qual seria? +++ Entre iniciante, intermediário, avançado?

Marília: Vamos colocar o inglês como/ Iniciante nas duas. O espanhol por ser uma língua mais próxima, né, a gente consegue entender bem melhor. Eu consigo entender melhor o espanhol, sem dúvida, porque é uma língua mais próxima do português.

Luciana: Lido e falado você entende bem os dois?

Marília: Lido. O falado nem sempre.

Luciana: Qual, o inglês ou o espanhol?

Marília: O espanhol.

Luciana: Por quê?

Marília: O espanhol pausado, quando é falado devagar, a gente entende, agora quando é rápido, não dá pra acompanhar, não /.../

Luciana: E falar e escrever, você consegue em inglês e espanhol?

Marília: Inglês pouco, espanhol eu acho que consigo melhor.

Luciana: Falar ou escrever?

Marília: Escrever.

Novamente contrariando a hipótese construída, a agente Marília parece subestimar sua competência em espanhol. Afirma que seu nível é iniciante, mesmo tendo estudado a língua por dois anos e considerar sua competência leitora boa e sua compreensão auditiva e expressão escrita razoáveis. Merece destaque o fato de em lugar de atribuir a sua

capacidade de compreensão em espanhol à sua semelhança com o português e não aos seus dois anos de estudos.

As operadoras, tanto Denise, a profissional participante que mais tempo estudou Espanhol – dois anos na faculdade e cerca de dois anos e meio num curso livre – quanto Andréia, que estudou dois anos, em entrevistas realizadas individualmente e em dias diferentes, têm falas semelhantes sobre sua própria competência nessa língua:

### **Entrevista 3 – Operadora Denise**

Luciana: Você:: fa/sabe outros idiomas?

Denise: ((risos)) eu:: inglês, um pouco. Acho que não é que eu não fale, mas eu já não gosto de inglês, eu já criei um certo bloqueio. E o espanhol que a gente usa diariamente.

/.../

Luciana: E:: como é que você aprendeu? Inglês, primeiro.

Denise: /.../ E o espanhol eu fiz curso+, dois anos e pouco no+ ((nome da instituição)) e é uma coisa que eu uso diariamente, então/ não fica no esquecimento, você sempre aprendendo, então eu tenho mais facilidade.

/.../

Luciana: E de espanhol ((qual o seu nível))?

Denise: De espanhol++ bom++ Acho que eu me viro bem.

Luciana: Intermediário, avançado?

Denise: É, é, por aí.

### **Entrevista 4 – Operadora Andréia**

Luciana: E o espanhol? como é que você estudou?

Andréia: Espanhol? ((nome da professora)) lá na faculdade ((risos)), fiz um ano e meio de aula na faculdade só. E é muito mais prática do que qualquer outra coisa. Só praticando aqui. Vai pegando, o dicionário sempre do lado ((risos)).

Luciana: E de espanhol, qual seria seu nível?

Andréia: Acho que é bom. Eu me saio bem, eu acho, consigo transmitir tudo o que eu quero e consigo me virar muito bem.

Ambas dizem que “se viram” bem em espanhol. O sentido que construí dessa expressão no contexto das entrevistas é o de que conseguem realizar a contento suas atividades de trabalho nesse língua. É importante considerar que as trabalhadoras estavam diante de uma co-enunciadora que não só é professora de Espanhol, mas também docente da IES na qual elas estudaram. Essa situação de enunciação, uma entrevista dada nesse contexto, naturalmente provoca uma timidez e uma tendência à subestimação da própria competência.

É também importante ressaltar que em outros momentos das entrevistas ou em diálogos em situação, todas as trabalhadoras manifestaram a intenção de continuar (ou iniciar, no caso de Júlia) os estudos de Espanhol.

As demais questões abordadas durante a entrevista serão tratadas no capítulo 6, pois agora passaremos a uma caracterização das participantes no conjunto dos trabalhadores de agências de turismo.

#### **4.4 As participantes no contexto dos trabalhadores de turismo no Brasil**

Se contrastado o perfil das trabalhadoras participantes com os resultados da pesquisa do IH sobre o profissional do turismo no Brasil apresentada no capítulo *O turismo*, verifica-se que elas em alguns itens se aproximam e em outros se afastam da média brasileira dos trabalhadores em agências de turismo.

Aproximam-se:

- (a) quanto ao tipo de vínculo empregatício, pois as operadoras participantes trabalham com carteira assinada e as agentes são donas do próprio negócio;
- (b) o número de horas é semelhante, pois a maioria relatou jornadas médias de 8 horas diárias.

Afastam-se:

- (a) com relação à predominância de profissionais do sexo masculino;
- (b) quanto à faixa etária pois, como vimos, as agentes participantes eram mais idosas e as operadoras, mais jovens que a média nacional;
- (c) no que diz respeito aos anos de estudo, pois a média indicada na pesquisa do IH é de 10,1 anos, o que corresponde ao ensino médio incompleto, enquanto que todas participantes têm nível superior, ou seja, cerca de 15 anos de estudo. Duas delas têm formação superior em Turismo e duas em outras áreas.

No que concerne à média salarial, não tenho os dados das profissionais que participaram desta dissertação, até mesmo pelo constrangimento provocado por esse tipo de pergunta na nossa cultura.

No próximo capítulo, serão abordadas algumas características gerais do trabalho das agentes participantes levantadas na entrevista e na pesquisa de campo.

## 5 O TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGENS

Na introdução, ao relatar a motivação desta pesquisa, afirmo que meu problema fundamental na preparação dos programas de Espanhol para os alunos de Turismo se devia ao fato de desconhecer seu trabalho. O objetivo deste capítulo é, portanto, fazer um panorama do trabalho dos agentes e operadores, apresentar as prescrições, descrever o fluxo de suas principais atividades e ressaltar algumas das suas características.

### 5.1 As prescrições e o trabalho dos agentes de viagens

Segundo o que foi relatado pelas trabalhadoras participantes, não há, em nenhuma das duas situações pesquisadas, documentos que prescrevam o trabalho dos agentes e operadores. Há coincidências na origem das prescrições em ambas situações, como na menção à transmissão dos procedimentos pelos trabalhadores mais experientes:

#### Entrevista 1 – Agente Júlia

Luciana: Quando vocês começaram o trabalho, existia algum tipo de manual, alguma instrução? Como vocês aprenderam a fazer o trabalho?

Júlia: Na realidade na época ((em que abriram a empresa)) nós tínhamos uma sócia, que é uma outra irmã, que já tinha dez anos mais ou menos de experiência na área de turismo, então nós não tínhamos assim nada teórico +, né? Nenhum manual, nenhuma coisa, nada teórico que nos ajudasse porque+ essa sociedade nós éramos quatro pessoas, né? Mais essa quinta que já tinha experiência e essas quatro pessoas que não tinham experiência nenhuma na área de turismo e essa quinta é quem nos orientava, né? O que que você tem que fazer pra reservar uma passa::gem, o que que você tem que fazer pra fechar um paco::te. Então, a experiência dela nos serviu pra nos orientar. Então obviamente você com o tempo você pega, né? ++ A/ como é que se fala é::, os mace::tes, as informaçõ::es, e aí você começa a aplicar no seu dia-a-dia, mas isso é é um treinamento quase que contínuo, desde que a gente começou. Com a orientação dessa pessoa.

#### **Entrevista 4 – Operadora Andréia**

Luciana: Quando você começou a trabalhar aqui, você recebeu algum tipo manual ou instrução? Como é que você aprendeu a trabalhar aqui?

Andréia: Foi meio difícil porque eu entrei eu ainda tava terminando meu estágio da Riotur pra me formar e aí quando eu entrei eu entrei pra substituir uma pessoa que trabalhava aqui e eu todo dia eu trabalhava lá na Riotur até as 4 horas da tarde e todo dia eu voltava, saia de lá às 4 e vinha pra cá e eu fiquei durante uma semana essa pessoa ficou me passando de 4 às 6 assim ficou me passando as coisas e ela/ ele tava indo pra Londres e eu fiquei meio perdi::da, em plena alta temporada, aí:: o ((diretor da operadora)) é que::: ficava me::: auxiliando o tempo todo, porque::: várias dúvidas e tal mas eles/ fui aprendendo aos poucos assim/

A prescrição originada nos trabalhadores mais experientes é algo bastante freqüente nas situações de trabalho. Nesses casos, aquele que deve transmitir as tarefas aos novatos está, naquele momento, mudando seu objeto de trabalho, deixando de realizar a sua atividade principal para assumir mais uma, o que demonstra o multidirecionamento do trabalho.

Outro tipo de prescrição mencionado tem origem na própria formação do profissional, nos saberes formais ou primeira antecipação (SCHWARTZ, 2002b). Isso é o que diz a operadora Denise:

#### **Entrevista 3 – Operadora Denise**

Luciana: Quando você::: começou a trabalhar aqui, você recebeu algum manual ou então alguma instrução/ como é que você aprendeu a trabalhar aqui?

Denise: Não porque o ((diretor da operadora)) é::: antes de ser meu chefe era meu professor na faculdade então tudo/ muito o que ele explica na aula, é exatamente a rotina daqui, as aulas dele de agenciamento é exatamente o que a gente faz aqui, então quando eu cheguei aqui eu vi até os próprios materiais que a gente usava em sala de aula pra usar aqui, então isso ajudou muito. Você tendo ele co/ a qualquer momento pra você pergunta::r e ele é professor já sabe explica::r e tem paciência também interesse dele, sabe, não tive grandes problemas pra aprender. E algumas coisas claro que você vai aprendendo mesmo na marra, via olhando como foi feito e você acaba aprendendo.

Na fala da operadora aparece uma relação entre as prescrições originadas na formação profissional e as transmitidas em situação de trabalho, pois o professor é, ao mesmo tempo, o chefe e, mais que isso, ele é também o trabalhador mais experiente da empresa, aquele que deve, sempre que necessário, mudar o objeto do seu trabalho para ensinar os mais novos.

No entanto, o elemento comum na fala das quatro trabalhadoras sobre seu trabalho está na importância da experiência, naquilo que Schwartz (2004) chama de saberes investidos, a competência que só pode ser adquirida na atividade, nos fracassos, nos sofrimentos, nos êxitos, nos contatos com os companheiros.

Um tipo de prescrição não mencionado pelas trabalhadoras, mas que pude presenciar, ocorreu no já mencionado “treinamento” a que compareci com a agente Marília. Pelo que me foi relatado por ela, os nomes desses tipos de encontros variam: treinamento, *workshop*, curso; na verdade, trata-se sempre da apresentação e promoção de algum produto ou fornecedor de serviços. Fui a um treinamento de cruzeiros com várias operadoras diferentes e observei que enquanto algumas eram meramente descritivas, outras eram mais prescritivas, pois queriam literalmente “ensinar” o agente a vender aquele produto.

Outro tipo de prescrição presente nas agências de turismo e não mencionado na fala das trabalhadoras são documentos originados nas empresas fornecedoras de serviços, e não na própria agência. Todos os programas turísticos contêm elementos prescritivos, especialmente as chamadas “condições gerais” que, além de explicitarem o que está ou não incluído nos serviços prestados, também prescrevem os procedimentos que os agentes devem seguir para concretizar o negócio. Um exemplo desse tipo de documento se encontra no anexo F.

Também há prescrições em outra esfera, não para as funções específicas exercidas pelas agentes, mas para as tarefas das agências de turismo em geral. Trata-se da já mencionada legislação<sup>8</sup> que regulamenta a atuação das agências, o Decreto nº 84.934, de 21 de julho de 1980 (BRASIL, 1980) e a Deliberação Normativa nº 382, de 11 de setembro de 1997 (EMBRATUR, 1997). Esses documentos lhes prescrevem uma série de tarefas com **exclusividade**, ou seja, somente as agências de turismo podem realizá-las, e que esquematizo para que se possa melhor visualizar a sua quantidade e complexidade:

- (a) venda comissionada ou intermediação remunerada de:
  - passagens individuais ou coletivas,
  - passeios,
  - viagens,
  - excursões,
- (b) intermediação remunerada na reserva de acomodações;
- (c) recepção transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante,
- (d) operação (organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários) de:

---

<sup>8</sup> Cujo texto integral encontra-se no anexo G.

- viagens,
- excursões,
- (e) representação de empresas:
  - transportadoras,
  - de hospedagem,
  - outras prestadoras de serviços turísticos,
- (f) divulgação dos serviços mencionados.

As tarefas **não exclusivas**, isto é, aquelas que podem ser realizadas por outras empresas que não as agências de turismo, são as seguintes:

- (a) obtenção e legalização de documentos para viajantes;
- (b) reserva e venda, mediante comissionamento, de ingressos para espetáculos:
  - públicos;
  - artísticos;
  - esportivos;
  - culturais etc;
- (c) transporte turístico de superfície;
- (d) desembaraço de bagagens, nas viagens e excursões de seus clientes;
- (e) agenciamento de carga;
- (f) prestação de serviços para:
  - congressos;
  - convenções;
  - feiras e eventos similares;
- (g) operações de cambio manual;
- (h) corretagem de seguros, especialmente àquela destinada à cobertura de riscos em viagens.

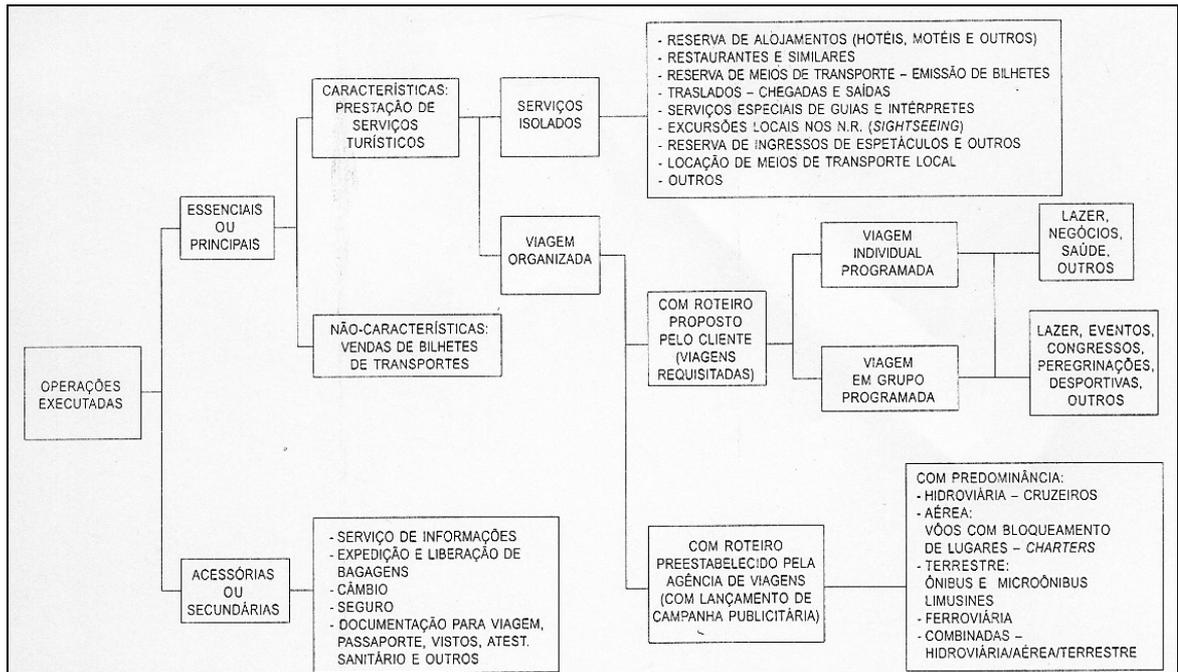
Sem dúvida, são muitas tarefas e, dentre todas elas, a única que não presenciei e nem me foi relatada como sendo uma das atividades realizadas nas duas empresas pesquisadas foi o agenciamento de carga.

Nota-se também, nessa extensa lista, a falta de uma atividade que é muito freqüente no trabalho dos agentes de viagens: o assessoramento ao cliente. Aquilo que seria o usual em qualquer tipo de venda – uma orientação ou sugestão dada ao comprador – tem assumido um papel cada vez mais importante no trabalho dos agentes de viagens (BENI,

2001, p.92). Portanto, esse profissional está se convertendo numa espécie de “consultor de viagens” e isso traz como consequência para seu trabalho a necessidade de estar sempre pesquisando, buscando informações. Esse assunto também será retomado mais adiante, já que, como veremos, relaciona-se diretamente com o uso de línguas estrangeiras.

A seguir, um esquema das atividades das agências de turismo:

Figura 3 - Operações principais efetuadas pelas agências de viagens



Fonte: TUCCI apud BENI (2001, p.95)

Para que o leitor – principalmente o professor de línguas estrangeiras para o Turismo – possa compreender melhor o trabalho dos agentes e operadores, parece ser fundamental descrever o fluxo das suas atividades. Na verdade, a apresentação desses passos é ainda mais importante porque na situação de trabalho das agências de turismo o discurso é a ação. Todas as principais atividades são languageiras, e aquelas que não o são, giram ao redor delas, em especial dos escritos que se relacionam às vendas.

Como são muitas atividades, optei por apresentar aquelas que são as mais freqüentes e paradigmáticas: a montagem e a venda de um pacote turístico. A primeira é executada pela operadora de turismo; a segunda inclui tanto a operadora quanto a agência, mas preferi descrevê-las separadamente, ou seja, do ponto de vista de cada uma das situações de trabalho pesquisadas.

As descrições que agora apresento são resultado das minhas notas e das gravações realizadas ao longo de trabalho de campo, validadas pelas trabalhadoras participantes, conforme relatado no final do capítulo 3. Representam o que seria um fluxo padrão, ou seja, desconsideram os inúmeros imprevistos que ocorrem no dia-a-dia das agências, já que seria impossível sistematizar todas as regulações que acontecem na situação de trabalho.

## 5.2 Os fluxos de operação e venda de um pacote turístico

Pacote turístico é definido pelo glossário da Embratur (2004b) como:

Viagem planejada, preparada e cotizada pelas operadoras, com tarifa confidencial, que inclui todos os elementos de um itinerário, usualmente tornando desnecessário ao passageiro gastar dinheiro em qualquer item, exceto extras pessoais, durante seu transcorrer. Tem um programa impresso, o folder (ou folheto), comissiona o agente de viagens por sua comercialização, obriga o cumprimento de todas as datas de vôo, estada, etc.

Todavia, na concepção do mercado brasileiro do turismo, o pacote assume um caráter mais restrito, pois se trata de uma oferta conjugada de serviços turísticos. Para ser considerada como tal, essa oferta deve ser composta no mínimo de transporte (aéreo ou rodoviário) e hospedagem, mas o habitual é que também conte com os serviços de traslado de ida e volta do aeroporto ao meio de hospedagem e *city tour*. Quando a viagem organizada inclui também um programa diário a ser seguido, com a presença de um guia acompanhante é considerada no mercado de turismo uma **excursão**.

As operadoras de turismo habitualmente têm um bom leque de pacotes já preparados e que são anunciados para o público em geral e para as agências de viagens. Além disso, os clientes<sup>9</sup> podem fazer solicitações específicas que obriguem o operador a adaptar um de seus produtos ou, até mesmo, preparar um *forfait*, que é um pacote feito sob medida para um passageiro.

As agências de viagens também podem operar seus próprios pacotes, em especial quando algum cliente solicita um *forfait*. No entanto, o costumeiro é que tenham à sua disposição os produtos preparados pelas operadoras e agenciem a sua venda.

---

<sup>9</sup> A operadora pesquisada também vende seus produtos diretamente ao cliente final. Portanto, o cliente nesse caso pode ser tanto o passageiro, caso seja uma venda direta, ou a uma agência de viagens na condição de intermediária entre o passageiro e a operadora.

### 5.2.1 A operação de um pacote turístico

Ao longo do dia de observação da situação de trabalho da operadoras, pude acompanhar e até mesmo colaborar na preparação de um novo produto que foi recentemente lançado pela empresa. Portanto, em nosso coletivo de pesquisa houve um **uso de si** pelo outro (SCHWARTZ, 1997), já que minha colaboração evitou que a operadora tivesse que procurar informações sobre a localização de hotéis, já que se tratava de um destino que conhecia muito bem e a operadora, não. Aliás, uma das dificuldades do trabalho das agentes e operadoras é vender aquilo que não conhecem.

Segundo a trabalhadora que realizou a atividade, foi um procedimento padrão, que agora descrevo:

| <b>PASSO 1</b>   |
|--|
| A <b>gerência</b> solicita o <b>novo produto</b> ao setor de <b>operações</b> . As suas características também são transmitidas: destino, número de noites, serviços incluídos, perfil do cliente-meta e, se for o caso, outros detalhes como, por exemplo, a companhia aérea. |

| <b>PASSO 2</b>   |
|--|
| Como a operação de um pacote requer uma série de cálculos dos serviços incluídos e comissões, o <b>operador</b> encarregado <b>prepara</b> uma <b>tabela de cálculos</b> num programa informático de planilhas. Neste momento ainda não há nenhum valor, apenas os serviços e fórmulas que serão utilizados. |

| <b>PASSO 3</b>  |
|---|
| O <b>operador</b> consulta os <b>tarifários</b> das empresas de <b>transporte</b> ou solicita a tarifa ao setor correspondente da própria operadora de turismo. Os valores são incluídos na tabela de cálculos. |

**PASSO 4**

O **operador** faz contato com os **operadores receptivos** e solicita as **tarifas** de vários **estabelecimentos hoteleiros** para as datas previstas. O contato pode ser por correio eletrônico, por programa de comunicação instantânea ou, quando o operador oferece esse serviço, por meio de consulta *on-line*.

**PASSO 5**

Quando a consulta não é feita *on-line*, o **operador receptivo responde** à solicitação por correio eletrônico.

**PASSO 6**

Com o tarifário em mãos, o **operador pesquisa** em sítios na *internet* a **localização dos estabelecimentos hoteleiros** e sua proximidade dos atrativos turísticos para poder selecionar aqueles que serão oferecidos no pacote. Os valores são incluídos na tabela de cálculos.

**PASSO 7**

O **operador** faz contato por correio eletrônico ou programa de comunicação instantânea com os **operadores receptivos** ou **fornecedores** e solicita as **tarifas** dos demais serviços, como **traslado** e *city tour*.

**PASSO 8**

O **operador receptivo responde** à solicitação por correio eletrônico.

**PASSO 9**

O **operador seleciona** os **serviços** que serão utilizados e inclui os valores na tabela de cálculos.

**PASSO 10**

O **operador** revisa todos os valores e serviços para **finalizar o cálculo**.

|                 |
|-----------------|
| <b>PASSO 11</b> |
|-----------------|

|  |
|--|
| <p>O <b>operador</b> prepara a <b>apresentação</b> do novo programa que será enviado às agências de viagens, com todos os seus detalhes: preços e localização de cada opção de hospedagem, valor das noites extras, formas de pagamento, datas de embarque, suplementos, serviços incluídos e opcionais. Ele é encaminhado à gerência para aprovação e posterior reprodução e envio.</p> |
|--|

Retomando o objetivo desta pesquisa, que é focar o uso do espanhol nas agências de turismo, vejamos os passos da operação de um pacote turístico que costumam realizar-se nessa língua na operadora estudada:

- (a) passo 4: contatos com operadores receptivos de hotéis;
- (b) passo 5: respostas dos operadores receptivos de hotéis;
- (c) passo 6: consultas a textos na *internet*;
- (d) passo 7: contatos com operadores receptivos de demais serviços;
- (e) passo 8: respostas dos operadores receptivos de demais serviços.

Esses pacotes preparados pelas operadoras são promovidos em agências de viagens que procedem à sua venda, de acordo com o que veremos no próximo subitem.

### 5.2.2 A venda de um pacote turístico pela agência de viagens

Na agência de viagens estudada, o fluxo padrão da venda de um pacote preparado por uma operadora é o seguinte:

|                |
|----------------|
| <b>PASSO 1</b> |
|----------------|

|  |
|--|
| <p>O <b>cliente</b> entra em contato com a agência de viagens principalmente por telefone, mas também pode ser por correio eletrônico ou pessoalmente. Ele solicita um <b>pacote</b> para o destino de seu interesse e informa a data de sua viagem.</p> |
|--|

**PASSO 2**

O **agente de viagens** pergunta-lhe pela companhia aérea e hotel de sua preferência ou lhe dá sugestões. Consulta o tarifário das operadoras com as quais trabalha mais freqüentemente e passa para o cliente o valor estimado da sua viagem. Anota a solicitação num caderno, com seu nome e telefone.

**PASSO 3**

O **agente de viagens** faz contato, principalmente por telefone ou por correio eletrônico, com as **operadoras** de sua preferência para verificar se há disponibilidade para o pacote que o cliente deseja. Se houver, passa o nome do cliente e solicita reserva. Se não, consulta o material promocional de outras operadoras e entra em contato com elas até conseguir a reserva ou, pelo menos, colocar o passageiro em lista de espera.

**PASSO 4**

O **operador** envia um fax ou correio eletrônico para o agente com a **confirmação** da reserva, que contém todos os detalhes dos serviços incluídos no pacote: nome do hotel, da companhia aérea ou rodoviária, horários, valores (que nem sempre são aqueles que foram informados ao cliente).

**PASSO 5**

O **agente de viagens** entra em contato com o cliente por telefone ou por correio eletrônico e lhe transmite todos os detalhes que foram passados pelo operador, além das formas de pagamento. Caso o cliente aceite as condições, solicita sua visita para efetuar o **pagamento**.

**PASSO 6**

O **cliente** comparece à agência de viagens, faz um cadastro e efetua o **pagamento**.

**PASSO 7**

O **agente de viagens** deve ir à **operadora** para repassar o **pagamento**, descontada a sua comissão ou, se o pagamento foi efetuado com cartão de crédito, envia a autorização de débito por fax.

**PASSO 8**

Cerca de 3 ou 4 dias antes do embarque do passageiro, o **agente de viagens** vai à **operadora** para buscar o **material**: bolsa de viagem, seguro, *vouchers*, bilhetes.

**PASSO 9**

O **agente de viagens** avisa ao cliente por telefone ou por correio eletrônico que o **material** já está disponível e solicita seu comparecimento à agência ou, caso isso não seja possível, marca a entrega em domicílio.

**PASSO 10**

O **agente de viagens** cadastra toda a venda no **sistema informático** da agência. Esse passo pode ser realizado a qualquer momento após o pagamento do cliente, mas geralmente é feito após a entrega do material.

**PASSO 11**

Quando se trata de embarque de **grupos**, o **agente de viagens** os **acompanha** até o aeroporto ou local de embarque.

**PASSO 12**

Poucos dias após o retorno, o **agente de viagens** entra em contato telefônico com o passageiro para fazer um controle final, chamado de **pós-venda**, para saber se tudo foi bem, se tem alguma sugestão ou queixa e, se possível, incentivá-lo a comprar uma nova viagem.

No fluxo padrão da venda pela agência de viagens, os passos realizados em língua espanhola, caso seja uma viagem para os destinos europeus ou do Cone Sul operados por empresas estrangeiras, são os seguintes:

- (a) passo 2: consulta ao tarifário de operadoras;
- (b) passo 3: consulta ao material promocional de operadoras.

### 5.2.3 A venda de um pacote turístico pela operadora de turismo

Do ponto de vista da operadora de turismo pesquisada, o fluxo padrão da venda de um pacote é o seguinte:

#### PASSO 1

A **agência de viagens** faz contato principalmente por telefone, mas também por correio eletrônico, para solicitar uma **cotização** da viagem que o cliente deseja. Ele é atendido pelo vendedor da operadora, que repassa o pedido ao setor de operações.

#### PASSO 2

Com base nos pacotes que já tem preparados, o **operador** prepara a **cotização**. Se necessário, entra em contato com os operadores receptivos ou outros fornecedores por meio de correio eletrônico, programa de comunicação instantânea ou serviço *on-line* e solicitam alguma tarifa ou serviço.

#### PASSO 3

Se a consulta não foi *on-line*, o **operador receptivo** ou **fornecedor responde** por correio eletrônico.

#### PASSO 4

O **operador envia a cotização** diretamente ao agente de viagens.

#### PASSO 5

O **agente de viagens** faz contato com o vendedor da operadora principalmente por telefone, mas também por correio eletrônico, para verificar se há **disponibilidade** para o pacote que o cliente deseja ou então para pedir **reserva**. O vendedor transmite a solicitação ao operador

**PASSO 6**

O **operador** entra em contato com os **operadores de receptivo** ou **fornecedores** por correio eletrônico, programa de comunicação instantânea ou serviço *on-line* para verificar **disponibilidade** e, se for o caso, efetuar a **reserva**.

**PASSO 7**

Se a consulta não foi *on-line*, o **operador receptivo** ou **fornecedor responde** por correio eletrônico.

**PASSO 8**

O **operador** envia a **confirmação** diretamente ao agente de viagens, com todos os detalhes dos serviços incluídos no pacote: nome do hotel, da companhia aérea ou rodoviária, horários, valores. Se o agente ainda não solicitou a reserva, e sim a disponibilidade, ele novamente deve entrar em contato com a operadora para pedi-la e, então, se repetem os passos 6 e 7.

**PASSO 9**

O **agente de viagens** repassar o **pagamento** para a operadora, descontada a sua comissão.

**PASSO 10**

O **operador** cadastra toda a venda no **sistema informático** da operadora.

**PASSO 11**

Com a venda já cadastrada, o **operador** prepara o **material**: impressão de *vouchers*, emissão de bilhetes, impressão de seguros, bolsa de viagem.

**PASSO 10**

O **operador** deixa o **material** com o vendedor, que o repassa ao agente de viagens.

Os passos da venda de um pacote turístico pela operadora de turismo que costumam realizar-se em espanhol na empresa estudada são estes:

- (a) passo 2: pedido de cotização aos operadores receptivos ou fornecedores de serviços;

- (b) passo 3: respostas dos operadores receptivos ou fornecedores;
- (c) passo 6: verificar disponibilidade ou efetuar reserva com os operadores receptivos ou fornecedores de serviços;
- (d) passo 7: respostas dos operadores receptivos ou fornecedores;
- (e) passo 10: cadastramento de parte da venda no sistema informático, em especial a confecção dos *vouchers*.

É importante ressaltar, uma vez mais, que esses fluxos são apenas exemplos de procedimentos padrão e que desprezam os imprevistos e as regulações. Perguntada na entrevista sobre a existência de documentos prescritivos na operadora, Denise responde o seguinte:

### **Entrevista 3 – Operadora Denise**

Denise: não, não, não, não... porque nenhuma viagem vai ser igual à outra, então o que pinta lá às vezes até hoje eu tenho que pedir ajuda toda hora porque tem lugares que eu nunca vi. Então, não é uma coisa que tenha que ser exatamente igual sempre.

Os agentes e operadores têm uma atividade onde o imprevisto é a regra. Muitas vezes vendem o mesmo pacote ou serviço para diversos clientes diferentes, mas até nesse caso há sempre uma particularidade, um detalhe, um pedido especial. Por outro lado, os destinos turísticos são quase infinitos, pois são tantos quanto os lugares existentes no nosso planeta (por enquanto!<sup>10</sup>).

Assim, ao contrário de outras atividades nas quais os imprevistos e regulações são considerados desvios – como as organizações que se pautam no modelo de administração taylorista – é possível perceber que na situação de trabalho das agências de turismo, elas são esperadas e valorizadas.

Muitas vezes a solicitação de alguma informação ou o surgimento de algum imprevisto ou regulação obriga o agente de viagens a realizar consultas a sítios na *internet* ou ao material impresso em espanhol. Durante minha permanência na agência de viagens presenciei diversos episódios que iam desde o pedido de mais informações sobre um hotel em Santiago, até a data de término da estação de esqui em Bariloche, passando pela distância e o tempo de traslado entre Buenos Aires e Montevideú.

<sup>10</sup> Pouco depois de ter escrito esse trecho, saiu a edição 1875, de 13 de outubro de 2004, da Revista Veja, com a reportagem “Novas janelas para o céu - Com o voo suborbital privado, o SpaceShipOne e seu criador, Burt Rutan, saem na frente na corrida do turismo espacial” (SCHELP, 2004).

### 5.3 Algumas características do trabalho nas agências de turismo

No período em que estive em campo pude perceber determinadas características do trabalho daquelas agentes de viagens e operadoras de turismo, algumas comuns a ambas situações, outras não. Minha suposição é a de que esses elementos não são exclusivos das situações pesquisadas e, portanto, poderiam ser considerados particularidades do trabalho dos agentes e operadores em geral.

Na minha experiência como professora de Espanhol para futuros profissionais do turismo, sempre que indago os alunos a respeito dos motivos da escolha dessa carreira, recebo respostas com uma visão que considero idealizada do trabalho como, por exemplo, que optaram por estudar Turismo porque gostam de viajar ou porque querem conhecer o mundo todo; ou seja, respostas que mais se aproximam do perfil do turista que do profissional do turismo.

Nas agências de turismo estudadas, vi um trabalho difícil, tenso, que requer a convocação de competências de diversas ordens e um constante aprendizado. Inúmeros são os fatores geradores dessas dificuldades e tensões; veremos alguns deles, quase todos inter-relacionados.

#### 5.3.1 A intensidade

A primeira característica que me chamou a atenção no trabalho das agentes e operadoras foi o ritmo intenso, apesar de ser o período final da temporada de férias de inverno:

| <b>Entrevista 3 – Operadora Denise</b> |
|--|
|--|

|  |
|--|
| Denise: Hoje tá muito tranquilo, mas às vezes ((ri)) a Andréia tá do meu lado e eu não falo nem oi com ela o dia inteiro sabe ((ri)) a gente fala “ah?” só que não posso responder. Sabe você tá ali concentrada, então às vezes realmente aqui rola/ tem temporadas que rola muita pressão. Em julho agora/ essa semana, ontem e hoje tá mais tranquilo mas no começo da semana tava pressão. |
|--|

A despeito dessa tranquilidade enfatizada pelo modalizador **muito** (“hoje tá **muito** tranquilo”), o que vi não parecia, para meus padrões de um olhar “estrangeiro”

(SCHWARTZ, informação verbal<sup>11</sup>) naquela situação de trabalho, uma atividade tranqüila. Na operadora, o ritmo incessante foi interrompido apenas pela pausa para o almoço e por poucos instantes de alguma distensão ao longo da jornada. Na agência de viagens, várias vezes ao longo do trabalho de campo as trabalhadoras disseram que estava tudo muito “parado”, inclusive lamentavam o fato de eu estar ali num momento assim. Não obstante, notei que foram poucos momentos em que as agentes puderam relaxar um pouco, sair para almoçar e até mesmo para realizar tarefas que não eram prementes. Isso se agravou na segunda semana, quando uma delas estava de férias.

### 5.3.2 A intermediação

As agências de turismo são empresas do mercado intermediário do turismo e se dedicam à venda de produtos fornecidos por terceiros. Isso marca todas as atividades realizadas nas situações de trabalho pesquisadas: é, ao mesmo tempo, a razão da sua existência e a raiz dos seus principais problemas.

O fato de as agências de turismo venderem produtos que não estão disponíveis fisicamente no momento da compra, que não estão em estoque e são fornecidos por terceiros é outro elemento causador de tensões no trabalho dos agentes e operadores.

Durante um diálogo em situação com a agente Júlia, depois de ter descrito o fluxo de venda de um pacote turístico e mencionado diversas dificuldades causadas pela situação de intermediação, perguntei diretamente sobre esse assunto:

---

<sup>11</sup> Informação fornecida por Yves Schwartz na conferência-debate “Transmitir e ensinar: entre saberes acadêmicos e recreações da experiência. Como fazer com isso seu ofício do professor?” realizada na UNIRIO em 27 de agosto de 2004.

### Interação 15 – Agentes Marília e Júlia

Luciana: E:: é difícil essa situação de+ intermediário? ++ Vocês são intermediários, né?

Júlia: Somos, somos intermediários. Não::

Luciana: Você vê alguma dificuldade nisso? Você tem que consultar e aí não tem o que o cliente quer.

Júlia: Não:: Não, não é difícil, não.

((Marília, que estava ao telefone, faz uma pergunta a Júlia, que a responde))

Luciana: E quando não tem o que o cliente quer, como você agora táí.

Júlia: Pois é, isso aí é chato, a gente fica doida pra fazer uma venda ((risos)) e a gente não consegue atender o cliente.

Marília: Outro problema é quando o operador não dá resposta.

Júlia: [I::h].

Marília: O caso da ((nome da cliente)). Diariamente eu tô cobrando a ((nome da operadora)), ó, você já me falou isso desde o início da semana, até agora ainda não mandou. Eu acho que eles colocam em primeiro plano o mais imediato, então como o dela/ a cotização dela é pra outubro, eles vão deixando e a gente cobra diariamente e eles não passam. Então a gente fica DEPENDENDO do outro.

Júlia: [essa é uma situação chata]

Marília: Às vezes a coisa é bem complicada.

Júlia: [Essa é uma] situação que a gente enquanto intermediário sofre. É uma situação complicada.

A primeira reação da agente é negar a dificuldade da intermediação, mesmo que tenha sido uma negativa hesitante. Era meu quarto dia de pesquisa de campo e tinha presenciado diversas situações difíceis, todas elas em virtude dessa questão. Naquele momento percebi muito claramente a dificuldade da agente Júlia de dizer o seu trabalho. Contudo, no momento em que a agente Marília se integra à interação e menciona um caso concreto de dificuldade gerada pela situação de intermediário, Júlia, tomando as palavras de Marília, reformula seu dito e, de uma negativa hesitante passa a uma confirmação da dificuldade.

Por esses movimentos discursivos, o diálogo em situação, com a instauração de uma “comunidade dialógica de pesquisa” (FRANÇA, 2002) possibilita esse conflito entre a palavra própria e a de outrem que é muito frutífero na análise do trabalho, pois funciona como uma espécie de confrontação em situação.

### 5.3.3 A gestão da espera

O trabalho de agentes e operadores, na sua condição de intermediários de serviços turísticos, requer a competência de gestão da espera. Diferentemente de França (2002), que utiliza essa expressão para referir-se à competência dos recepcionistas do serviço de raios X de um hospital para gerir a espera dos pacientes, no caso do trabalho em agência de turismo a gestão da espera diz respeito a dois problemas na comunicação entre agentes/operadores e fornecedores.

Conforme o que foi descrito nos fluxos de preparação e venda de pacotes turísticos, toda a concretização do negócio depende da resposta do fornecedor e, muitas vezes, de uma resposta rápida. No trecho da interação 15 reproduzido no subitem anterior, um dos problemas da intermediação, segundo o dito pelas agentes, está exatamente nessa falta de resposta. Isso faz com que o agente tenha de, por um lado, insistir por meio de telefonemas ou *e-mails*, reforçar a urgência do pedido; por outro, tenha de tentar fazer com que o cliente não se impaciente e procure outra agência, como vemos na fala de Júlia na continuação da mesma interação:

| <b>Interação 15 – Agentes Marília e Júlia</b> |
|---|
|---|

|   |
|---|
| Júlia: E dum resposta rápida isso aí a Marília falou é muito importante. Porque se você não responde imediatamente o:: cliente acaba indo em outro lugar e de repente consegue lá em outro lugar. Então o fato de ser intermediário tem isso aí, sim, tem isso aí, sim. |
|---|

No capítulo 7, veremos essa mesma questão nos *e-mails* enviados pelas operadoras aos seus fornecedores, que têm como um dos assuntos mais recorrentes a insistência, o pedido de uma resposta. Além disso, observaremos como a complexidade da venda, que passa por diversos intermediários antes da sua concretização, gera esse problema em forma de cadeia.

### 5.3.4 Vender o que não se conhece

Já na primeira entrevista realizada, a agente Júlia menciona a dificuldade, que vê como a principal no seu trabalho, de vender aquilo que não se conhece:

| <b>Entrevista 1 – Agente Júlia</b>  |
|---|
| <p>Marília: Você acha:: que você:: tem algum tipo de dificuldade no seu trabalho?</p> <p>Júlia: Logo no início, devido justamente a:: não não conhecimento da área, minha dificuldade era como vender um pacote ((risos)) o que é que eu teria que dizer, né, olha o pacote inclui isso, a cidade tem isso, tem aquilo, porque é impossível você conhecer todos os lugares não só a nível Brasil obviamente como a nível mundial, então a dificuldade maior é você vender o que você não conhece. Pra MIM essa é a maior dificuldade. Você falar de uma coisa, você tentar dar orientação de uma coisa você mesmo não tem a informação. Então a gente lê::, a gente vê nas revistas, a gente vê internet e tenta passa de uma forma assim, mais, como é que vou te dizer, mais + light, ou seja, não muito profunda, a informação pro cliente, que como é que você vai passar uma coisa que você não conhece? Pra MIM essa é a maior dificuldade + na área.</p> |

O mesmo problema foi relatado em situação pelas outras profissionais, que se diziam muito mais seguras para realizar uma venda e dar uma informação sobre um serviço que conheciam pessoalmente. Portanto, além de venderem produtos que não estão disponíveis fisicamente no momento da compra, que não estão em estoque e são fornecidos por terceiros é, elas também costumam vender algo que desconhecem. Por mais informações que recebam de terceiros, leiam, assistam em vídeos, vejam em fotos, nada pode substituir perfeitamente uma visita *in loco*.

Todas relataram já terem realizado *famtours*, visitas técnicas oferecidas pelos fornecedores, mas em cerca de 5 anos de trabalho as duas operadoras só foram convidadas para conhecer um destino dentre as dezenas que vendem. Evidentemente, trabalhadores que têm mais tempo de atuação no mercado tiveram a oportunidade de viajar mais. No entanto, de acordo com os relatos das agentes, há uma visível diminuição no número de convites dos fornecedores e é possível que isso se deva às mudanças que o mercado das agências de turismo vêm sofrendo: diminuição no comissionamento das vendas de bilhetes aéreos, a desvalorização da moeda brasileira e o surgimento das vendas pela *internet* (TOMELIN, 2001).

Merece destaque o fato de que conhecendo o destino, os hotéis e demais serviços dos fornecedores, as agentes não só vendem com mais segurança, mas também diminui a possibilidade de ocorrer algum problema na viagem do cliente. As agências estudadas

trabalham não só, mas principalmente com o turismo de lazer<sup>12</sup>. Quando as pessoas viajam de férias, não querem ter nenhum tipo de problema e sua expectativa costuma ser a de que tudo funcione perfeitamente, até porque o turismo não costuma ser um produto barato. O trabalho é um lugar de conflitos e contradições, principalmente nas relações de serviços, como é o caso do turismo.

Depois dessa análise global do trabalho dos agentes e operadores, o capítulo a seguir enfoca a presença da língua espanhola nas suas atividades.

---

<sup>12</sup> Não se pode esquecer que há vários tipos de turismo, entre eles o de negócios e o educacional, por exemplo, que não têm por objetivo o lazer.

## 6 A LÍNGUA ESPANHOLA NO TRABALHO DOS AGENTES DE VIAGEM: OS ESCRITOS

Desde que comecei a trabalhar como professora de Espanhol do Turismo e, mais intensamente, quando dei início a esta pesquisa, construí minhas suposições sobre o trabalho nas agências de turismo. No que tange às agências de viagens, imaginava que usariam pouco as línguas estrangeiras em seu trabalho, já que se dedicam primordialmente à venda de programas das operadoras e é com elas que realizam a maioria dos seus contatos profissionais. Quanto às operadoras, acreditava que fizessem muito uso das línguas estrangeiras nas suas atividades, em virtude do contato por meio do telefone, do correio eletrônico e do fax com os fornecedores de serviços no exterior.

Neste capítulo, no primeiro subitem serão analisados os resultados das entrevistas realizadas, ou seja, da fala das participantes **sobre** o uso da língua espanhola nas suas atividades. É importante recordar que, numa perspectiva ergológica, a entrevista dá respostas sobre o trabalho num nível “ideal”, relacionado ao plano do prescrito, ou seja, de como as trabalhadoras vêm as suas atividades e o problema da utilização de línguas estrangeiras. No segundo subitem, serão apresentados os resultados da pesquisa de campo, isto é, as análises do trabalho real.

### 6.1 A fala *sobre* o trabalho: a entrevista

Ao preparar o roteiro da entrevista, transformei minhas suposições em três hipóteses para o terceiro bloco do roteiro preparado para a entrevista, intitulado *O uso das línguas estrangeiras nas agências de turismo: uma aproximação*, cujo problema é

seguinte: quais as tarefas realizadas em línguas estrangeiras, especialmente a espanhola, pelos profissionais de agenciamento?

As três hipóteses construídas eram estas:

- (a) a língua espanhola ocupa um importante papel nas atividades dos operadores de turismo, que a utilizam diariamente, mas não nas dos agentes de viagens;
- (b) no caso dos operadores, tanto as competências escritas quanto as orais são requeridas em espanhol;
- (c) a interação se dá principalmente por *e-mail*, fax e telefone.

A primeira profissional entrevistada foi a agente Júlia. Sua fala vai ao encontro da primeira hipótese, ou seja, de que o espanhol não é importante e nem sequer usado na sua situação de trabalho:

#### **Entrevista 1 – Agente Júlia**

Luciana: Você utiliza alguma coisa desses idiomas ((inglês e espanhol)) no seu trabalho?

Júlia: Não. Que eu me lembre:: teve uma vez que eu atendi uma ligação+ não, minto, não foi nem aqui, não, foi num outro emprego meu. A secretária Júlia, Júlia, você sabe inglês? Tão falando aqui eu não tô/ quer dizer eu só:: tentei fazer alguma coisa, mas não aqui na agência, aqui na agência eu nunca fiz.

Luciana: Por quê? Por que como você já acha que não sabe então já passam pra outra pessoa?

Júlia: Não:: hoje por acaso nós tivemos um exemplo que nós tivemos que ligar para um hotel no México. Quer dizer, eu não me aventurei realmente a fazer. A Albertina até que fez a ligação e que falou com a pessoa lá. Então porque não surge:: não é oportunidade, tá me faltando a palavra++ é:: muito difícil a gente ter a necessidade de falar com outro país com outra língua, é:: 95% das vezes é no Brasil, né você vai falar com um hotel no Rio Grande do Sul, no nordeste, mas mui::to difícil você falar ou com um operador ou mesmo com um hotel fora aqui do país. É mui::to difícil. Ou então um estrangeiro nos ligar porque uma coisa que nós não fazemos, pelo menos até hoje, não teve esse coisa, é o turismo receptivo, que é onde vem o estrangeiro, que você tem que dar o apoio. Aí sim, você teria obrigatoriamente que tá falando alguma língua. Mas a gente nunca fez isso, nunca teve esse tipo de solicitação, entendeu? Então eu não vejo assim é que isso+ como é que eu vou te dizer me+ me obrigue a fazer, porque não tem, não acontece, entendeu? Não acontece.

A fala da agente sobre seu trabalho respaldava a minha hipótese de que as agências de viagens emissivas não utilizariam as línguas estrangeiras nas suas atividades, a não ser em casos esporádicos, como o mencionado caso do hotel no México. De qualquer forma, para executar essa atividade foi necessária uma regulação, já que foi a sócia responsável pelo financeiro quem realizou a ligação para o hotel no lugar das agentes de viagens.

A agente Marília, que tem a mesma função que Júlia e realiza as mesmas atividades, inclusive dividindo-a com a colega, diante da mesma pergunta, respondeu curiosamente o seguinte:

| <b>Entrevista 2 – Agente Marília</b>  |
|---|
| Luciana: Você utiliza inglês e espanhol no seu trabalho?  |
| Marília: Espanhol bastante. Muito site em espanhol:: o inglês eu fujo um pouquinho, mas agora eu vou começar a enfrentar mais ((risos)).  |
| /.../   |
| Luciana: Você usa:: as duas línguas no seu trabalho? Mais espanhol, né? Que você falou.   |
| Marília: É a gente usa mais site em esp/ principalmente site em espanhol.   |
| Luciana: Com que frequência mais ou menos você usa o inglês?  |
| Marília: Ah o inglês muito pouco. Espanhol até porque eu, por exemplo, Europa, eu gosto de/ os roteiros vem sempre em espanhol, então eu gosto mais dessa parte. E as pessoas hoje também tão procurando mais Europa que Estados Unidos, né? Então geralmente eu utilizo mais prá leitura o espanhol. |
| Luciana: Aí você usa o quê? Todo dia você acaba lendo ou tendo algum contato com o espanhol?  |
| Marília: Não, não. Todo dia não.  |
| Luciana: Todas as semanas?  |
| Marília: Ah, sim, às vezes porque tem os roteiros, né? Os roteiros vem sempre em espanhol então eu tô sempre lendo alguma coisa.  |
| Luciana: Tá. Então de uma maneira geral, você tem que + é:: ler em língua estrangeira, né? Você tá falando de site na internet.   |
| Marília: [isso]   |
| Luciana: Você também é:: fala, tem ligação telefônica?  |
| Marília: Mui::to difícil. Muito difícil.  |
| Luciana: O mais freqüente é a informação escrita.   |
| Marília: É escrita, exatamente.   |
| Luciana: Mas você também você recebe coisas escritas e você também tem que escrever?  |
| Marília: Não, não, não. É mais pra leitura, mais pra leitura.   |

A resposta de Marília, totalmente diferente à de Júlia, foi de que sim, usa “espanhol **bastante**” nas suas atividades. Se ambas têm a mesma função, como é possível que as respostas sejam antagônicas?

A primeira interpretação possível para essa contradição estaria, na perspectiva dialógica, onde sentido é construído na enunciação, mobilizando os saberes anteriores dos coenunciadores (MAINGUENEAU, 2000, p.27). Dessa forma, na primeira entrevista, o sentido construído para o enunciado “utilizar línguas estrangeiras” seria o de expressar-se

oralmente por intermédio dessas línguas. Entretanto, na segunda, o sentido de “utilizar línguas estrangeiras” seria mais amplo, englobando a competência leitora e escrita e indo ao encontro do que Bakhtin (2003, p.281) chama de intuito discursivo.

No entanto, em outro momento da entrevista, insisto na questão e a pergunto diretamente à agente Júlia:

|                                    |
|------------------------------------|
| <b>Entrevista 1 – Agente Júlia</b> |
|------------------------------------|

|   |
|---|
| Luciana: Você em língua estrangeira então você também não teria que ler nada no seu trabalho? |
|---|

|   |
|---|
| Júlia: Até deveria ((risos)) Deveria ler e deveria estudar se:: é surgisse uma:: NEcessidade. Mas como ainda não surgiu nada ainda assim muito forte por isso que a gente vai empurrando. |
|---|

|  |
|--|
| Luciana: Mas nem nada assim, nenhuma informação que você tenha que procurar na internet e precise ler em língua estrangeira? Nem isso? |
|--|

|  |
|--|
| Júlia: Não:: Não:: Pode até acontecer, mas isso é muito esporádico, muito/ |
|--|

Diante disso, a contradição das respostas parece relacionar-se à questão da dificuldade de falar do trabalho. Há vários elementos e teorias a respeito das verbalizações sobre a atividade, que vão desde a falta de discursos sobre o trabalho até um suposto déficit lingüístico dos trabalhadores (FRANÇA, 2002, p.83-90). O importante é “tomar as palavras inicialmente como provisórias, como índices, como indicadores” já que, posteriormente, haveria uma pesquisa de campo que dissolveria a contradição da fala das agentes sobre o seu trabalho.

A fala da agente Marília também ressalta que a competência leitora em língua espanhola é muito requerida na sua situação de trabalho. Segundo ela, a interação se dá por um gênero secundário, os textos disponíveis na *internet*.

No que diz respeito às operadoras, suas falas sobre o uso do espanhol nas atividades foram coincidentes e confirmaram a primeira hipótese. Entretanto, as demais hipóteses do terceiro bloco de perguntas, de que faziam muito uso das línguas estrangeiras em interações escritas, por meio de correio eletrônico e fax, e orais, por meio do telefone, só se confirmaram parcialmente.

Já durante a entrevista com a operadora Denise, comecei a questioná-las:

### Entrevista 3 – Operadora Denise

Luciana: Você fala outros idiomas?

Denise: ((risos)) eu:: inglês, um pouco. Acho que não é que eu não fale, mas eu já não gosto de inglês, eu já criei um certo bloqueio. E o espanhol que a gente usa diariamente.

/.../

Luciana: Você se comunica sem problemas ((em espanhol))?

Denise: Sim, porque eu falo no telefone quando precisa e nunca tive problema. A gente fala on-line pelo Messenger o dia inteiro com todos os operadores, e-mail, sempre. Então, acho que é bom. /.../ a minha área que é de Europa que a maioria estão na Espanha, operador da Itália fala inglês mas fala espanhol e tem preferência por espanhol, Cone Sul só espanhol e a operadora do Taiti é em Santiago, espanhol, então/

Luciana: Então você tem que falar e ler em espanhol?

Denise: É::

/.../

Luciana: Então você falou que a comunicação é por e-mail

Denise: [E-mail], telefone e o Messenger /.../

Luciana: Você acha que é mais telefone ou mais Messenger?

Denise: [Messenger]. É porque econo/ por dinheiro mesmo por causa de custo /.../ a gente só liga assim em caso de emergência /.../.

Minha compreensão responsiva ativa dos primeiros enunciados de Denise (“eu falo no telefone quando precisa e nunca tive problema. A gente fala on-line pelo Messenger o dia inteiro com todos os operadores, e-mail, sempre”, “é::” e “e-mail, telefone e o Messenger”) era de que talvez o uso do espanhol oral e escrito estivesse em condições de igualdade, mas ainda permanecia a dúvida. Vê-se, então um movimento discursivo de tentativa de confirmação do sentido construído, expresso no meu último enunciado transcrito. A compreensão responsiva da operadora sobre a minha dúvida a leva a uma reformulação do seu discurso e a afirmação e justificava da maior presença do programa de comunicação instantânea nas suas atividades.

A fala da operadora Andréia sobre o mesmo assunto foi a seguinte:

#### Entrevista 4 – Operadora Andréia

Luciana: Você utiliza os dois ((espanhol e inglês)) no seu trabalho?

Andréia: Utilizo muito mais o espanhol do que o inglês.

/.../

Luciana: Você no seu trabalho você tem mais que o quê, falar, escrever em língua estrangeira, escutar, ler?

Andréia: [A gente escreve mais, a gente escreve mais]. Não, ler:: escrevendo, mas escrito.

Luciana: Essa comunicação é o quê, por e-mail?

Andréia: [E-mail], Messenger que a gente usa pra isso. E:: a gente fala muito com nossos operadores pelo Messenger, é:: um programa de fala on-line, na hora. E e-mail, mais e-mail. /.../ Telefone quando tem algum problema, alguma coisa que seja mais importante, mais urgente, que não dá pra esperar chegar e-mail, ver se recebeu.

A entrevista da operadora Andréia reforça a reformulação de Denise ao insistir na utilização do programa de comunicação instantânea e do correio eletrônico em detrimento do telefone, reservado para situações de urgência. O trecho do enunciado “ler:: escrevendo” busca reforçar seu intuito discursivo de que a leitura realizada em espanhol não era de gêneros secundários, e sim uma comunicação discursiva imediata e espontânea, em que lê o enunciado no *e-mail* ou programa de comunicação instantânea e responde imediatamente, ou seja, um gênero primário (BAKHTIN, 2003).

Resumidamente, as falas das trabalhadoras sobre o uso da língua espanhola nas suas atividades:

- (a) na agência de viagens, não foi possível chegar a nenhuma conclusão, pois a agente Júlia afirmou não usar a língua espanhola em nenhuma situação, a não ser muito esporádica, enquanto que Marília disse utilizar muito a competência leitora em espanhol para ler textos disponíveis na *internet*;
- (b) na operadora de turismo, ambas trabalhadoras afirmaram utilizar a língua espanhola constantemente, em interações escritas por *e-mail* e programas de comunicação instantânea.

Se esta investigação se limitasse a tirar conclusões sobre o uso do espanhol na situação de trabalho dos agentes de viagens e operadores a partir da análise do conteúdo das entrevistas, haveria, pelo menos, um grande problema: as falas contraditórias das agentes de viagens que não permitiram que se chegasse a nenhuma resposta coerente. No entanto, conforme foi explicitado no capítulo 3 da parte 2, as entrevistas nesta pesquisa de linguagem em situação de trabalho têm objetivos diferentes, quais sejam: (a) realizar uma

primeira aproximação do trabalho que seria, posteriormente, observado; (b) construir um texto sobre o trabalho das agentes de viagens, suas experiências, sua formação em geral e em línguas estrangeiras, sua visão sobre o seu trabalho e sobre o uso das línguas estrangeiras nas suas atividades.

## **6.2 O predomínio do escrito em espanhol: a pesquisa de campo**

Somente a partir das observações e análise das situações concretas de trabalho, acompanhando as atividades das agentes e dialogando em situação, verifiquei que as hipóteses estavam, pelo menos em parte, equivocadas.

### **6.2.1 A agência de viagens**

Com a pesquisa de campo, observei que na agência de viagens faz-se uso cotidiano da língua espanhola, especialmente a partir da competência leitora.

É importante novamente ressaltar que no trabalho dos agentes de viagens a atividade verbal é o essencial da tarefa (LACOSTE, 1998, p.15) e todo o fazer material se estrutura em torno da linguagem. Como vimos no capítulo anterior com o exemplo do fluxo da venda de um pacote turístico, essa atividade verbal é tanto oral quanto escrita. No entanto, por ser uma agência varejista e emissiva, quase a totalidade das suas interações orais são em português, com os clientes brasileiros e com as operadoras estabelecidas no país. O espanhol está presente no seu trabalho nos escritos, mais especificamente na leitura de vários materiais nessa língua.

Encontrei na agência de viagens uma verdadeira infinidade de escritos. No quadro 1, sistematizei aqueles que dizem respeito especificamente ao trabalho das agentes de viagens. Dada a sua complexidade, é possível que alguns deles tenham me escapado durante o trabalho de campo.

Com relação ao critério de organização do quadro, cabe elucidar que a sua terminologia para a classificação dos escritos é aquela utilizada na própria situação de trabalho. Para melhor compreendê-lo, a seguir encontra-se uma definição de alguns desses escritos:

- (a) sistema – programa de processamento de dados utilizado pela agência de turismo. É um *software* especial para esse tipo de empresas e onde se registram todas as etapas da venda de um serviço turístico;
- (b) folheteria – conjunto de materiais impressos arquivados na agência de turismo. Incluem desde um simples prospecto de apenas uma folha até brochuras com centenas de páginas. Esses impressos são enviados pelos fornecedores de serviços turísticos e pelas empresas públicas de promoção de turismo;
- (c) tarifário – lista de preços dos serviços turísticos de um determinado fornecedor;
- (d) material – conjunto de objetos e/ou documentos entregues ao cliente que compra um serviço turístico (bilhetes, *vouchers*, mapas, bolsas de viagens, identificador de malas etc);
- (e) processo – reunião de todos os documentos gerados na venda de um serviço turístico (cópias de bilhetes e *vouchers*, notas de débito, recibos, roteiros etc);
- (f) *internet*<sup>13</sup> – serviço de acesso a informações por hipertexto ou consulta de sítios na *World Wide Web*.

---

<sup>13</sup> A definição técnica para *internet* é um conjunto de redes de computadores interligadas pelo mundo inteiro e que oferece uma série de serviços, como a consulta a sítios (*sites*, *World Wide Web* ou serviço de acesso a informações por hipertexto) e o uso do correio eletrônico (*e-mail*, serviço que permite a troca de mensagens entre usuários da *internet*).

Quadro 1 - Os escritos na agência de viagens estudada

| <b>ESCRITO</b>       | <b>ORIGEM</b>            | <b>DESTINO</b>           | <b>SUPORTE</b> | <b>FUNÇÃO</b>  | <b>LÍNGUA</b>         |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|--|-----------------------|
| Caderno de anotações | Agentes                  | Agentes                  | Papel          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar o primeiro registro das solicitações, nomes e telefones dos clientes;</li> <li>• registrar os fornecedores que foram contatados.</li> </ul>  | Português             |
| <i>E-mails</i>       | Clientes                 | Agentes                  | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar informação sobre serviços;</li> <li>• solicitar reserva;</li> <li>• solicitar informação turística;</li> <li>• pedir cancelamento ou anulação de serviço.</li> </ul>  | Português             |
|                      | Agentes                  | Clientes                 | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar informação sobre serviços;</li> <li>• fornecer confirmação de reserva;</li> <li>• fornecer informação turística;</li> <li>• receber solicitação de cancelamento ou anulação.</li> </ul>   | Português             |
|                      | Agentes                  | Fornecedores de serviços | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar informação sobre serviços;</li> <li>• solicitar cotização, disponibilidade, reserva ou confirmação;</li> <li>• pedir informação turística;</li> <li>• pedir cancelamento ou anulação;</li> <li>• fornecer informação sobre passageiros;</li> <li>• negociar.</li> </ul> | Português             |
|                      | Fornecedores de serviços | Agentes                  | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar informação sobre serviços;</li> <li>• fornecer cotização, disponibilidade, reserva ou confirmação;</li> <li>• dar informação turística;</li> <li>• negociar.</li> </ul>   | Português             |
|                      | Fornecedores de serviços | Agentes                  | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover serviços turísticos.</li> </ul>  | Português ou espanhol |
| Sistema              | Agentes                  | Agentes                  | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro dos dados da venda no sistema</li> </ul>   | Português             |

| <b>ESCRITO</b>    | <b>ORIGEM</b>            | <b>DESTINO</b> | <b>SUPORTE</b>      | <b>FUNÇÃO</b>  | <b>LÍNGUA</b>                 |
|-------------------|--------------------------|----------------|---------------------|--|-------------------------------|
|                   |                          |                |                     | informático.   |                               |
| Folheteria        | Fornecedores de serviços | Agentes        | Papel               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar informações sobre serviços.</li> </ul>  | Português, inglês ou espanhol |
| Tarifário         | Fornecedores             | Agentes        | Papel e eletrônico  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar valores de serviços</li> </ul>  | Português                     |
| Material          | Fornecedores de serviços | Clientes       | Papel ou eletrônico | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar ao cliente a comprovação da sua compra por meio de <i>vouchers</i> e bilhetes.</li> </ul>   | Português                     |
| Processos         | Agentes                  | Agentes        | Papel               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arquivar todos os escritos relacionados a uma venda.</li> </ul>   | Português                     |
| Livros e revistas | Vários                   | Agentes        | Papel               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultar informações variadas sobre destinos e fornecedores de serviços (atlas, dicionários, revistas especializadas, guias turísticos, catálogos).</li> </ul> | Português                     |
| <i>Internet</i>   | Vários                   | Agentes        | Eletrônico          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultar informações variadas sobre destinos e fornecedores de serviços.</li> </ul>  | Português, inglês ou espanhol |
| Outros            | Agentes                  | Agentes        | Vários              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agendas, quadro de avisos etc.</li> </ul>   | Português                     |

Como pode ser visto no quadro, os escritos em espanhol presentes na situação de trabalho dos agentes de viagens são de três naturezas:

- (a) correios eletrônicos enviados por fornecedores para promover seus serviços;
- (b) folheteria em suporte papel enviada por fornecedores, especialmente operadoras de turismo, para informar e promover seus serviços;
- (c) sítios visitados na *internet* para obter alguma informação sobre destinos ou serviços.

É importante observar que quase a totalidade dos escritos que chegam à agência enviados pelas operadoras européias e do Cone Sul está em espanhol; portanto, sempre que há a possibilidade de uma venda para os destinos operados por aqueles fornecedores, esse material promocional é consultado.

Além disso, conforme afirma Beni (2001, p.92), os agentes de viagens estão se convertendo em “consultores de viagens” e isso traz como conseqüência para seu trabalho a necessidade de uma pesquisa constante, em busca de informações. Na agência de viagens em questão, quando não são encontradas as respostas para aquilo de que necessitam nos escritos que estão arquivados na situação de trabalho, sejam eles em suporte papel ou meio eletrônico, a pesquisa é realizada em sítios da *internet*. Quando se trata de um destino internacional, a opção é procurar sítios em língua espanhola, dada a dificuldade manifesta das agentes em ler em inglês.

Em virtude da amplitude do material pesquisado em sítios da *internet*, é muito difícil agrupá-los. Apenas dois elementos são comuns a todos esses textos: o suporte, que é a *internet*, e o assunto, que sempre se relaciona com algum tipo de informação turística, seja sobre destinos, seja sobre serviços, o que compreende conteúdos de uma amplitude imensa.

No caso dos escritos que a agência recebe dos fornecedores de serviços, é possível verificar que constituem “tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2003, p.262), ou seja, gêneros do discurso, assunto que será tratado no próximo capítulo.

### 6.2.2 A operadora de turismo

Durante a pesquisa de campo na operadora de turismo, a análise das situações de trabalho coincidiu com as verbalizações presentes nas entrevistas:

- (a) todas as interações entre as operadoras e os fornecedores de serviços naquele dia se deram em língua espanhola;
- (b) houve um predomínio do uso do correio eletrônico e do programa de comunicação instantânea;
- (c) a interação telefônica só foi registrada em uma ocasião, por motivo de urgência.

No trabalho das operadoras, verifiquei a presença de um número ligeiramente inferior de escritos se comparados aos que encontrei na agência de viagens. Isso se deve ao fato de que a operadora de turismo pesquisada é uma empresa de maior porte, na qual a divisão do trabalho se dá de forma mais intensa. Apesar de haver uma divisão de tarefas na agência, ela não é muito rígida, já que as quatro trabalhadoras são também sócias da empresa. Portanto, as agentes de viagens acabam manipulando não apenas os escritos operacionais, mas todos aqueles que circulam na sua situação de trabalho. Por outro lado, na operadora, as trabalhadoras do setor de operações têm funções mais específicas e manejam apenas os escritos que dizem respeito às suas atividades, que são descritos no quadro 2.

Quase todos os escritos presentes na situação de trabalho das operadoras de turismo também foram encontrados na agência de viagem, portanto, sua definição se encontra no item 6.1, com exceção do *Messenger*<sup>1</sup>, programa de computador que permite a comunicação escrita instantânea, em tempo real.

---

<sup>1</sup> Messenger© é uma marca comercial de propriedade da Microsoft Corporation©. Há outros programas com a mesma função e que também permitem a comunicação por voz e imagens, além do envio de arquivos.

Quadro 2 - Os escritos na operadora de turismo estudada

| <b>ESCRITO</b>               | <b>ORIGEM</b>            | <b>DESTINO</b>           | <b>SUPORTE</b> | <b>FUNÇÃO</b>  | <b>LÍNGUA</b> |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------|--|---------------|
| <i>E-mails</i>               | Agentes                  | Operadoras e vendedoras  | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar informação sobre serviços;</li> <li>• solicitar cotização, disponibilidade, reserva ou confirmação;</li> <li>• solicitar informação turística;</li> <li>• pedir cancelamento ou anulação de serviço;</li> <li>• fornecer informação sobre passageiros.</li> </ul>       | Português     |
|                              | Operadoras               | Agentes                  | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar informação sobre serviços;</li> <li>• fornecer cotização, disponibilidade ou confirmação de reserva;</li> <li>• fornecer informação turística;</li> <li>• promover serviços.</li> </ul>   | Português     |
|                              | Fornecedores de serviços | Operadoras               | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• promover serviços</li> </ul>  | Espanhol      |
| <i>E-mail e/ou Messenger</i> | Operadoras               | Fornecedores de serviços | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar informação sobre serviços;</li> <li>• solicitar cotização, disponibilidade, reserva ou confirmação;</li> <li>• pedir informação turística;</li> <li>• pedir cancelamento ou anulação;</li> <li>• fornecer informação sobre passageiros;</li> <li>• negociar.</li> </ul> | Espanhol      |
|                              | Fornecedores de serviços | Operadoras               | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar informação sobre serviços;</li> <li>• fornecer cotização, disponibilidade, ou confirmação de reserva;</li> <li>• dar informação turística;</li> <li>• negociar.</li> </ul>  | Espanhol      |
| Sistema                      | Operadoras               | Operadoras               | Eletrônico     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro dos dados da venda no sistema informático.</li> </ul>  | Português     |
| Folheteria                   | Fornecedores de          | Operadoras               | Papel          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar informações sobre serviços.</li> </ul>  | Português ou  |

| <b>ESCRITO</b>    | <b>ORIGEM</b>            | <b>DESTINO</b> | <b>SUPORTE</b>      | <b>FUNÇÃO</b>  | <b>LÍNGUA</b>                 |
|-------------------|--------------------------|----------------|---------------------|--|-------------------------------|
|                   | serviços                 |                |                     |  | espanhol                      |
| Tarifário         | Fornecedores de serviços | Operadoras     | Papel e eletrônico  | • Dar valores de serviços.   | Português ou espanhol         |
| Material          | Operadoras               | Clientes       | Papel ou eletrônico | • Dar ao cliente a comprovação da sua compra por meio de <i>vouchers</i> e bilhetes.   | Português ou espanhol         |
| Livros e revistas | Vários                   | Operadoras     | Papel               | • Consultar informações variadas sobre destinos e fornecedores de serviços (atlas, dicionários, revistas especializadas, guias turísticos, catálogos). | Português                     |
| <i>Internet</i>   | Vários                   | Operadoras     | Eletrônico          | • Consultar informações variadas sobre destinos e fornecedores de serviços   | Português, inglês ou espanhol |
| Outros            | Operadoras               | Operadoras     | Vários              | • Quadro de avisos etc.  | Português                     |

De acordo com o quadro, os escritos em espanhol presentes na situação de trabalho dos operadores de turismo são de seis naturezas:

- (a) correios eletrônicos recebidos de fornecedores para promover seus serviços;
- (b) interação por meio do correio eletrônico entre fornecedores e as operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico;
- (c) interação por meio de programa de comunicação instantânea (*Messenger*) entre fornecedores e as operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico;
- (d) folheteria recebida de fornecedores para informar e promover seus serviços;
- (e) tarifário recebidos de fornecedores para informar os valores dos serviços;
- (f) material a ser entregue ao cliente, em especial, *vouchers*, com a comprovação da compra efetuada;
- (g) sítios visitados na *internet* para obter alguma informação sobre destinos ou serviços.

Da mesma forma que os escritos em espanhol da agência de viagem, alguns dos presentes na situação de trabalho da operadora também são bastante estáveis, com exceção, novamente, dos sítios da *internet*. Além disso, há uma coincidência entre alguns escritos encontrados nas duas situações pesquisadas: os constantes das alíneas (a) e (d). Não obtive cópia de um tarifário em espanhol (e) e pude transcrever apenas uma interação com suporte de programas de comunicação instantânea (c). Portanto, esses escritos serão excluídos da análise de gênero, que enfocará, além das já mencionadas mensagens eletrônicas e folheteria promocional, as interações por meio de correios eletrônicos com fornecedores de serviços.

Essa análise tem por objetivo realizar uma caracterização geral dos três gêneros selecionados a partir de sua estrutura composicional para, com isso, poder responder a uma parte da demanda do ensino de Espanhol para o Turismo.

## **7 OS GÊNEROS DOS ESCRITOS EM LÍNGUA ESPANHOLA**

Conforme o que foi dito no capítulo anterior, os escritos em espanhol que serão analisados são de três gêneros distintos, conforme será demonstrado neste capítulo:

- (a) folheteria promocional enviada por fornecedores de serviços às agências e operadoras, mais especificamente, programas turísticos enviados por operadoras estrangeiras;
- (b) correios eletrônicos promocionais enviados por fornecedores de serviços às agências e operadoras;
- (c) correios eletrônicos trocados entre fornecedores e operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico.

Esta análise se fundamenta no conceito bakhtiniano de gêneros do discurso (2003) e não será exaustiva, pois visa a uma caracterização geral, especialmente da sua construção composicional. Isso vai ao encontro dos objetivos desta pesquisa, ou seja, a busca de elementos que permitam uma antecipação do que pode ser ensinado em Língua Espanhola aos futuros profissionais da área.

De acordo com o visto nos capítulos precedentes, no trabalho dos agentes de turismo o discurso é ação e, no caso da língua espanhola, esse discurso se manifesta em forma de escritos que são lidos ou produzidos pelos trabalhadores. Assim, é fundamental que os futuros profissionais de agenciamento dominem as formas desses gêneros do discurso, já que, como afirma Bakhtin (2003, p.284-285), para comunicar-se nos diferentes campos das atividades humanas é fundamental dominar-se o repertório dos seus gêneros.

Segundo Bakhtin (2003, p.261-262), é principalmente pela construção composicional que as condições específicas e as finalidades de um campo da atividade humana se refletem nos enunciados, cujos tipos relativamente estáveis são denominados gêneros do discurso.

É importante observar que, para Bakhtin (2003, p.261), além da construção composicional, os enunciados e suas formas típicas, ou seja, os gêneros, possuem outros dois elementos, o estilo e o tema. Apesar de considerar o estilo individual “um epifenômeno do enunciado”, ou seja, um “produto complementar”, na maioria dos gêneros, afirma que ele “pode encontrar-se em relações de reciprocidade com a língua nacional” (BAKHTIN, 2003, p.265-266). Dessa forma, enunciados de um mesmo gênero, produzidos em línguas diferentes, possuem características diversas quanto ao seu estilo. Portanto, apesar de não propor nenhum tipo de análise comparativa, os gêneros utilizados nas agências de turismo seriam diferentes em português e em espanhol.

Passemos, então, à análise dos três gêneros selecionados.

### **7.1 Folheteria promocional**

A quantidade de material promocional em suporte papel recebido pelas agências de turismo é enorme. São folhetos, brochuras e revistas enviadas por fornecedores de serviços turísticos, tais como meios de hospedagem, empresas de transporte, operadoras etc. Grande parte do mobiliário em ambas situações de trabalho pesquisadas é dedicado ao seu armazenamento, como pode ser verificado nas fotografias da agência de viagens constantes do anexo D.

Como afirma Feitosa (1996, p.57) as condições para que “um escrito se realize como lugar de interação” são as seguintes: (a) que ele exista na situação de trabalho, (b) que seja localizável, (c) que esteja disponível, (d) que seja manuseado. No caso das agências de turismo, os três últimos critérios costumam ser preenchidos; quanto ao primeiro, é impossível, pois como os destinos turísticos são tantos quanto os lugares existentes no nosso planeta, nunca uma agência não especializada poderá dispor de todos os escritos de que necessita. Isso quer dizer que, por maior que seja a quantidade de folhetos que uma agência receba, nunca será suficiente para cobrir toda a sua possível demanda.

Em meio a todo esse material, nota-se uma forte presença em língua espanhola de programas turísticos de tipo excursão enviados por operadoras européias. A sua função é a de dar a conhecer seus produtos e incentivar as agências e operadoras a vendê-los. Trata-se de um gênero do discurso bastante estável, como veremos por sua estrutura composicional.

Os programas de excursão são enunciados que pressupõem uma interação tríplice. Eles são preparados pelas operadoras de turismo para, como já foi dito, ao mesmo tempo dar a conhecer os seus produtos de forma detalhada e promovê-los. São enviados às demais operadoras e às agências de viagem que, por sua vez, costumam mostrar esse material aos clientes, potenciais compradores daquelas viagens. Representam um papel importante no fluxo do trabalho dos agentes de viagens, já que são consultados sempre que um passageiro se interessa pelo destino que promovem.

O material é desenvolvido pelos próprios trabalhadores do setor técnico de operações e, em alguns casos, enviado a uma empresa de publicidade que lhe dá o devido acabamento.

A situação de produção dos programas turísticos abrange um enunciador-operador que não só informa, mas também prescreve, dita normas, tais como a duração, o preço, os itinerários e as condições. Esses enunciados são endereçados a dois co-enunciadores: os profissionais de agenciamento (agentes de viagens ou operadores) e os clientes. Dessa forma, uma das coerções do gênero programa turístico é a de, por um lado, possuir elementos técnicos que dêem conta das necessidades dos profissionais ao vender o seu produto e, por outro, possibilitar que o co-enunciador-cliente reconheça-o e possa construir dialogicamente o seu sentido. Um exemplo disso são os programas da operadora 2 que não deixa de usar a linguagem operativa<sup>1</sup> do turismo mas coloca no seu rodapé uma legenda:

| <b>Operadora 2</b>         |
|----------------------------|
| A: ALOJAMIENTO             |
| AD: ALOJAMIENTO Y DESAYUNO |
| MP: MEDIA PENSIÓN          |
| PC: PENSIÓN COMPLETA       |
| TI: TODO INCLUIDO          |

Na verdade, ao elaborar um programa turístico, o enunciador-operador antecipa uma dupla finalidade. Em primeiro lugar, o enunciado é endereçado a um co-enunciador profissional do turismo, um agente ou operador que deve ler o programa e entendê-lo para,

<sup>1</sup> Segundo Falzon (apud FEITOSA, 1996, p.44), as linguagens operativas “representam uma economia importante na realização das tarefas” e possuem as seguintes características: “são extremamente contextualizadas, seu léxico e sua gramática são restritos com relação aos da língua natural, sua semântica, também restrita, é orientada para objetivos”. O turismo faz muito uso da sua linguagem operativa, caracterizada pela presença de siglas e acrônimos (CALVI, 2000).

posteriormente, ser capaz de vendê-lo. Não é uma situação de diálogo imediato porque os co-enunciadores não se encontram face a face. A atitude responsiva ativa do co-enunciador pode ser silenciosa ou não, pois, por motivo de alguma dúvida ou necessidade de informação adicional, pode produzir um novo enunciado endereçado ao enunciador-operador.

A segunda finalidade do enunciado-programa é dirigir-se ao passageiro que deve construir o seu sentido para, se lhe for conveniente, comprá-lo. Quando surge um cliente interessado numa viagem para o destino desse enunciado-programa, se realiza uma interação presencial com o agente vendedor. Em meio a outros enunciados produzidos face a face num gênero de diálogo cotidiano, o enunciado-programa é lido. É nesse momento que ocorre a interação tríplice já mencionada.

Portanto, mesmo que o co-enunciador-cliente não esteja habituado à leitura desse gênero, o sentido do enunciado será construído a partir da sua negociação no diálogo imediato com o agente. Afinal, essa é a função do agente de viagens: ser o intermediador entre passageiros e fornecedores de serviços turísticos, e isso implica muitas vezes na assunção do papel até mesmo de um “instrutor”<sup>2</sup>. A resposta do cliente, caso se interesse pelo programa, será em forma de um enunciado dirigido ao agente que, por sua vez, em forma de discurso relatado, endereça um novo enunciado ao operador. A resposta também pode ser silenciosa, caso o cliente não se interesse por aquele programa.

Observa-se uma grande estabilidade no gênero programa de excursão, *circuitos*, em espanhol. Sua construção composicional prevê a presença de, no mínimo, os seguintes elementos:

- (a) título – nome do país ou cidade de destino ou algum título já estabilizado no mercado, como *Circuito Andino* ou *Ruta de la Plata*;
- (b) *itinerario* – descrição diária das atividades previstas para o programa em questão;
- (c) *salidas* – datas de partida da excursão;
- (d) *hoteles* – nomes e categorias dos hotéis do programa;
- (e) *precios* – preços totais da excursão, por pessoa e, em alguns casos, dos suplementos;
- (f) imagens - fotos e/ou mapas do destino em questão.

---

<sup>2</sup> As agentes de viagens relataram alguns episódios em que tiveram que explicar ao cliente o que é uma viagem, um pacote, a diferença entre uma viagem rodoviária e uma aérea etc.

O elemento principal do programa é o *itinerario*. Além de ser a sua parte textualmente mais longa, é a que certamente mais chama a atenção dos co-enunciadores, pois é a razão da existência daquele enunciado. Se não há itinerário, não se trata de uma excursão, mas de outro tipo de serviço turístico.

Na definição da Embratur (2004b), a própria existência factual do programa turístico como uma atividade humana está condicionada à existência do enunciado-programa e do seu *itinerario*: “viagem planejada, preparada e cotizada pelas operadoras, com tarifa confidencial, que inclui todos os elementos de um itinerário [...]. **Tem um programa impresso, o folder (ou folheto)** [...]” [grifo meu].

Vejamos dois exemplos de *itinerarios*<sup>3</sup>. Todos eles são de operadoras espanholas<sup>4</sup>, têm o mesmo destino – intitulado *Ciudades Imperiales* – e número de dias semelhante.

---

<sup>3</sup> No anexo F, há a reprodução de um programa completo, com um terceiro itinerario para o mesmo destino, que também será mencionado na análise.

<sup>4</sup> Esse material, assim como todos os demais, foi fornecido pelas agentes e operadoras estudadas. Do gênero programa de excursão em língua espanhola, só possuíam folheteria de operadoras espanholas.

| <b>Circuito 184 – Operadora 1</b>  |
|--|
| <p><b>ITINERARIO</b></p> <p><b>Día 1°.- VIENA</b><br/>Llegada al aeropuerto de Viena y traslado al hotel. Alojamiento.</p> <p><b>Día 2°.- VIENA-BUDAPEST</b><br/>Desayuno y salida por la mañana en autocar hacia Hungría llegando a mediodía a Budapest. Por la tarde visita de Budapest, la perla a orillas del Danubio. La ciudad está dividida en dos partes "Buda" donde se encuentra el casco viejo de la sociedad, las residencias de la alta sociedad y las embajadas. El centro comercial con todos los hoteles y restaurantes se encuentra en la parte "Pest". Los monumentos más interesantes a visitar son: el Bastión de los Pescadores y la Catedral de San Matías. Alojamiento en Budapest.</p> <p><b>Día 3°.- BUDAPEST</b><br/>Desayuno y alojamiento. Día libre. Posibilidad de efectuar una excursión facultativa (no incluida) al pueblo pintoresco de San Andrés, visitando el museo de cerámica y las múltiples tiendas de artesanía húngara.</p> <p><b>Día 4°.- BUDAPEST-PRAGA</b><br/>Desayuno. Por la mañana salida hacia Praga en autocar, pasando por Brno. Alojamiento en Praga.</p> <p><b>Día 5°.- PRAGA</b><br/>Desayuno y visita de la ciudad recorriendo el Castillo de Praga con la Catedral de San Vito, "Vladislaus Hall", la más resplandeciente sala centroeuropea que data de la época gótica y la pintoresca Callejuela de Oro, en la que según la leyenda habitaban los miembros de la corte del Emperador Rodolfo II. Por la tarde posibilidad de proseguir facultativamente la visita de la ciudad o desplazarse al hermoso castillo Konopiste en cuyo interior se guardan colecciones artísticas de incalculable valor. Alojamiento.</p> <p><b>Día 6°.- PRAGA</b><br/>Desayuno y alojamiento. Día libre. Opcionalmente (no incluida) se puede efectuar una excursión a Karlovy Vary, el clásico balneario de la antigua monarquía austro-húngara.</p> <p><b>Día 7°.- PRAGA-VIENA</b><br/>Desayuno y salida por la mañana hacia Viena. Alojamiento:</p> <p><b>Día 8°.- VIENA</b><br/>Desayuno y <b>Visita panorámica</b> de la ciudad recorriendo la "Ringstrasse" con sus suntuosos monumentos como la Opera, los Museos de Bellas Artes y Ciencias Naturales, el monumento de María Teresa, el Parlamento, el Ayuntamiento, el Teatro Nacional y el Palacio Imperial "Hofburg". Tarde libre para ir de compras y alojamiento.</p> <p><b>Día 9°.- VIENA</b><br/>Desayuno y traslado al aeropuerto.</p> <p><b>FIN DEL VIAJE</b></p> |

É possível verificar-se a grande semelhança entre esse *itinerario* e o seguinte, que é de outra operadora, mas com o mesmo destino. A sua organização é diferente quanto à seqüência das cidades visitadas, mas ambos enunciados têm construções composicionais e características lingüísticas muito parecidas.

| <b>Circuito – Operadora 3</b>   |
|---|
| <p><b>Itinerario:</b><br/> <b>Día 1º: ESPAÑA-VIENA</b><br/> Salida en <b>avión de línea regular</b>, clase turista, con dirección a Viena. Llegada, <b>traslado al hotel y alojamiento.</b></p> <p><b>Día 2º: VIENA</b><br/> <b>Desayuno y alojamiento. Visita panorámica</b> de la ciudad, recorriendo la “Ringstrasse” y sus suntuosos monumentos: la Ópera, los Museos de Bellas Artes y Ciencias Naturales, el monumento a María Teresa, el Parlamento, el Ayuntamiento, el Teatro Nacional y el Palacio Imperial de Hofburg. Tarde libre.</p> <p><b>Día 3º: VIENA-BUDAPEST (250 Km)</b><br/> <b>Desayuno.</b> Salida en autocar hacia Hungría, llegando alrededor del mediodía a Budapest. <b>Almuerzo</b> en el hotel. Por la tarde, <b>visita</b> de la ciudad, la perla a orillas del Danubio. Se encuentra dividida en dos partes: la parte de Buda alberga el casco antiguo, las residencias de la alta sociedad y las embajadas. El centro comercial con los hoteles y restaurantes se encuentra en la parte de Pest. Los monumentos más interesantes a destacar son el Bastión de los Pescadores y la Catedral de San Matías. <b>Alojamiento.</b></p> <p><b>Día 4º: BUDAPEST</b><br/> <b>Desayuno y alojamiento.</b> Día libre para actividades personales. Le recomendamos sentarse en uno de los famosos cafés, donde aún puede saborearse el peculiar ambiente de la monarquía Austro-Húngara. <b>Almuerzo</b> en el hotel.</p> <p><b>Día 5º: BUDAPEST-PRAGA (550 Km)</b><br/> <b>Desayuno.</b> Salida en autocar hacia Praga, pasando por Brno. Llegada, <b>cena y alojamiento.</b></p> <p><b>Día 6º: PRAGA</b><br/> <b>Desayuno y alojamiento.</b> Por la mañana, <b>visita</b> de la ciudad, recorriendo el Castillo de Praga con la Catedral de San Vito, “Vladislaus Hall” y la pintoresca Callejuela de Oro –en la que, según la leyenda, habitaban los miembros de la corte del Emperador Rodolfo II-. <b>Almuerzo</b> en el hotel. Tarde libre y <b>alojamiento.</b></p> <p><b>Día 7º: PRAGA</b><br/> <b>Desayuno, cena y alojamiento en el hotel.</b> Día libre. Opcionalmente, puede realizar una excursión (no incluida) a Karlovy Vary, el clásico balneario de la antigua monarquía Austro-Húngara.</p> <p><b>Día 8º: PRAGA-ESPAÑA</b><br/> <b>Desayuno. Traslado al aeropuerto</b> y salida en <b>avión de línea regular</b>, clase turista, de regreso a la ciudad de origen. <b>Llegada y FIN DEL VIAJE.</b></p> |

Nota-se que esses *itinerarios* são enunciados descritivos e argumentativos. Sua finalidade pragmática é antecipar como será a viagem em questão para, com isso, tentar convencer o co-enunciador-cliente de que aquela é a melhor opção, o melhor roteiro de visita ao destino em questão. O enunciador precisa indicar que conhece bem os lugares de interesse turístico do destino e que proporcionará ao cliente os melhores passeios e serviços. Não importa que o co-enunciador-cliente não tenha competência enciclopédica para saber o que é “Ringstrasse” ou “Vladislaus Hall”; o fundamental é que confie na capacidade daquele operador de lhe oferecer o melhor programa turístico.

Cabe ao agente ou operador, no momento da venda dessa viagem, o papel de “tradutor” do seu programa ao co-enunciador-cliente. Portanto, é imprescindível que esse profissional do turismo tenha as competências lingüística, genérica e enciclopédica para

negociar o seu sentido com o co-enunciador-cliente, em especial aquele que não conheça bem o gênero, a língua e não tenha os conhecimentos enciclopédicos requeridos para a leitura do enunciado-programa.

Os *itinerarios* dos programas de excursão possuem elementos fixos na sua estrutura composicional. Em primeiro lugar, os subtítulos que são sempre formados pelo dia do programa, de forma seqüenciada, seguido da(s) cidade(s) visitada(s) em maiúsculas e negrito, de modo a ressaltar aquilo que seria o mais importante numa viagem organizada: as cidades aonde o passageiro vai. Em segundo lugar, nos textos explicativos há a descrição dos passeios e dos serviços turísticos incluídos. Não se pode esquecer que o enunciado-programa tem também o caráter de um contrato: ao optar por aquele programa, o cliente aceita e se submete às suas condições. Isso se explicita, por exemplo, no segundo *itinerario*, no qual os serviços incluídos estão todos em negrito e, no primeiro, o que é opcional está marcado pela inscrição “*no incluída*” entre parêntesis. Cria-se, com isso, um diálogo com a finalidade daquele enunciado, o seu aspecto comercial e contratual, ou seja, o que está pago, vai ressaltado pelo negrito. No outro, aquilo que não está incluído, aparece entre parêntesis, deixando subentendido que tudo mais está.

Apesar de a consideração das atitudes responsivas ser uma das características de todos os enunciados (BAKHTIN, 2003, p.301), observa-se no gênero programa turístico, até mesmo pelo seu caráter comercial, a sua construção a partir do querer-dizer ao co-enunciador-cliente tudo aquilo que supostamente lhe interessa: aonde e quando irá, o que fará e o que estará incluído no valor a ser pago. Por outro lado, isso é também fundamental para o agente ou operador vendedor do programa, que precisa de informações para poder negociar aquilo que, na maioria das vezes, ele não conhece, o que constitui uma das maiores dificuldades do trabalho em agenciamento conforme visto no subitem 5.3.2.

Esses *itinerarios*, como se referem a um destino histórico-cultural estão atravessados por outros discursos, como o da Geografia (“*La ciudad está dividida en dos partes ‘Buda’ donde se encuentra el casco viejo de la sociedad, las residencias de la alta sociedad y las embajadas. El centro comercial con todos los hoteles y restaurantes se encuentra en la parte ‘Pest’*”) e o da História (“*Por la mañana, visita de la ciudad, recorriendo el Castillo de Praga con la Catedral de San Vito, ‘Vladislaus Hall’ y la pintoresca Callejuela de Oro – en la que, según la leyenda, habitaban los miembros de la corte del Emperador Rodolfo II*”). Também se nota uma relação dialógica com outros gêneros do próprio setor do turismo, como os guias de viagens, nos quais costumam aparecer sugestões de programas turísticos semelhantes a esses *itinerarios*.

Há uma variação nos discursos de outros campos da atividade humana que atravessam os programas turísticos, pois depende de turismo do destino que anuncia (religioso, ecológico etc).

Além de *itinerario*, *salidas*, *hoteles* e *precios*, há outros elementos que aparecem em alguns programas, mas não em todos. Não os interpreto como transgressões do gênero e sim como itens constituintes não tão estáveis: listas dos serviços incluídos, informações sobre requisitos de entrada nos países visitados, mapas dos circuitos, fotos das atrações turísticas. Ressalte-se que em alguns casos esses elementos não estão no enunciado-programa, mas se encontram num enunciado posterior ou anterior.

Sem a preocupação de realizar uma análise exaustiva, vejamos as principais marcas lingüísticas presentes nesses *itinerarios*. O objetivo é apenas levantar seus aspectos mais relevantes e que dão pistas sobre o que pode ser levado para a sala-de-aula de Espanhol para agentes de viagens:

- (a) economia na linguagem por meio de frases nominais (“*Llegada al aeropuerto de Viena y traslado al hotel. Alojamiento.*”), especialmente no início e final de cada descrição diária, em que aparecem os serviços incluídos na viagem;
- (b) expressão de finalidade com a forma “**para** ou **a** + **infinitivo**” (“*Tarde libre para ir de compras*”; “*Los monumentos más interesantes a visitar*”);
- (c) presença recorrente de gerúndios (“*Desayuno y visita de la ciudad recorriendo el Castillo de Praga*”; “*Desayuno y salida por la mañana en autocar hacia Hungría llegando a mediodía a Budapest*”; “*salida hacia Praga en autocar, pasando por Brno*”);
- (d) predomínio – exceptuando-se as formas de gerúndio, infinitivo e particípio – do uso do presente na função descritiva (“*Buda’ donde se encuentra el casco viejo*”, “*Se encuentra dividida en dos partes: la parte de Buda alberga el casco antiguo*”). No *itinerario* do programa que está no anexo F, aparecem formas de futuro (“*La visita finalizará en el centro*”; “*desde allí se continuará hasta el bonito puente de Carlos, que atravesaremos*”);
- (e) predomínio da não-pessoa, com a presença de poucos embreantes de pessoa que explicitam, em alguns momentos, o direcionamento do enunciado ao co-enunciador num tratamento formal, expresso pelo uso do “*usted*” (“*Tarde libre a su disposición*”; “*Le recomendamos sentarse*”). No *itinerario* presente no anexo F, o embreante de pessoa é o “*nosotros*” (“*Recorreremos los principales*

*puntos de interés*”; “donde **haremos** una breve parada”), incluindo o enunciador;

- (f) repetição de alguns verbos de movimento, duração e localização, em especial “*recorrer*” e “*encontrarse*”;
- (g) presença de expressões de opinião (“*bonito*”, “*interesantes*”, “*pintoresco*”, “*suntuoso*”) e de formas cristalizadas (“*la perla a orillas del Danubio*”, “*la Ciudad Dorada*”).

Percebem-se alguns efeitos de sentido gerados por essas marcas lingüísticas:

- (a) o uso de frases nominais dá ao enunciado a concisão e, ao mesmo tempo, uma completude nas informações transmitidas ao co-enunciador. É um enunciado que deve ser lido rapidamente, mas que não pode omitir determinados aspectos, como os serviços e passeios incluídos no valor do programa, em virtude do seu caráter contratual;
- (b) a expressão de finalidade com a forma “**para** ou **a + infinitivo**” e a presença recorrente do gerúndio funcionam como elementos justificadores de determinados tempos livres e visitas. O co-enunciador cliente precisa compreender cada passo do programa da sua viagem;
- (c) o tratamento formal dirigido ao co-enunciador é, por um lado, respeitoso e, por outro, marcador de uma distância característica das relações profissionais. Ao contrário de algumas publicidades que buscam aproximar-se do co-enunciador tratando-o informalmente, esses programas turísticos parecem querer manter uma certa sobriedade na relação com o cliente;
- (d) o uso do pronome de pessoa “*nosotros*” inclui o enunciador e passa a idéia de que o cliente será acompanhado por um guia durante a viagem;
- (e) a repetição de alguns verbos de movimento, duração e localização corresponde à descrição dos movimentos do passageiro e à localização dos lugares visitados;
- (f) a presença de expressões de opinião visam ao convencimento do co-enunciador do valor e beleza dos destinos.

Veremos a seguir outro gênero cuja finalidade é a promoção de serviços turísticos.

## 7.2 Correios eletrônicos promocionais

Tanto a agência de viagens quanto a operadora de turismo recebem diariamente uma quantidade enorme de mensagens por correio eletrônico. Somente no dia 20 de julho, detectei a presença de 1.295 mensagens na caixa de entrada do programa gerenciador de *e-mails* da agência de viagens. Eles são diariamente lidos e organizados em pastas de acordo com o seu conteúdo, procedimento adotado também na operadora de turismo. Isso quer dizer que seguem o mesmo procedimento com as mensagens eletrônicas e com os folhetos em suporte papel, qual seja, armazená-las para uma futura necessidade.

Parte significativa dessas mensagens é enviada por fornecedores turísticos, especialmente operadoras, com a finalidade de promover seus serviços. Conforme mencionado no capítulo anterior, quase a totalidade do material promocional enviado pelos fornecedores europeus e do Cone Sul, seja em suporte papel, seja por correio eletrônico, está em espanhol.

Esse material tem a mesma função dos programas turísticos promocionais, ou seja, dar a conhecer seus produtos e incentivar as agências e operadoras a vendê-los. No entanto, apesar de as mensagens enviadas por correio eletrônico e a folheteria em suporte papel terem a mesma função, não pertencem ao mesmo gênero. Como afirma Maingueneau (2002, p.71-72), o suporte não é apenas um meio de transmissão de uma mensagem, pois “uma mudança importante do mídiu[m] modifica o *conjunto de um gênero do discurso* [grifo do autor]”. No caso do material promocional, essa conformação de gêneros distintos é também reforçada pelas suas construções composicionais, que são bastante diferentes.

Recolhi cerca de 30 mensagens promocionais em espanhol, a maioria de pacotes turísticos enviados por operadoras do Cone Sul, destino que, segundo o relato das profissionais, tem se incrementado muito nos últimos dois anos em virtude da conjuntura internacional. De fato, durante minha permanência na agência de viagens, observei que a maioria dos pedidos de viagens era para a Argentina e para o Chile, além do destino nacional Serra Gaúcha.

As mensagens promocionais de pacotes são enunciados elaborados pelas operadoras de turismo e enviados às demais operadoras e às agências de viagem. Diferentemente dos programas em suporte papel, eles não são mostrados aos clientes, pois possuem dados sigilosos, como a comissão recebida pela agência com a sua venda. Assim como os programas de excursão, ocupam um papel fundamental no fluxo do trabalho das

agências de turismo, pois são consultados sempre que surge um cliente interessado naquele destino.

Também são desenvolvidos pelos próprios trabalhadores do setor de técnico de operações, sem a necessidade da intervenção de nenhum outro tipo de profissional, dada a simplicidade da sua preparação e envio.

Feitosa (1996, p.3) há quase dez anos acreditava que nem tão cedo os escritos de papel seriam banidos do planeta. Apesar da já mencionada imensa quantidade de escritos de papel presente nas agências de viagens, nota-se claramente que muitos deles foram substituídos pelos escritos eletrônicos que, entre outras vantagens, têm custos baixíssimos. Um exemplo disso é o material promocional enviado por correio eletrônico e as confirmações de reserva que antes eram mandadas por fax e atualmente também chegam por meio eletrônico.

As mensagens promocionais de pacotes turísticos, assim como os programas em papel, são preparadas por um enunciador-operador que informa e prescreve. O co-enunciador é outro profissional do turismo, um agente de viagens ou operador, o que faz com que sejam enunciados com uma forte presença da linguagem operativa do turismo. Esse tipo de linguagem **como** trabalho é sempre econômica, pois, segundo Nouroudine (2002, p.21), é um meio de gestão do tempo.

O suporte correio eletrônico possui características que o fazem ser um diálogo entre coenunciadores que estão em lugares enunciativos distantes espacialmente, mas próximos temporalmente, o que permite a resposta quase imediata. No entanto, apesar de seu suporte ser facilitador do diálogo praticamente instantâneo, os correios eletrônicos promocionais têm características de uma atitude responsiva silenciosa: o co-enunciador-agente/operador lê a mensagem e a arquiva para uma necessidade posterior. Pode haver uma resposta imediata não silenciosa caso o co-enunciador-agente/operador tenha alguma dúvida ou queira alguma informação adicional, mas a atitude responsiva antecipada pelo enunciador é a de uma réplica temporalmente distante, gerada pelo interesse de algum cliente da agência na compra do produto.

Assim como o programa de excursão, a mensagem promocional costuma atravessar enunciados posteriores entre agentes e clientes. Ela não está presente fisicamente nesses diálogos face a face como ocorre com os programas turísticos, mas é constantemente aludida, já que é nela que estão as informações sobre o produto a ser vendido.

O gênero mensagem promocional de pacote é menos estável que os programas turísticos. Sua construção composicional consta de, pelo menos, as seguintes partes<sup>5</sup>:

- (a) título – nome do país ou cidade de destino ou algum título já estabilizado no mercado, como *Circuito Andino* ou *Ruta de la Plata*;
- (b) *el paquete incluye* – descrição de todos os serviços incluídos e número de dias do pacote;
- (c) *salidas* – datas de saída do pacote;
- (d) *hoteles* – nomes e categorias dos hotéis do pacote;
- (e) *precios* – preços totais, por pessoa;
- (f) *comisión* – porcentagem da comissão da agência;
- (g) imagens – fotos e/ou mapas do destino em questão.

Vejamos um exemplo de uma operadora argentina e que tem este país como destino:

---

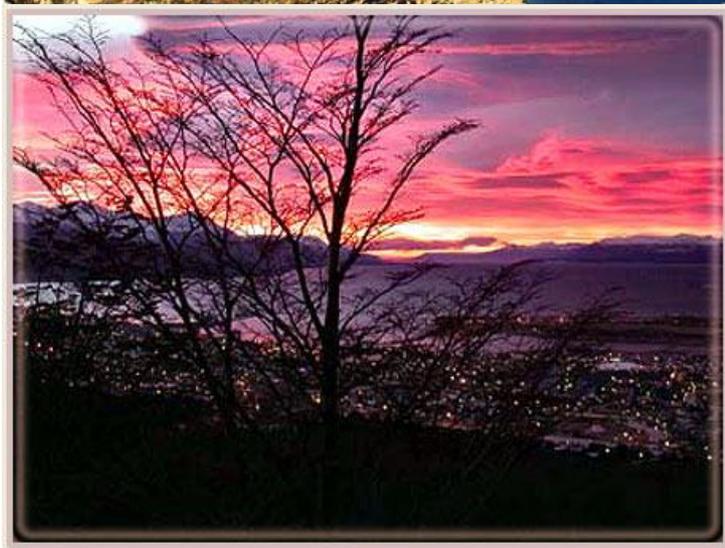
<sup>5</sup> Além, é claro, daquelas que são próprias do suporte correio eletrônico: “De:”, “Para:”, “Enviada em:” e “Assunto:”.

## Mensagem 1

**Subject:** # Argentina: Tierra del Fuego + Glaciares Andinos #



## LA CIUDAD MAS AUSTRAL DEL MUNDO...



## ...Y LOS IMPRESIONANTES GLACIARES



**El paquete incluye:**  
**Recepción en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza**  
 Todos los traslados terrestres  
 3 Noches en Buenos Aires / Hotel Seleccionado  
 City Tour Buenos Aires  
 Cena Show Señor Tango  
 BUE/USH/FTE/BUE con Aerolíneas Argentinas  
 3 Noches en Ushuaia / Hotel Seleccionado  
 Exc. Navegable Canal de Beagle / Faro del Fin del Mundo  
 Exc. Parque Nacional Lapataia  
 Exc. Lago Escondido y Lago Fagnano  
 3 Noches en El Calafate / Hotel Seleccionado  
 Exc. Glaciar Perito Moreno  
 Exc. Glaciar Upsala y Oneli c/almuerzo  
 Desayuno diario  
 Guías de Turismo en Todos los Destinos  
 Impuestos y Tasas

**NO INCLUYE:**  
 Entradas a Parques Nacionales (total USD 42.-)  
 Tasas de Aeropuertos en USH y FTE (total USD 13,50)  
 Tasa de Salida Ezeiza ( USD 18.-)



**PRECIO POR PAX / BASE HABITACION DOBLE**

OPCION n° 1 : Hotel de la Paix 3\* + Hotel Las Lengas 3\* + Hotel Posta Sur 3\*.... USD 1.216.-  
 OPCION n° 2 : Dazzler Hotel 4\* + Los Niños Hotel 4\* + Hotel El Quijote 4\* ..... USD 1.400 .-  
 OPCION n° 3 : Etoile Recoleta Hotel 5\* + Hotel Ushuaia 5\* + Los Alamos 5\* ..... USD 1.508 .-  
 OPCION n° 4 : Hilton Buenos Aires 5\* +Hotel Las Hayas 5\* + Hosteria Los Notros 5\*....USD 2.187.-

**Com. Agt. 12%– Validez: AGO - SEP - OCT - NOV / 04**

Enquanto que nos programas turísticos o elemento central é um texto escrito, nos *e-mails* promocionais as imagens têm mais destaque. Como os pacotes não possuem um itinerário a ser seguido, as imagens vão ser as principais responsáveis pelo convencimento do cliente por intermédio do agente.

Vejamos outro exemplo, também de uma operadora argentina:

**Mensaje 9****Subject: # Buenos Aires y las Mejores Playas #**

## Buenos Aires, Mar del Plata y Punta del Este

### EL PAQUETE INCLUYE:

**Tranfers In / out Buenos Aires**  
**3 noches en Etoile Recoleta Hotel 5\* ([www.etoile.com.ar](http://www.etoile.com.ar))**  
**City tour Buenos Aires**  
**Cena show de tango**  
**tranfers hotel / aeropuerto / hotel (Bue/Mdq)**  
**BUE/MDQ/BUE con Aerolíneas Argentinas**  
**5 noches Dos Reyes Hotel 4\* ([www.dosreyes.com.ar](http://www.dosreyes.com.ar))**  
**Traslados diarios a playas con reposeras incluidas**  
**City Tour Mar del Plata**  
**Casino**  
**1/2 pensión (desayuno y cena)**  
**Buquebus ida y vuelta a Montevideo (rapido)**  
**Bus Montevideo / Punta del este / Montevideo**  
**4 noches Las Olas Resort 4\* SUP**  
**impuestos y tasas domesticas incluidos**



**POR PAX BASE HAB DOBLE MEDIA ..... USD 902.-**

validez: 01MAR 04 / 12APR 04

Comisión agt 10 %



Confeccionamos el itinerario a la medida de su pasajero  
 en 24hs con confirmacion inmediata en toda la Republica Argentina, Republica Oriental del Uruguay, Chile y sur de  
 Brasil

No primeiro exemplo, a centralidade das imagens é mais evidente que no segundo. Infelizmente, por motivos técnicos não posso reproduzir outras mensagens na íntegra<sup>6</sup>, mas o padrão mais freqüente é o da primeira: título seguido de imagem ou vice-versa. Nem sempre todas as imagens são de atrações turísticas do destino, pois é freqüente a presença de um mapa, como neste fragmento de enunciado, que é um daqueles cuja reprodução integral não é possível:

**Mensagem 7**

## El Calafate

### 4 días / 3 noches

**Paquete sólo servicios terrestres:**  
**INCLUYE :**  
 3 noches de aloj. con desayuno en hoteles 4\* de El Calafate  
 Transfer IN / OUT servicio regular desde aeropuerto de El Calafate  
 FD tour Glaciar Perito Moreno - Regular

desde u\$ 164,00 p/p en DBL  
**Hotel Bahía Redonda (4\*\*\*\*)**  
 Comisión AdV 12%  
 Oferta Temporada Baja: de May a Aug 2004



Haga click en el mapa para ampliar

---



Haga click en el mapa para ampliar

## Ushuaia

### 4 días / 3 noches

**Paquete sólo servicios terrestres:**  
**INCLUYE :**  
 3 noches de aloj. con desayuno en hoteles 4\* de Ushuaia  
 Transfer IN / OUT servicio regular desde aeropuerto de Ushuaia  
 Excursión Pque. Nacional - Regular

desde u\$ 145,00 p/p in DBL  
**Hotel Ushuaia (4\*\*\*\*)**  
 Comisión AdV 12%  
 Oferta Temporada Baja, de May a Sep 2004

Ao contrário do que esperava encontrar nessas imagens de mensagens promocionais, elas habitualmente aparecem em proporção inversa à fama do seu destino. Por exemplo, no segundo enunciado reproduzido, não há nenhuma foto dos pontos turísticos famosos de Buenos Aires. Isso só não se repete em duas mensagens de pacotes ao Egito, nas quais há imagens das indefectíveis pirâmides e esfinge. Dialogicamente, essa freqüente ausência de imagens dos pontos turísticos mais famosos e a abundância daqueles

<sup>6</sup> Nem sempre as imagens enviadas por correio eletrônico se prestam a cópias ou impressões.

que ainda são relativamente desconhecidos parece relacionar-se a uma antecipação do enunciador-operador quanto à competência enciclopédica (MAINGUENEAU, 2002, p.42-43) do co-enunciador-agente/operador: está subentendido que o co-enunciador não precisa ver as imagens dos pontos turísticos mais famosos do mundo, mas sim precisa ver aquelas que mostram os destinos menos conhecidos. Novamente surge que foi apresentado pelas profissionais participantes como um dos problemas da sua atividade: vender o que não conhecem.

Em “*el paquete incluye*” e “*precios*” nota-se a presença da linguagem operativa do turismo, como por exemplo: “*BUE/USH/FTE/BUE con Aerolineas Argentinas*”, “*Tranfers In / out Buenos Aires*”, “*por pax base hab doble media*” e “*FD tour Glaciar Perito Moreno*”. Esse elemento, acrescido da porcentagem de comissão dado aos agentes deixa claro o endereçamento dos enunciados.

Diferentemente dos programas de excursão, a presença dessa linguagem operativa nos escritos recebidos em espanhol pelos agentes de viagens indica que conhecê-la é uma das competências necessárias ao professor de cursos para esses profissionais. De acordo com Maingueneau (2002, p.44-45), a interpretação de enunciados mobiliza interativamente as competências lingüística, enciclopédica e genérica e cabe ao professor de cursos para fins específicos profissionais conhecer a linguagem e os gêneros utilizados naquela situação de trabalho para poder ocupar o papel de

[...] enunciador de las preguntas que encaminan la lectura hacia ciertos elementos del texto, definiendo la actividad docente en esa situación de trabajo como una mediación entre el texto y el colectivo de aprendices (DAHER; SANT'ANNA, 2002).

Mesmo que os alunos já sejam profissionais, é relevante o fato de que a linguagem operativa do turismo, apesar de fortemente internacionalizada, não é a mesma em todas as línguas naturais. Portanto, para que o professor possa realizar a mediação entre o texto e os estudantes, precisa ter suficiente competência genérica e lingüística da especialidade.

Da mesma forma que os *itinerarios*, as mensagens promocionais mantêm um elo dialógico com outros campos da atividade humana. Os enunciados utilizados como exemplo dialogam fortemente com a Geografia, seja pela própria presença dos mapas e também das atrações naturais do destino Ushuaia.

Há outros aspectos que aparecem apenas em algumas mensagens, com destaque para o “*no incluye*”. O que o pacote **não inclui** já estaria implícito quando é listado o que ele **inclui**. Portanto, a explicitação do “*no incluye*” parece responder a enunciados

anteriores de agentes de viagens ou operadores sobre o sentido construído para “*el paquete incluye*” e uma maneira de evitar uma resposta não silenciosa em virtude de alguma dúvida do co-enunciador-agente/operador com relação aos serviços incluídos no pacote. Dessa forma, a presença do “*no incluye*” seria uma economia do uso de si (SCHWARTZ, 1997) dos operadores: ao antecipar a dúvida, se evitaria a produção de um novo enunciado por parte dos agentes/operadores, ao qual teria que responder com mais um enunciado.

### **7.3 Correios eletrônicos trocados entre fornecedores e operadoras**

Ao contrário dos outros dois gêneros analisados, as mensagens com pedidos de informações e solicitações de serviços em espanhol dizem respeito apenas ao trabalho das operadoras, não ao das agentes de viagens. É possível que em outras agências ocorram interações em línguas estrangeiras com fornecedores de serviços, mas na situação de trabalho pesquisada isso não foi observado durante a minha permanência ali e, segundo a fala das trabalhadoras, isso já aconteceu, mas é uma atividade muito rara.

No trabalho das operadoras, ao contrário, a interação em espanhol por meio de correios eletrônicos e de programas de comunicação instantânea com os fornecedores de serviços representa um elemento fundamental da sua atividade, ocupando grande parte da sua jornada laboral. Como visto nos capítulos 5 e 6, para montar pacotes e excursões elas enviam mensagens aos fornecedores, com várias funções diferentes: solicitar informação sobre serviços; solicitar cotação, disponibilidade, reserva ou confirmação; pedir informação turística; pedir cancelamento ou anulação; fornecer informação sobre passageiros; negociar condições e preços.

Ao longo do dia, as operadoras enviam e recebem dezenas de mensagens. Recolhi cópias de 61 delas, sendo 40 enviadas pelas operadoras aos fornecedores e 21 respostas recebidas.

As mensagens eletrônicas enviadas são enunciados elaborados pelas duas operadoras participantes e têm como co-enunciadores os fornecedores de serviços, mais especificamente, os departamentos de operação de empresas operadoras de turismo localizadas na Argentina, no Chile, na Espanha e na Itália. Os *e-mails* recebidos são sempre respostas a esses enunciados. São escritos com circulação restrita aos setores responsáveis das empresas envolvidas.

Os assuntos desses 40 enunciados enviados aparecem nas tabelas a seguir, acompanhados das respectivas quantidades.

Tabela 5 - Assuntos dos correios eletrônicos enviados pela operadora de turismo

| <b>ASSUNTO</b>                         | <b>QUANTIDADE</b> |
|--|-------------------|
| Pedido de reserva                      | 6                 |
| Mudança na reserva                     | 6                 |
| Pedido de confirmação ou resposta      | 5                 |
| Insistência em reserva                 | 3                 |
| Pedido de liquidação                   | 3                 |
| Pedido de cotização ou disponibilidade | 3                 |
| Confirmação de reserva                 | 3                 |
| Solicitação de informação              | 3                 |
| Aviso de equívoco no valor             | 2                 |
| Cancelamento                           | 2                 |
| Acréscimo à reserva                    | 2                 |
| Aviso sobre passageiro                 | 1                 |
| Pedido de informação turística         | 1                 |
| Problema com passageiro                | 1                 |

Já os 21 enunciados recebidos como resposta têm estes assuntos:

Tabela 6 - Assuntos dos correios eletrônicos recebidos pela operadora de turismo

| <b>ASSUNTO</b>                     | <b>QUANTIDADE</b> |
|------------------------------------|-------------------|
| Confirmação de reserva             | 4                 |
| Cotização ou disponibilidade       | 3                 |
| Confirmação de mudança em reserva  | 3                 |
| Resposta de insistência em reserva | 3                 |
| Confirmação e liquidação           | 2                 |
| Confirmação e pedido de informação | 2                 |
| Problema com passageiro            | 2                 |
| Resposta sobre equívoco no valor   | 1                 |
| Resposta de cancelamento           | 1                 |

Quando me forneceram as mensagens, as operadoras não seguiram nenhum tipo de critério; portanto, esses quadros não refletem a frequência dos assuntos na situação de trabalho e nem mesmo que sejam eles os únicos tratados nas suas interações em espanhol com os fornecedores. Apenas lhes solicitei que, se possível, as cópias dos correios eletrônicos representassem uma venda completa, desde o primeiro pedido de cotização até a sua finalização. Recebi, então, os *e-mails* de duas conversações completas e vários com pelo menos um enunciado e sua resposta.

Diferentemente das mensagens promocionais, a situação de produção dos correios eletrônicos entre operadores e fornecedores pressupõe um diálogo quase imediato entre coenunciadores que se encontram distantes no espaço. Maior velocidade a tão baixo custo, só mesmo com os programas de comunicação instantânea. A desvantagem da interação telefônica na atividade das agências de turismo em comparação com o uso dos suportes eletrônicos é enorme, não só por questões financeiras, mas também porque a interação por meio de escritos permite que ele exerça uma função testemunhal, não apenas informativa (FRAENKEL apud FEITOSA, 1996, p.47). É muito importante para o trabalho nas agências de turismo o registro das interações, a possibilidade de se resgatar o que foi dito. Durante a minha permanência na agência de viagens, pude acompanhar uma situação em que por duas vezes seguidas um fornecedor deu uma informação por telefone e posteriormente as negou. Possivelmente o mesmo não ocorreria se a interação tivesse sido escrita, pois a agente teria um documento comprobatório do enunciado do operador.

O primeiro passo para uma dessas interações costuma ser dado pelo operador que, ao construir seu enunciado espera uma atitude responsiva duplamente ativa do co-enunciador-fornecedor, ou seja, que seu discurso seja compreendido e concretamente respondido. A atitude responsiva ativa silenciosa não lhe serve, ele precisa de um enunciado-resposta para poder prosseguir com a sua atividade; ele depende dessa resposta para concretizar sua venda, que é a finalidade do seu trabalho.

Outra característica importante dos *e-mails* trocados entre operadores e fornecedores é a forte presença da linguagem operativa do turismo, já que são interações entre profissionais. Além disso, trata-se de um gênero primário, que exigiria resposta imediata e, como já foi dito, as linguagens operativas são econômicas e orientadas para os seus objetivos (FALZON apud FEITOSA, 1996, p.44), tornando a comunicação mais veloz, especialmente no caso do turismo, com sua abundância de siglas e acrônimos (CALVI, 2000).

A correspondência profissional por *e-mail* entre operadores e fornecedores é um gênero muito menos estável que os folhetos e as mensagens promocionais. Sem dúvida, essa interação tem vários elementos comuns: os mesmos coenunciadores, o mesmo suporte e a mesma macro-função, que é a organização ou venda de um programa turístico. No entanto, como vimos nas tabelas 5 e 6, os enunciados possuem micro-funções específicas. Talvez se pudesse falar da existência de vários sub-gêneros no interior dessa correspondência por *e-mail* entre operadores e fornecedores. É possível perceber uma variação tanto no estilo quanto na construção composicional de acordo com o assunto da interação. Assim, todos os *e-mails* de pedido de reserva costumam ser muito semelhantes entre si e bastante diferentes dos demais.

Como não disponho de muitos exemplares de todos esses possíveis sub-gêneros a ponto de poder verificar os seus padrões de construção e de estilo, prefiro fixar-me em dois dentre os que aparecem mais vezes no quadro temático: pedido de reserva e de confirmação ou resposta.

As mensagens de pedido de reserva são as mais estáveis de todo o conjunto analisado. Sua construção composicional consta de, pelo menos, as seguintes partes:

- (a) saudação ao co-enunciador – em alguns casos, pessoal, em outros, impessoal;
- (b) quantidade e tipo de quarto;
- (c) tipo de serviço – nome do itinerário ou dos hotéis, acrescidos de *traslados*, *city tours* etc;
- (d) datas das prestações dos serviços;

- (e) sobrenomes e nomes dos passageiros;
- (f) códigos e horários dos vôos de chegada e saída;
- (g) pedido de confirmação;
- (h) despedida.

Aqui está um exemplo<sup>7</sup>:

| <b>Interação 20 – Operadora Andréia</b>   |
|---|
| <p><b>From:</b> <a href="#">ap</a><br/> <b>To:</b> <a href="#">ek</a><br/> <b>Sent:</b> Tuesday, September 28, 2004 3:22 PM<br/> <b>Subject:</b> Reserva Mini Lagos y Volcanes</p> <p>Hola,<br/> Buenas Tardes!<br/> Favor reservar 01 TPL para el paquete Mini Lagos y Volcanes como sigue:<br/> 10/14OCT - SCL - 04 nts en Time Apartments<br/> 14/18OCT - PMC - 04 nts en Hotel Antupiren</p> <p>Paxs:<br/> [Sobrenome] / [Nome]<br/> [Sobrenome] / [Nome]<br/> [Sobrenome] / [Nome]</p> <p>Reservar también los tramos internos para la fecha solicitada, de Lan Chile, en la clase más barata!</p> <p>Vuelos:<br/> 10OCT GIG SCL RG 8920 07:00 13:45<br/> 18OCT SCL GIG RG 8921 14:00 20:30</p> <p>Quedo a la espera de la rápida confirmación, porque los paxs quieren hacer el pago.<br/> Gracias y Saludos,<br/> Andréia<br/> [Nombre da empresa]</p> |

A mensagem seguinte, enunciada pela outra operadora, é muito semelhante:

<sup>7</sup> Para garantir o anonimato não só das profissionais, mas também das empresas e dos clientes, eles foram excluídos do texto reproduzido e substituídos por abreviações ou observações entre colchetes.

**Interação 13 – Operadora Denise**

**From:** [d](#)  
**To:** [tr](#)  
**Sent:** Friday, July 16, 2004 3:56 PM  
**Subject:** Fw: [sobrenome] / [nome]

Buenas Tardes:

Favor reservar como sigue:  
01 SGL  
[SOBRENOME] / [NOME]

Europa Sonhada - E2414

Vuelos:

1. IB 6802 S 26JUL GIGMAD HK1 1500 #0545 0\* EMO
2. ARNK
3. IB 3575 M 11AUG VIEMAD HK1 1915 2210 WE
4. IB 6803 M 12AUG IJ.IADGIG HK1 0145 0705 0\* E TH

FAVOR ENVIAR CONFIRMACIÓN LO MAS URGENTE PORQUE ESTA MUY CERCA DE LA FECHA DE SALIDA!!!!

SALUDOS  
Denise

A mesma construção composicional é vista também na mensagem a seguir:

| Interação 14 – Operadora Denise  |
|--|
| <p><b>From:</b> <a href="#">d</a><br/> <b>To:</b> <a href="#">co</a><br/> <b>Sent:</b> sexta-feira, 6 de af.tosto de 2004 10:36<br/> <b>Subject:</b> [SOBRENOME]/[NOME] x 4</p> <p>Hola [nome]</p> <p>Todo bien?</p> <p>Favor reservar</p> <p>02 dbl</p> <p>[SOBRENOME] / [NOME]<br/> [SOBRENOME] / [NOME]</p> <p>[SOBRENOME] / [NOME]<br/> [SOBRENOME] / [NOME]</p> <p>18/22 Sep - BRC -Hotel Edelweiss<br/> Circuito Chico y Cerro Catedral ( mismo dia)<br/> Trf out</p> <p>22/25 Sep - BUE -Hotel Aspen Towers + Trfin<br/> Ciy tour<br/> Trf out</p> <p>VUELOS:<br/> 22SEP - BRC/AEP -.AR167Q -13H25/15H28<br/> 25SEP - EZE/GIG - AR 1255 -14H45/17H45</p> <p>Quedo a la espera da la confirmacion<br/> Gracias y Saludos<br/> Denise</p> |

Vê-se nesses *e-mails* de pedido de reserva uma repetição de fórmulas fixas e uma grande economia de linguagem. O enunciador sabe que o co-enunciador têm as competências genéricas e lingüísticas suficientes para construir o sentido desse enunciado que, para um leigo, com exceção de algumas frases, pode parecer um amontoado de palavras e códigos incompreensíveis<sup>8</sup>.

Poucos são os pontos que escapam às coerções genéricas na correspondência entre operadores e fornecedores. Nos exemplos reproduzidos, há apenas um “*Todo bien?*” do terceiro enunciado e uma entonação expressiva mais informal no “*en la clase más barata!*” do primeiro.

<sup>8</sup> É importante ressaltar que a linguagem presente nessa correspondência não é a típica dos *chats* e *e-mails*, e sim a operativa do turismo, como pode ser visto num exemplo de escrito em suporte papel, um *voucher*, reproduzido no anexo H.

É também muito importante a presença do pedido de confirmação presente no final de cada enunciado. Merece especial atenção a solicitação do segundo *e-mail*: “*FAVOR ENVIAR CONFIRMACIÓN LO MAS URGENTE PORQUE ESTA MUY CERCA DE LA FECHA DE SALIDA!!!!*”. O uso de maiúsculas representa mais que um destaque ao pedido de confirmação, como poderia ser considerado num texto escrito não eletrônico. De acordo com a netiqueta<sup>9</sup>, elas têm a expressividade de um grito. Portanto, o enunciador-operador está, nas condições impostas pelo suporte à situação enunciativa, gritando com co-enunciador-fornecedor, o que é ainda reforçado pelo uso de múltiplos pontos de exclamação. Esse grito é uma antecipação da atitude responsiva do co-enunciador-fornecedor.

Segundo Bakhtin (2003, p.275-280), a alternância dos sujeitos do discurso é definidora dos limites do enunciado concreto, é sua primeira particularidade constitutiva. No entanto, a enunciação por meio do correio eletrônico tem características singulares. Por exemplo, ao apertar a tecla “enviar” o enunciador conclui um enunciado, mesmo que não tenha escrito tudo o que queria<sup>10</sup>. O suporte *e-mail* impõe essa condição à situação enunciativa.

No caso das interações por correio eletrônico ocorridas no fluxo da atividade dos operadores, observei que a alternância dos sujeitos do discurso nem sempre ocorre. O enunciador-operador envia uma solicitação – um enunciado completo em suporte *e-mail* – aos fornecedores, principalmente pedidos de reservas, cotizações ou disponibilidade, mas estes muitas vezes não mandam de volta um enunciado-resposta. Em virtude disso, o enunciador-operador ou reenvia a primeira mensagem, enunciando novamente o mesmo enunciado, ou produz um novo enunciado, fazendo alusão ao primeiro. Esse é um dos motivos pelos quais tenho cópias de 41 mensagens enviadas pelos operadores e apenas 20 respondidas.

Aqui há um exemplo:

---

<sup>9</sup> Nome dado à etiqueta das interações eletrônicas.

<sup>10</sup> Imaginemos uma situação em que essa tecla tenha sido apertada involuntariamente.

## Interação 20 – Operadora Andréia

----- Original Message -----

**From:** [ap](#)

**To:** [ek](#)

**Sent:** Wednesday, September 29, 2004 12:06 PM

**Subject:** Fw: Reserva Mini Lagos y Volcanes

----- Original Message -----

**From:** [ap](#)

**To:** [ek](#)

**Sent:** Wednesday, September 29, 2004 11:11 AM

**Subject:** Re: Reserva Mini Lagos y Volcanes

Hola,

Necesito urgente de la confirmación. Quedo a la espera de la rápida respuesta.

Gracias y Saludos,

Andréia

[Nome da empresa]

----- Original Message -----

**From:** [ap](#)

**To:** [ek](#)

**Sent:** Tuesday, September 28, 2004 3:22 PM

**Subject:** Reserva Mini Lagos y Volcanes

Hola,

Buenas Tardes!

Favor reservar 01 TPL para el paquete Mini Lagos y Volcanes como sigue:

10/14OCT - SCL - 04 nts en Time Apartments

14/18OCT - PMC - 04 nts en Hotel Antupiren

Paxs:

[Sobrenome] / [Nome]

[Sobrenome] / [Nome]

[Sobrenome] / [Nome]

Reservar también los tramos internos para la fecha solicitada, de Lan Chile, en la clase más barata!

Vuelos:

10OCT GIG SCL RG 8920 07:00 13:45

18OCT SCL GIG RG 8921 14:00 20:30

Quedo a la espera de la rápida confirmación, porque los paxs quieren hacer el pago.

Gracias y Saludos,

Andréia

[Nome da empresa]

Nesse exemplo, verificam-se as duas situações mencionadas. Primeiramente, no dia 28 de setembro, o enunciador-operador envia um pedido de reserva ao enunciador-fornecedor. Diante da ausência de um enunciado-resposta, no dia 29 produz um novo enunciado reiterando a solicitação, e que inclui o primeiro enunciado ao final da mensagem. Por fim, um segundo silêncio lhe faz enunciar novamente ambos enunciados

anteriores no mesmo dia por meio do recurso “encaminhar” do programa gerenciador de mensagens. Em suma, o mesmo falante é obrigado a enunciar três vezes antes que haja uma alternância de sujeitos<sup>11</sup>.

Pude observar que essa falta de resposta é um dos problemas geradores de tensão no trabalho tanto das operadoras, quanto das agentes. Há uma cadeia de interdependência que só tem continuidade se houver uma resposta. Inclusive a única chamada telefônica que presenciei na operadora foi efetuada em virtude da ausência de resposta a uma solicitação urgente. Destaque-se que, mesmo após a ligação, o fornecedor não respondeu por escrito.

As mensagens de pedido de confirmação ou resposta, quando não são apenas um novo encaminhamento de enunciados enviados anteriormente, costumam ser curtas, com uma construção composicional simples:

- (a) pergunta pela confirmação ou resposta;
- (b) justificativa da insistência;
- (c) despedida.

A saudação ao co-enunciador nem sempre está presente no enunciado, o que indica a urgência ou, até mesmo, um certo aborrecimento com a falta de resposta.

Outro exemplo pode ser visto em seguida:

---

<sup>11</sup> Se é que nesse caso ela realmente ocorreu, já que não disponho da continuação dessa interação.

**Interação 3 – Operadora Denise**

**De:** [d](#)  
**Enviado el:** viernes, 28 de mayo de 2004 16:13  
**Para:** [re](#)  
**Asunto:** Re: porto

Buenas Tardes  
ya tienen alguna noticia ??

Saludos  
Denise

--- Original Message ---  
**From:** [D](#)  
**To:** [RE](#)  
**Sent:** Thursday, May 27, 2004 2:10 PM  
**Subject:** porto

Hola  
Buenas Tardes

Necesito del Hotel Fenix em OPORTO

25/27 junho  
01 TPL

FAvor informar si confirma y precio

Saludos  
Denise

Nessa mensagem de pedido de resposta, não há nenhuma justificativa para a insistência, como vemos na seguinte:

**Interação 11 – Operadora Denise****From:** [d](#)**Sent:** sexta-feira, 6 de agosto de 2004 12:21**To:** [mf](#)**Assunto:** Fw: reserva [SOBRENOME]/[NOME] x 2

Hola [Nome]

Quedo esperando la confirmacion.

Perdoname, pero tengo que emitir los tkts aéreos y no puedo recibir el pago dos pax sin la confirmacion.

Gracias

Denise

--- Original Message ---

**From:** [D](#)**To:** [SU](#)**Sent:** Thursday, August 05, 2004 4:45 PM**Subject:** Fw: reserva [SOBRENOME]/[NOME] x 2

Ya tienen alguna respuesta??

Saludos

Denise

--- Original Message ---

**From:** [D](#)**To:** [SU](#)**Sent:** Tuesday, August 03, 2004 5:46 PM**Subject:** reserva [SOBRENOME]/[NOME] x 2

Favor reservar como sigue:

01dbI

[SOBRENOME]/[NOME]

[SOBRENOME]/[NOME]

Circuito Panorama Escandinavo y Crucero por el Baltico

Ref B1552

Salida 31 Agosto

Enviaré los vuelos depues

Gracias y Saludos

Denise

A mensagem acima, assim como a seguinte, é um pedido de confirmação. Entretanto, expressividade é bastante diferente:

**Interação 13 – Operadora Denise**

**From:** [d](#)  
**To:** [tr](#)  
**Sent:** segunda-feira, 2 de agosto de 2004 18:25  
**Subject:** Re: [sobrenome] / [nome]

POR FAVOR  
 NECESITO CONFIRMACION  
 MANANA ES EL PLAZO MAXIMO PARA EMITIR EL TKT AÉREO

QUEDO A LA ESPERA  
 SALUDOS  
 DENISE

--- Original Message ---

**From:** [d](#)  
**To:** [tr](#)  
**Sent:** Friday, July 16, 2004 3:56 PM  
**Subject:** Fw: [sobrenome] / [nome]

Buenas Tardes:

Favor reservar como sigue:  
 01 SGL  
 [SOBRENOME] / [NOME]

Europa Sonhada - E2414

Vuelos:

1. IB 6802 S 26JUL GIGMAD HK1 1500 #0545 0\* EMO
2. ARNK
3. IB 3575 M 11AUG VIEMAD HK1 1915 2210 WE
4. IB 6803 M 12AUG I\J.IADGIG HK1 0145 0705 0\* E TH

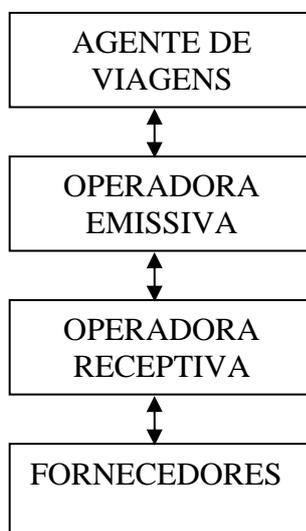
FAVOR ENVIAR CONFIRMACIÓN LO MAS URGENTE PORQUE ESTA MUY CERCA DE LA FECHA DE SALIDA!!!!

SALUDOS  
 Denise

Na primeira interação, o enunciador-operador solicita uma cotização e no dia seguinte tem de construir um novo enunciado perguntando pela resposta. Na segunda, é obrigado e pedir duas vezes uma resposta do co-enunciador-fornecedor. A solicitação de reserva foi feita em 3 de agosto; dois dias depois, a operadora envia um pedido de resposta; no dia seguinte, ainda sem retorno, faz novo pedido. Foram três dias, ou possivelmente mais<sup>12</sup>, de espera. No terceiro exemplo, passam-se 17 dias entre a solicitação de reserva e a insistência na resposta, que novamente aparecem em maiúsculas.

<sup>12</sup> Não tenho a informação sobre a finalização dessa reserva.

De acordo com as prescrições do trabalho dos operadores – não só nas empresas pesquisadas, mas no mercado turístico em geral – as consultas feitas pelos agentes de viagens devem ser respondidas em 24h. Isso quer dizer que o operador, em apenas um dia, deve receber o pedido do agente, repassá-lo ao fornecedor em questão, esperar a sua resposta e reenviá-la ao agente de viagens. Também não se pode esquecer que o fornecedor costuma ser outro operador, só que de turismo receptivo; ou seja, nesse curto espaço de tempo ele também deve entrar em contato com os fornecedores diretos como hotéis, empresas de *transfer* etc e conseguir uma resposta. O esquema que deveria ser mobilizado nessas 24 horas é o seguinte:



Ao solicitar uma reserva e permanecer sem resposta durante mais de 24 horas, percebe-se que a operadora faz uma regulação na sua atividade e não responde ao agente de viagens no prazo prescrito. E da mesma forma que o operador insiste com o fornecedor para poder obter uma resposta, o agente o faz com o próprio operador. Presenciei na agência de viagens inúmeras situações semelhantes, com a diferença de que as interações eram por telefone e em português. Num episódio ocorrido ali, a agente se queixava porque havia solicitado uma cotização para outubro (estávamos no mês de junho) e o operador não lhe respondia. Durante as duas semanas em que permaneci na situação de trabalho, ela precisou ligar diversas vezes para tentar obter essa resposta. Após uma dessas ligações, me disse<sup>13</sup>:

---

<sup>13</sup> Transcrevi o enunciado no momento da interação.

|                               |
|-------------------------------|
| <b>23/07 – Agente Marília</b> |
|-------------------------------|

|   |
|---|
| Marília: Tá vendo? Dependemos das operadoras! Aquela tarifa que ((nome da cliente)) me pediu, até agora nada! É que como é para outubro eles não priorizam. |
|---|

Esse enunciado mostra que o sentido de urgência torna-se um elemento determinante na renormalização dos prazos. Daí a presença de justificativas em alguns enunciados em que reiteram a necessidade de uma resposta. O enunciador-operador precisa que o co-enunciador-fornecedor construa o sentido da urgência, e por isso enuncia: “*Perdoname, pero tengo que emitir los tkts aéreos y no puedo recibir el pago dos pax sin la confirmacion*” ou então “*MANANA ES EL PLAZO MAXIMO PARA EMITIR EL TKT AÉREO*” [grifos nossos]. O fornecedor sabe que, nesses casos, a ausência de resposta significará a perda da venda, e isso afetará a todos os profissionais envolvidos no fluxo da atividade. Como afirma a operadora Denise:

|  |
|--|
| <b>Entrevista 3 – Operadora Denise</b> |
|--|

|   |
|---|
| Denise: [...] porque a gente tem prazo de entrega de pedido de cotização que são 24 horas para a entrega, só que a gente não faz só isso, a gente tá cuidando de reserva, de operação, você tem que tá ligada no prazo que se você não pagar a reserva vai cancelar ou se você não cancelar agora vai ter multa se cancelar, então muita coisa você tem que tá ligada, você tem que ta concentrada e os vendedores tão pedindo a resp/ “cadê a resposta da minha cotização? Já passou de 24 horas”. Você sabe que tem que responder, mas às vezes não dá então você fica meio:: meio tensa, né? |
|---|

São muitas variantes inter-relacionadas e que dependem **exclusivamente** da atividade verbal dos profissionais de agenciamento envolvidos, dos enunciados que constroem e do sentido que se estabelecem nos diálogos. Tudo isso num ambiente tensionado pelas imposições das distâncias temporais e também pelas espaciais. Afinal, se os coenunciadores estivessem próximos fisicamente, determinados problemas talvez fossem solucionados mais facilmente.

E como se não fossem poucos os motivos de tensão, ainda há a dificuldade de se dialogar numa língua estrangeira, que também nos é distante, pois não é a **nossa** língua, mas a do **outro**:

|  |
|--|
| <b>Entrevista 3 – Operadora Denise</b> |
|--|

|   |
|---|
| Luciana: E você tem que falar em língua estrangeira nessa tensão. |
|---|

|  |
|--|
| Denise: É:: + e às vezes a gente não tem/ tem uma dúvida de alguma palavra e não dá tempo de olhar no dicionário eu vou mandar do jeito que eu acho. Quando tem tempo eu até procuro pra poder/ é bom a gente saber, mas+ às vezes vai |
|--|

Essas profissionais têm de interagir por meio de escritos em espanhol ao longo de todo o dia: devem escrever e ler textos descritivos, argumentativos e explicativos. Isso requer suficiente competência comunicativa (MAINGUENEAU, 2002, p.41) para que possam produzir e interpretar adequadamente os enunciados que circulam na sua situação de trabalho.

Segundo Maingueneau (2002, p.41), a competência comunicativa é, essencialmente, genérica, ou seja, consiste no domínio dos gêneros do discurso em questão. Sua interação com as competências lingüística e enciclopédica permite a construção de sentido dos enunciados.

É importante acrescentar que, por ser uma interação profissional, na qual a linguagem constitui o elemento fundamental do trabalho, é necessária para a atividade das agentes de viagem uma boa competência comunicativa, lingüística e enciclopédica nas línguas que utilizam cotidianamente. Um detalhe perdido pode gerar, por exemplo, sérios problemas contratuais, como o pagamento de multas aos fornecedores ou até mesmo conflitos jurídicos com os clientes e fornecedores.

Nas considerações finais, esses e outros elementos importantes no trabalho dos agentes de viagens serão retomados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS: O ESPANHOL PARA O TURISMO

O objetivo desta pesquisa foi analisar o trabalho dos agentes de viagens de forma a antecipar o que se pode ensinar em Língua Espanhola a trabalhadores da área.

Para isso, recorreu-se ao conceito ergológico de trabalho, segundo o qual o elemento universal na atividade humana é o debate entre as normas antecedentes (R1) – as prescrições, os conceitos, os saberes científicos e técnicos, as aquisições da inteligência e experiência coletivas, as redes de poder e de autoridade, os valores do bem comum (SCHWARTZ, 2002a; ALVAREZ; TELLES, 2004) – e as renormalizações (R2) ocorridas durante a realização da atividade. O trabalhador, com suas experiências e valores, singulariza a atividade, instituindo a sua maneira de realizar o que foi prescrito.

A abordagem ergológica estabelece, portanto, a necessidade da presença em situação do pesquisador que pretende analisar o trabalho vivo, pois somente no momento da realização da atividade as normas antecedentes são renormalizadas e se institui o trabalho. Por essa razão, nesta pesquisa não se tentou recuperá-lo por meio de questionários e entrevistas considerados como ferramentas de coleta de dados reveladores de uma verdade sobre a situação de trabalho, ou seja, concebendo que aquilo que o trabalhador diz sobre a sua atividade constitui a totalidade do seu trabalho. A entrevista realizada teve objetivos diferentes, quais sejam, os de tentar antecipar algumas características do trabalho das agentes de modo a preparar a pesquisadora para a pesquisa de campo e construir um texto sobre os agentes de viagens, suas experiências, sua formação em geral e em línguas estrangeiras em particular, sua visão sobre o seu trabalho e sobre o uso das línguas estrangeiras nas suas atividades.

A abordagem ergológica e sua concepção da relação entre a formação e o trabalho como um movimento permanente de dupla antecipação abre caminhos especialmente interessantes no ensino de línguas para a formação profissional. O professor, nesse caso, é

um especialista no ensino de línguas, mas desconhece a atividade profissional enfocada no seu curso. Portanto, o problema reside na primeira antecipação, ou seja, no ensino dos saberes formalizáveis e descritíveis da atividade.

Para a análise das trocas verbais ocorridas no trabalho dos agentes de viagens, recorreu-se aos princípios dialógicos de linguagem do círculo de Bakhtin, que consideram a língua como um fenômeno concreto, indissociável das diversas esferas da atividade humana e dos seus sujeitos. Assim sendo, o papel do lingüista que centra seus estudos nos enunciados concretos produzidos em situação de trabalho é a de um participante daquele diálogo, não a de um analista hipoteticamente neutro.

As observações e análises das situações concretas de trabalho, com o acompanhamento das atividades e os diálogos em situação, demonstraram que o uso da língua espanhola no trabalho dos agentes de turismo contrariava as suposições do senso comum e, parcialmente, as hipóteses da pesquisa e da entrevista. Com a pesquisa de campo, percebeu-se que nas agências de turismo faz-se uso cotidiano da língua espanhola por meio de escritos.

No trabalho das agentes de viagens, é necessária a competência leitora em espanhol, compreendida como a capacidade de apreender os processos enunciativos e os sentidos que se instauram (DAHER; SANT'ANNA, 2002) a partir do acionamento das competências lingüísticas, genéricas e enciclopédicas (MAINGUENEAU, 2002). Na situação de trabalho pesquisada, as agentes devem ler os seguintes escritos em espanhol:

- (a) correios eletrônicos enviados por fornecedores para promover seus serviços;
- (b) folheteria em suporte papel enviados por fornecedores, especialmente operadoras de turismo, para informar e promover seus serviços;
- (c) sítios visitados na *internet* para obter alguma informação sobre destinos ou serviços.

No trabalho das operadoras de turismo estudadas, o espanhol é a língua estrangeira predominante. Além da competência leitora, essas profissionais também utilizam a escrita. Isso requer a mobilização dos elementos lingüísticos, dos gêneros utilizados e do saber enciclopédico para atividades de naturezas diferentes, mas imbricadas: a leitura e a escrita.

A pesquisa de campo indicou que os escritos em espanhol presentes na situação de trabalho dos operadores de turismo são os seguintes:

- (a) correios eletrônicos recebidos de fornecedores para promover seus serviços;

- (b) interação por meio do correio eletrônico entre fornecedores e as operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico;
- (c) interação por meio de programa de comunicação instantânea (*Messenger*) entre fornecedores e as operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico;
- (d) folheteria recebida de fornecedores para informar e promover seus serviços;
- (e) tarifário recebidos de fornecedores para informar os valores dos serviços;
- (f) material a ser entregue ao cliente, em especial, *vouchers*, com a comprovação da compra efetuada;
- (g) sítios visitados na *internet* para obter alguma informação sobre destinos ou serviços.

Dentre todos esses escritos em espanhol presentes na situação de trabalho dos agentes e operadores, três foram selecionados para uma análise baseada no conceito bakhtiniano de gêneros do discurso (2003):

- (a) folheteria promocional enviada por fornecedores de serviços às agências e operadoras, mais especificamente, programas turísticos enviados por operadoras estrangeiras;
- (b) correios eletrônicos promocionais enviados por fornecedores de serviços às agências e operadoras;
- (c) correios eletrônicos trocados entre fornecedores e operadoras para fins de venda ou organização de um programa turístico.

O objetivo da análise, que visava a uma caracterização da construção composicional desses gêneros, vai ao encontro dos objetivos desta pesquisa, ou seja, antecipar o que pode ser ensinado em Língua Espanhola aos futuros profissionais da área. Considerando a competência genérica como a base da competência comunicativa (MAINGUENEAU, 2002, p.41), é essencial que os profissionais de agenciamento tenham uma sólida formação em Espanhol que lhes permita dominar os gêneros dos escritos nessa língua presentes em suas atividades cotidianas.

As trabalhadoras de agências de turismo que formaram o coletivo desta pesquisa demonstraram ter a competência necessária para a realização de suas principais atividades realizadas em língua espanhola. No entanto, nenhuma delas, nem mesmo as que são turismólogas e estudaram essa língua durante a graduação em Turismo, tiveram uma

formação em Espanhol voltada para o desenvolvimento das competências especificamente requeridas nas atividades dos agentes de viagens ou do turismólogo em geral. Isso quer dizer que estudaram a língua, mas somente alcançaram as competências necessárias, em especial a genérica, para a realização das suas atividades em espanhol por meio da experiência.

Schwartz (2004) chama a experiência de **saber investido**, a competência que só pode ser adquirida na atividade, com seus fracassos, sofrimentos, êxitos, contatos com os companheiros. A abordagem ergológica valoriza os saberes investidos ao conceber o trabalho como o debate entre as normas antecedentes e as renormalizações, quando o trabalhador, com suas experiências e valores, singulariza a atividade. Não obstante, o filósofo (2004) considera que os saberes investidos – adquiridos na atividade – e os saberes formais – adquiridos durante a formação profissional – são de naturezas diferentes e, portanto, não são intercambiáveis.

Dessa forma, por mais que os trabalhadores do turismo tenham conseguido, por meio dos saberes investidos, a competência comunicativa em espanhol necessária para a realização da atividade, há um problema com relação aos seus saberes formais nesse campo. Portanto, seria mais produtivo que esses saberes fossem antecipados por meio de uma formação específica em Língua Espanhola para o Turismo, baseada nos gêneros do discurso utilizados em suas situações de trabalho. Com isso, o problema da deficiência na primeira antecipação se resolveria e, então, realmente ocupar o seu papel de permitir que os trabalhadores, antes mesmo se dedicarem ao seu trabalho real, pudessem construir o cenário da sua futura atividade, com suas coerções e tarefas principais.

De acordo com os resultados desta pesquisa, uma antecipação adequada das atividades dos agentes de turismo em língua espanhola recomendaria a condução do ensino no caminho do desenvolvimento prioritário das competências escritas e leitoras, com foco nos gêneros do discurso mais utilizados no seu trabalho e nos elementos lingüísticos presentes nesses gêneros. É também importante considerar que a competência requerida em espanhol na realização de uma atividade de trabalho na qual a linguagem constitui o elemento fundamental é bem maior que as competências necessárias para uma atividade não-profissional. Um problema na leitura ou na escritura de um texto pode gerar graves conseqüências para a empresa, para o trabalhador envolvido e para seus companheiros.

O ensino de Língua Espanhola para a formação de profissionais do turismo é, como vimos nos resultados dos levantamentos bibliográficos realizados, uma área pouco investigada. Esta dissertação buscou suprir uma parte dessa carência, mas há ainda um

enorme campo que permanece inexplorado: as agências receptivas e as especializadas, as centrais de reserva, os serviços públicos de turismo (administração turística, postos de informações etc), os transportes, a recreação e o entretenimento, a alimentação, a hospedagem. Por se tratar da interface entre dois campos que, como vimos, têm passado por uma forte expansão no Brasil e no mundo, o que se espera é que surjam novas tentativas no sentido de dar ao ensino de Espanhol para profissionais do turismo uma maior consistência acadêmica e uma melhor prática docente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBTUR. **Livros de Turismo**. Disponível em: <http://www.abbtur.com.br/abbtur-livros.asp> Acesso em: 25 jun 2004.

ACOSTA, M.A.G.V. Alunos com motivação instrumental em um curso de Inglês geral: um conflito de objetivos? **Intercâmbio**, São Paulo, v. VIII, p.65-80, 1999.

AGUIRRE, B. Consideraciones previas al diseño de un curso de español con fines profesionales. **Cable**, Madrid, n.6, 1990, p.24-26.

\_\_\_\_\_. **Servicios turísticos**. Madrid: SGEL, 1997.

\_\_\_\_\_. Enfoque, Metodología y Orientaciones Didácticas de la Enseñanza del Español con Fines Específicos. **Carabela**, Madrid, SGEL, n.44, 1998, p.5-29.

ALVAREZ, D. **Produção acadêmica no Instituto de Física da UFRJ**: questões ligadas à temporalidade, organização do trabalho e avaliação. 2000. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro.

\_\_\_\_\_. **Cimento não é concreto, tamborim não é pandeiro, pensamento não é dinheiro! Para onde vai a produção acadêmica?** Rio de Janeiro: Myrrha, 2004.

\_\_\_\_\_; TELLES, A.L. Interfaces ergonomia-ergologia: uma discussão sobre trabalho prescrito e normas antecedentes. In: FIGUEIREDO, M.; ATHAYDE, M.; BRITO, J.; ALVAREZ, D. (org.). **Labirintos do trabalho**: interrogações e olhares sobre o trabalho vivo. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

ÁLVAREZ, F. Notas para el aula de español de turismo. **Cuadernos Cervantes de la Lengua Española**, Madrid, n.36, p.20-29, 2001.

ANDRADE, J.V. **Turismo**. Fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 2001.

ANDRADE, R.R. **Inglês Instrumental para Comissários de Vôo: Análise de Necessidades**. 2003. 120 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003. Título original: Estetika Sloviésnova Tvórtchestva.

BECKER, H. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1994.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 4. ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001.

BERDUGO, O. Español Recurso Económico: anatomía de un nuevo sector. **Cuadernos Cervantes de la Lengua Española**, Madrid, n.30, p.37-43, 2000.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1973.

BERWICK, R. Needs assessment in language programming: from theory to practice. In: JOHNSON, R.K. (ed.) **The second language curriculum**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

BRASIL. **Decreto nº 84.934, de 21 de julho de 1980**. Dispõe sobre as atividades e serviços das Agências de Turismo, regulamenta o seu registro e funcionamento e dá outras providências. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br>. Acesso em: 20 jan 2004.

\_\_\_\_\_. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. Embratur - Instituto Brasileiro de Turismo. **Decreto nº 946, de 1 de outubro de 1993**. Regulamenta a Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993, que dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo e dá outras providências. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br>.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua estrangeira**. Brasília: MEC/SEF, 1998.

\_\_\_\_\_. Ministério da Educação. Câmara de Educação Básica do Conselho Nacional de Educação Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico. **Resolução CEB n.º 4 de 8/12/1999**. Disponível em: <http://www.mec.gov.br>.

BRASIL. Ministério da Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação em Direito, Ciências Econômicas, Administração, Ciências Contábeis, Turismo, Hotelaria, Secretariado Executivo, Música, Dança, Teatro e Design. **Parecer CNE/CES 146** de 03/04/2002. Relator: José Carlos Almeida da Silva e Lauro Ribas Zimmer. Disponível em: <http://www.mec.gov.br>.

BRINDLEY, G. 1989. The role of needs analysis in adult ESL programme design. In: JOHNSON, R.K. (ed.) **The second language curriculum**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

CALVI, M. V. El léxico del turismo. **Cultura e intercultura en la enseñanza del español como lengua extranjera**. 2001. Disponível em: <http://www.ub.es/filhis/culturele/turismo.html>. Acesso em: 07 abr. 2001.

CANALE, M. De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje. In: LLOBERA, M. et al. **Competencia Comunicativa, documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras**. Madrid: Edelsa, 1995.

CAPES. **Mestrado/Doutorado reconhecidos**. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/>. Acesso em: 25 nov. 2004.

CARDOSO, Z.C. **Análise de Necessidades no Setor de Recepção de Hotel**: Primeiro Passo para uma Proposta de Curso. 2003. 117 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

CELANI, M.A.A. a retrospective view of an ESP teacher education programme. **The ESPecialist**, São Paulo, v.19, n. 2, 1998, p.233-244.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do discurso**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez. 1995.

COMTE, A. Discurso preliminar sobre o espírito positivo. In: GARDINER, P. **Teorias da História**. Lisboa: Fundação Calouste-Gulbenkian, 1984.

CONGRESO INTERNACIONAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA, 2, 2001, Valladolid. **Anais Eletrônicos**. Disponível em: <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/>. Acesso em: 25 set. 2002.

CORBETT, E. **Linguagem na Atividade de Trabalho: tensão em dia de overbooking**. 2000. 101 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

CRIPA, M. **Entrevista e ética: uma introdução**. São Paulo: EDUC, 1988

DAHER, M.D.C.F.G. Quando informar é gerenciar conflitos: a entrevista como estratégia metodológica. **The ESpecialist**. São Paulo, v.19, 1998, p.287-304.

\_\_\_\_\_; SANT'ANNA, V.L.A. Reflexiones acerca de la noción de competencia lectora: aportes enunciativos e interculturales. **Revista Hispanista**. Niteroi, v.11, 2002. Disponível em: <http://www.hispanista.com.br/>

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. ROCHA, D. **A entrevista em situação de pesquisa acadêmica: reflexões numa perspectiva discursiva**. Rio de Janeiro, 16p. 2004. Trabalho não publicado.

\_\_\_\_\_; ALMEIDA, F.S. **Selección de docentes de español como lengua extranjera (E/LE): análisis lingüístico-discursivo de pruebas de ingreso al magisterio público de Río de Janeiro: comunicação apresentada no Congresso Internacional de Análisis Crítico del Discurso**. Valencia. 2004. Trabalho não publicado.

DÉCADA vive boom de cursos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 27 mai. 2001. Empregos, p.4.

DUDLEY-EVANS, T.; ST JOHN, M. **Developments in ESP: a multi-disciplinary approach**. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

DUQUE DE LA TORRE, A.; PÉREZ LAMINGUEIRO, I. El español del turismo. Una propuesta por tareas. In: BARRUECO, S. et al. (eds.). **Lenguas para fines específicos (V), Investigación y enseñanza**. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares, 1996.

EMBRATUR. **Deliberação Normativa nº 382, de 11 setembro de 1997**. Inclui entre os serviços permissíveis e não privativos das Agências de Turismo, a corretagem de seguros, especialmente àquela destinada à cobertura de riscos em viagens turísticas através de agências de turismo. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br>. Acesso em: 20 jan 2004.

\_\_\_\_\_. **Anuário Estatístico**. Brasília, v.30, 2003.

\_\_\_\_\_. **Relatório Estatístico da Posição do Cadastro Prestadores de Serviços Turísticos**. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/br/frame/index.asp?url=http://www.cadastro.embratur.gov.br/main.asp> . Acesso em 01 out 2004a.

EMBRATUR. **Glossário**. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/> . Acesso entre jan. e out. de 2004b.

FAITA, D.; DONATO, J. Langage, travail: entre compréhension et connaissance. In: SCHWARTZ, Y. **Reconnaissances du travail – Pour un approche ergologique**. Paris: PUF, 1997.

FEITOSA, V. **Os escritos e o trabalho**. Um ensaio de ergonomia. 1996. 236p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro.

FERREIRA, A.B.H. **Novo Dicionário Aurélio – Século XXI**. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/aurelio/index.html>. Acesso em 25 jan 2004.

FRANÇA, M.B. **Uma comunidade dialógica de pesquisa** - Atividade e movimentação discursiva nas situações de trabalho de recepcionistas de guichê hospitalar. 2002. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

\_\_\_\_\_. No princípio dialógico da linguagem, o reencontro do *Homo loquens* com o ser humano industrial. In: FIGUEIREDO, M.; ATHAYDE, M.; BRITO, J.; ALVAREZ, D. (org.). **Labirintos do trabalho**: interrogações e olhares sobre o trabalho vivo. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

GARCÍA LLAMAS, M.B. **La enseñanza del español para guías turísticos brasileños**. 2002. Memória (Máster en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera) – Universidad de Alcalá de Henares, Alcalá de Henares, Espanha.

GARCÍA SANTA-CECILIA, A. **El Currículo de Español como Lengua Extranjera**. Madrid: Edelsa, 1995.

\_\_\_\_\_. **Como se diseña un curso de lengua extranjera**. Madrid: Arco Libros, 2000.

GENTE. **Glossário**. Disponível em: <http://www.gente.ufrj.br/index.html> . Acesso em 05 mai 2004

GIL BÜRMAN, M. Consideraciones didácticas del español de carácter específico: el turismo. **Cuadernos Cervantes de la lengua española**, Madrid, n.1, p.39-42, 1995a.

\_\_\_\_\_. Explotación de materiales de turismo en la enseñanza del español con fines específicos. In: BARRUECO et al (eds.). **Lenguas para fines específicos (IV), Investigación y enseñanza**. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares, 1995b.

GOMES, L.F. Uso da Língua Inglesa nos Hotéis de Sorocaba e Região: um estudo das necessidades na situação-alvo. **The ES**pecialist. São Paulo, v.24, n.1, 2004, p.17-34.

HALLIDAY, M.A.K. **An Introduction to Function Grammar**. Baltimore: Edward Arnold, 1985.

HEWINGS, M. A History of ESP through 'English for Specific Purposes'. **English for Specific Purposes World**: a web-based journal, 1(3), 2002. Disponível em: [http://www.esp-world.info/Articles\\_3/Hewings\\_paper.htm](http://www.esp-world.info/Articles_3/Hewings_paper.htm) .

HOWATT, A. P. R. 1984. **A history of English language teaching**. Oxford: Oxford University Press.

HUTCHINSON, T.; WATERS, A. **English for Specific Purposes: a learning-centered approach**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

HYMES, D.H. Acerca de la competencia comunicativa. In: LLOBERA, M. (org.). **Competencia Comunicativa**, documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras. Madrid: Edelsa, 1995.

INSTITUTE D'ERGOLOGIE. **Présentation du dispositif**. Disponível em: <http://www.ergologie.com/>. Acesso em 08 set 2004.

INSTITUTO CERVANTES. **Plan Curricular**. Madrid: Instituto Cervantes, 1994.

\_\_\_\_\_. **El Español en el Mundo. Anuario del Instituto Cervantes**, 2000. Disponível em: [http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario\\_00/](http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario_00/). Acesso em: 08 set. 2002.

INSTITUTO DE HOSPITALIDADE. **Conheça o IH: contexto**. Disponível em: [http://www.hospitalidade.org.br/Institucional/Contexto/contexto\\_idx.htm](http://www.hospitalidade.org.br/Institucional/Contexto/contexto_idx.htm). Acesso em 04 jul. 2004.

\_\_\_\_\_. **Perfil dos Profissionais no Mercado de Trabalho do Setor de Turismo no Brasil**: pesquisa. Salvador: Design Gráfico, 2001a.

\_\_\_\_\_. **Demanda por Capacitação Profissional no Setor de Turismo no Brasil**: pesquisa. Salvador: Design Gráfico, 2001b.

\_\_\_\_\_. **Oferta por Capacitação Profissional no Setor de Turismo no Brasil**: pesquisa. Salvador: Design Gráfico, 2001c.

KENNEDY, C; BOLITHO, R. **English for Specific Purposes**. London and Basingstoke: Macmillan Press Ltd, 1984.

LACOSTE, M. Fala, atividade, situação. In: DUARTE, F; FEITOSA, V. **Linguagem & Trabalho**. Rio de Janeiro: Lucerna, 1998.

LLOBERA, M. Aspectos Semióticos del Discurso en la Enseñanza de EpFE: Ideaciones y Dimensión Educativa. Español para Fines Específicos. In: Congreso Internacional de Español para Fines Específicos, I, 2000. **Actas...** Amsterdã: MECD, 2000, p.13-33.

LUNA, S.V. **Planejamento de Pesquisa**: uma introdução. São Paulo: EDUC, 2002.

MAINGUENEAU, D. **Termos-chave de Análise do Discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

\_\_\_\_\_. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

MARCUSCHI, L.A. **Análise da Conversação**. São Paulo: Ática, 2003.

MARTINS, G.A.; LINTZ, A. **Guia para Elaboração de Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso**. São Paulo: Atlas, 2000.

MEC. **Educação Profissional. Apresentação**. Disponível em: <http://www.mec.gov.br/semtec/educprof/intprof.shtm/>. Acesso em 20 nov. 2004a.

\_\_\_\_\_. **Cadastro das Instituições de Ensino Superior**. Disponível em: <http://www.educacaosuperior.inep.gov.br/>. Acesso em 07 nov. 2004b.

MINAYO, M.C. S. (org.). **Pesquisa social**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MORENO FERNÁNDEZ, F. El Español en Brasil. **El Español en el Mundo. Anuario del Instituto Cervantes**, 2000. Disponível em: [http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario\\_00/](http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario_00/). Acesso em: 08 set. 2002.

MORENO, C.; TUTS, M. El español con fines específicos. El español en el hotel. **Carabela**, Madrid, SGEL, n.44, 1998, p.73-97.

\_\_\_\_\_. **El español en el hotel**. Madrid: SGEL, 1997.

MOURA, M.L.S; FERREIRA, M.C.; PAINE, P.A. **Manual de elaboração de projetos de pesquisa**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.

MUNBY, J. **Communicative syllabus design**. Cambridge: CUP, 1972.

NOUROUDINE, A. A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In: SOUZA-E-SILVA, M.C.P.; FAÏTA, D (eds.). **Linguagem e Trabalho – construção de objetos de análise no Brasil e na França**. São Paulo: Cortez, 2002b.

NUNAN, D. **Syllabus design**. Oxford: Oxford University Press, 1988.

PETROCCHI, M.; BONA, A. **Agências de turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2003.

PINTO, M.M. **Inglês no Mercado de Trabalho do Secretário Executivo Bilíngüe: uma Análise de Necessidades**. 2002. 129 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

RICHTERICH, R. **A Model for the Definition of Language Needs of Adults Learning a Modern Language**. Strasbourg: Council of Europe, 1972.

ROBINSON, P. **ESP - English for Specific Purposes**. Oxford: Pergamon Press, 1980

\_\_\_\_\_. **ESP Today: a practitioner's guide**. Hertfordshire: Prentice Hall, 1991.

SANTOS GARGALLO, I. **Lingüística Aplicada a la Enseñanza-Aprendizaje del Español Lengua Extranjera**. Madrid: Arco Libros, 1999.

SAUSSURE, F. **Curso de Lingüística Geral**. São Paulo: Cultrix, 1993.

SCHELP, D. Novas janelas para o céu. **Revista Veja**, São Paulo, edição 1875, 13 out. 2004

SCHWARTZ, Y. **Reconnaissances du travail – Pour un approche ergologique**. Paris: PUF, 1997.

\_\_\_\_\_. A comunidade científica ampliada e o regime de produção de saberes. **Trabalho & Educação**. Belo Horizonte, n.7, jul/dez, 2000, p.38-46.

SCHWARTZ, Y. *Disciplina Epistêmica Disciplina Ergológica – Paideia e Politeia. Pro-Posições*. Campinas, vol.13, n.1 (37), jan/abr, 2002a, p.126-149.

\_\_\_\_\_. A abordagem do trabalho reconfigura nossa relação com os saberes acadêmicos: as antecipações do trabalho. In: SOUZA-E-SILVA, M.C.P.; FAÍTA, D (eds.). **Linguagem e Trabalho – construção de objetos de análise no Brasil e na França**. São Paulo: Cortez, 2002b.

\_\_\_\_\_. L'expérience est-elle formatrice? **Education Permanente**. Paris, n.158, 1, 2004, p.11-23

SEBRAE. **Estudos e Pesquisas**. Disponível em: <http://www.sebrae.org.br/> . Acesso em: 01 set 2004.

SERAFINI, S.T. **Análise de Necessidades para um Curso de Compreensão Oral na Área Médica: Apresentação de Trabalhos Científicos**. 2003. 104 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

SOUZA, G.T. **Introdução à Teoria do Enunciado Concreto do Círculo de Bakhtin/Volochinov/Medvedev**. São Paulo: Humanitas, 1999.

SOUZA-E-SILVA, M.C.P. A dimensão languageira em situações de trabalho. In: \_\_\_\_\_; FAÍTA, D (eds.). **Linguagem e Trabalho – construção de objetos de análise no Brasil e na França**. São Paulo: Cortez, 2002.

\_\_\_\_\_. Quais as contribuições da lingüística aplicada para a análise do trabalho. In: FIGUEIREDO, M.; ATHAYDE, M.; BRITO, J.; ALVAREZ, D. (org.). **Labirintos do trabalho: interrogações e olhares sobre o trabalho vivo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

SPRENGER, T.M. **Inglês para Viagens e Turismo: Repensando um Plano de Curso e Materiais Didáticos**. 1997. 183 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística Aplicada e Estudos da Linguagem) – PUC-SP, São Paulo.

STREVENS, P. ESP after twenty years: a re-appraisal. In: Tickoo, M.L. (ed.). **ESP: state of the art**. Singapore: SEAMEO, 1988. Anthology Series 21.

SWALES, J. **English for Specifiable Purposes**. Singapore: SEAMEO, 1986. Occasional Papers, n.42.

\_\_\_\_\_. **Episodes in ESP**. Hertfordshire: Prentice Hall, 1988.

TEIXEIRA, R. Ensino Superior em Turismo e Hotelaria no Brasil: Um Estudo Exploratório. **Revista Turismo**. Mai, 2003. Disponível em: <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/artigos.htm> .

TOMELIN, C.A. **Mercado de agências de viagens e turismo**. São Paulo: Aleph, 2001.

VIDAL, M.C. (org.). **Os paradigmas em ergonomia**: uma epistemologia da insatisfação ou uma disciplina para a ação? Rio de Janeiro: GENTE/COPPE/UFRJ, 1992.

\_\_\_\_\_. **Introdução à Ergonomia**. Rio de Janeiro: CESERG, 2000.

WIDDOWSON, H.G. **Learning Purpose and Language Use**. Oxford: Oxford University Press, 1983.

WILKINS, D. **The linguistic and situational content of the common core in a unit/credit system**. Strasbourg, France: Council of Europe, 1972.

## **ANEXOS**

**ANEXO A -**  
**CURSOS UNIVERSITÁRIOS DE TURISMO**  
**NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**

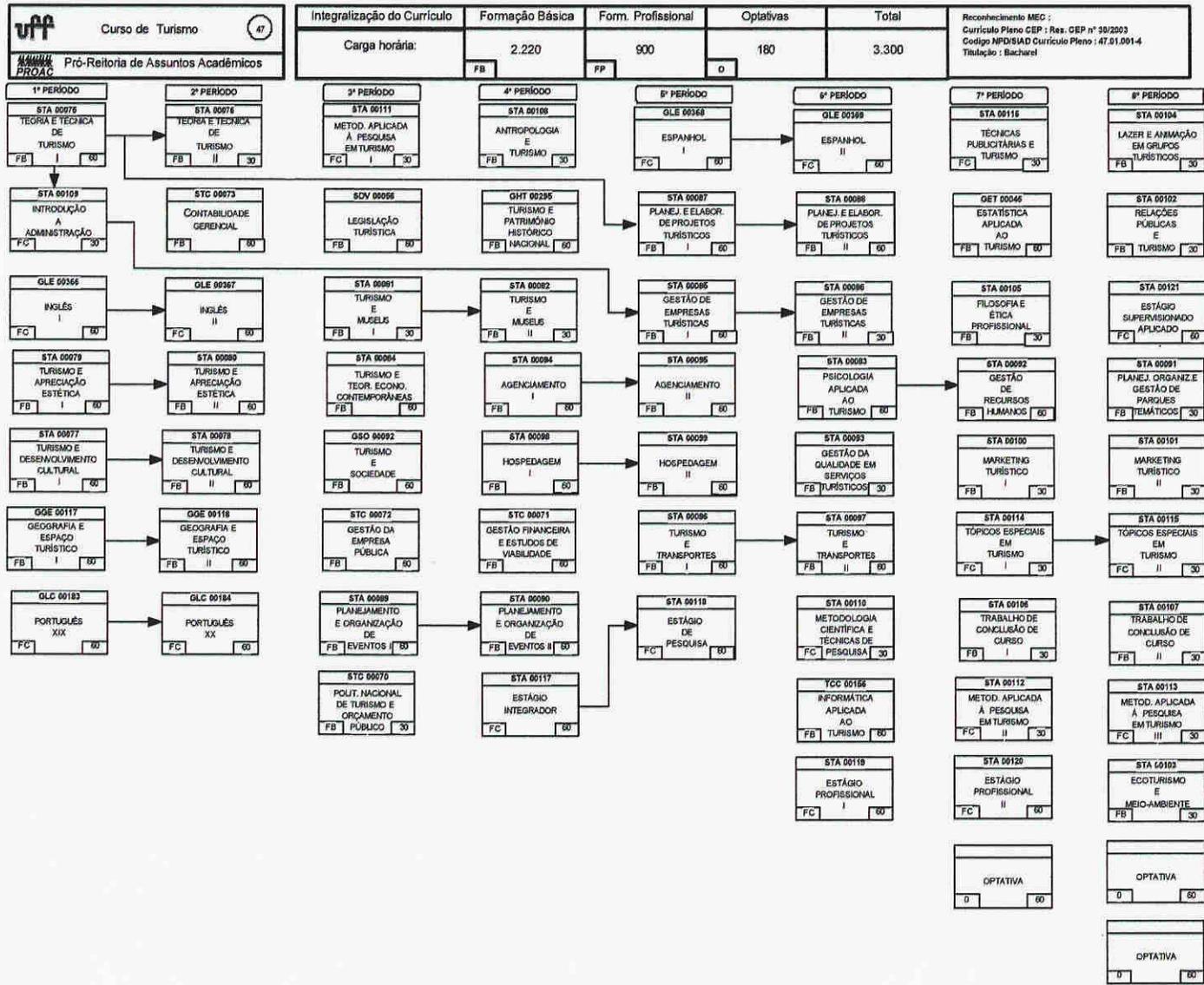
| <b>INSTITUIÇÃO</b>   | <b>CURSO /HABILITAÇÃO</b>   | <b>CIDADE E CAMPI</b>  |
|--|---|--|
| Centro de Educação Tecnológica SENAC Rio - <b>CETTI</b>                        | Curso Superior de Tecnologia em Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Centro Universitário <b>UNIABEU</b>  | Turismo   | Belford Roxo   |
| Centro Universitário Augusto Motta - <b>UNISUAM</b>                            | Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Centro Universitário da Cidade – <b>ASSESPA (UniverCidade)</b>                 | Turismo   | Rio de Janeiro (Bonsucesso, Ipanema e Méier)   |
| Centro Universitário de Barra Mansa – <b>UBM</b>                               | Turismo   | Barra Mansa  |
| Centro Universitário Plínio Leite - <b>UNIPLI</b>                              | Turismo   | Niterói  |
| Faculdade de Turismo - AEMA/RJ - <b>FATUMA</b>                                 | Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Faculdade Gama e Souza - <b>FGS</b>  | Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Faculdade Paraíso - <b>FAP</b>   | Turismo   | São Gonçalo  |
| Faculdade São José - <b>FSJ</b>  | Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Faculdades Integradas Hélio Alonso - <b>FACHA</b>                              | Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Universidade Católica de Petrópolis - <b>UCP</b>                               | Turismo   | Petrópolis   |
| Universidade do Grande Rio "Professor José de Souza Herdy" - <b>UNIGRANRIO</b> | Sup. Tecnologia em Turismo, Entretenimento e Hotelaria  | Rio de Janeiro   |
| Universidade Estácio de Sá - <b>UNESA</b>                                      | Tecnologia em Gestão de Turismo e Hotelaria   | Rio de Janeiro<br>Nova Friburgo  |
|  | Turismo   | Rio de Janeiro (Copacabana, Ilha do Governador, Terra Encantada)<br>Macaé<br>Petrópolis<br>Nova Iguaçu |
|  | Hotelaria   | Rio de Janeiro<br>Cabo Frio<br>Petrópolis  |
|  | Curso Superior de Formação Específica de Executivos para Empresas de Turismo e Hotelaria <sup>1</sup> | Rio de Janeiro<br>Nova Friburgo  |
| Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - <b>UNIRIO</b>               | Turismo   | Rio de Janeiro   |
| Universidade Federal Fluminense - <b>UFF</b>                                   | Turismo   | Niterói  |
| Universidade Iguazu - <b>UNIG</b>  | Curso Superior de Tecnologia em Turismo e Hotelaria   | São João de Meriti   |
| Universidade Salgado de Oliveira - <b>UNIVERSO</b>                             | Turismo e Hotelaria <sup>2</sup>  | São Gonçalo  |
| Universidade Veiga de Almeida - <b>UVA</b>                                     | Turismo   | Rio de Janeiro<br>Cabo Frio  |

Fonte: MEC (2004b)

<sup>1</sup> Segundo informação obtida na IES, esse curso está desativado.

<sup>2</sup> Segundo informação obtida na IES, esse curso não é oferecido no Estado do Rio de Janeiro.

**ANEXO B -**  
**GRADE CURRICULAR DE UM CURSO DE TURISMO**



**ANEXO C -  
LISTA DE TAREFAS**



| <b>ATIVIDADES DE NATUREZA INTERATIVA</b> |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
|--|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------------|---------------|
|  | <b>Informação sobre pax</b> | <b>Informação sobre pagamento</b> | <b>Cancelamento ou anulação</b> | <b>Negociação</b> | <b>Informação turística</b> | <b>Outros</b> |
| <b>Meios de hospedagem</b>               |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Agências receptivas</b>               |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Operadoras de turismo</b>             |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Transporte terrestre</b>              |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Locadoras de automóveis</b>           |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Transporte aéreo</b>                  |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Transporte marítimo</b>               |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Restauração</b>                       |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Guias de turismo</b>                  |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Lazer</b>                             |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Seguradoras</b>                       |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Eventos</b>                           |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |
| <b>Outros</b>                            |                             |                                   |                                 |                   |                             |               |

| <b>OUTRAS ATIVIDADES</b>        |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Ler catálogos</b>            |  |
| <b>Ler guias<br/>turísticos</b> |  |
| <b>Ler folhetos</b>             |  |
| <b>Assistir<br/>vídeos</b>      |  |
| <b>Ler outros</b>               |  |
| <b>Outros usos</b>              |  |

**ANEXO D -**  
**FOTOGRAFIAS DA AGÊNCIA DE VIAGENS**



Recepção



Uma agente trabalhando em sua mesa



Mesas de uma agente e da responsável pelo financeiro



Estantes com folheteria e mesa para receber clientes



**ANEXO E -  
REGRAS DE TRANSCRIÇÃO**

**Adaptado de Marcuschi (2003)**

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| Pausas                    | +          |
| Truncamento brusco        | /          |
| Ênfase ou acento forte    | MAIÚSCULAS |
| Alongamento de vocal      | ::         |
| Comentário do pesquisador | (( ))      |
| Indicativo de eliminação  | /.../      |
| Sobreposição de vozes     | [ ]        |

**ANEXO F -  
PROGRAMA TURÍSTICO**

## Circuito 3 – Operadora 2



8 días/7 noches

**SALIDAS desde ESPAÑA:**

Septiembre..... 11, 18, 25.

Octubre ..... 2, 16, 23.

(\*)Ver apartado: NOTAS IMPORTANTES.

CIRCUITO CON GUÍA, O CHOFER GUÍA DE HABLE ESPAÑOLA

**Para españoles:** es necesario llevar pasaporte en vigor para acceder a Hungría, y pasaporte en vigor con más de seis meses de validez, para poder acceder a la República Checa.  
**Otras nacionalidades:** Rogamos consulten en los organismos competentes los requisitos de entrada en el país.

### ITINERARIO

**1º DÍA: ESPAÑA – VIENA** (sábado)

Llegada a Viena. Recepción en el aeropuerto y traslado al hotel. Alojamiento.

**2º y 3º DÍA: VIENA**

Desayuno en el hotel y día libre para recorrer la ciudad y realizar algunas compras. Alojamiento.

**4º DÍA: VIENA – BUDAPEST** (260km aprox.)

Desayuno en el hotel. Mañana libre para recorrer la ciudad. A primera hora de la tarde salida hacia Budapest. Llegada y alojamiento

**5º DÍA: BUDAPEST**

Desayuno en el hotel. Por la mañana visita panorámica de las dos orillas de esta ciudad, dividida por el Danubio. Recorreremos los principales puntos de interés: la plaza de los Héroes, el Parque Municipal con el castillo de Vajdahunyad, la Avenida de Andrassy, la Opera, el Parlamento, el Puente Margarita, el Puente de las Cadenas, el Barrio del Castillo, el Bastión de los pescadores, la Iglesia de Matías (entrada incluida) y el Monte de San Gerardo donde haremos una breve parada. La visita finalizará en el centro. Tarde libre a su disposición. Alojamiento.

**6º DÍA: BUDAPEST – PRAGA** (550 km aprox.)

Desayuno en el hotel. A primera hora de la mañana salida hacia la encantadora ciudad de Praga atravesando la frontera con Austria, vía la ciudad checa de Brno. Llegada a Praga y alojamiento en el hotel.

**7º DÍA: PRAGA**

Desayuno en el hotel. Por la mañana visita de "la Ciudad Dorada". Salida hacia el barrio del Castillo para realizar una visita panorámica, la mayor parte a pie, recorriendo sus principales calles y monumentos como el Palacio Arzobispal, La Catedral de San Vito, el Palacio Real y la Callejuela de Oro, se continuará el recorrido descendiendo hasta la "ciudad pequeña" con la Iglesia de San Nicolás y desde allí se continuará hasta el bonito puente de Carlos, que atravesaremos para llegar a la gran Plaza de la Ciudad Vieja donde se encuentra el Ayuntamiento y el famoso Reloj Astronómico. Tarde libre. Alojamiento.

**8º DÍA: PRAGA – ESPAÑA**

Desayuno en el hotel y traslado al aeropuerto.

### EL PROGRAMA INCLUYE:

- Avión línea regular clase turista de la Cía. Iberia desde Madrid y Barcelona (tasas aéreas no incluidas). Obligatorio pasar la noche del sábado en destino.
- Traslados aeropuerto/ hotel/ aeropuerto.
- Transporte en autocar con guía acompañante de habla española o minibus de 8 plazas con chofer-guía de habla española.
- Estancia en los hoteles publicados o similares, en régimen de alojamiento y desayuno buffet.
- Visitas indicadas como incluidas en el itinerario realizadas con guías locales.

### HOTELES DE CIRCUITO

VIENA..... Arcotel Hotel Wimberger\*\*\*\*, o similar.  
 BUDAPEST..... Gran Hotel Hungaria \*\*\*\*, o similar.  
 PRAGA ..... Barcelo\*\*\*\*, o similar.

### NOTAS IMPORTANTES:

- Tarifas aéreas no válidas para vuelos de la serie 7000.
- Existe la posibilidad de efectuar salidas desde otras ciudades, sujeto a operativa de vuelos. Rogamos consulten suplemento a aplicar.
- Existe la posibilidad de realizar el circuito en media pensión (desayuno y cena) en los hoteles de Praga y Budapest. En Viena la estancia será solamente en alojamiento y desayuno.
- Existe también la posibilidad, de que en algunas salidas, los pasajeros tengan que cambiar de autocar y de guía en algunas de las ciudades, aunque en ningún caso se alterará el contenido del circuito.
- Rogamos consulten precios en hoteles \*\*\*.

Precios por persona desde Madrid y Barcelona

| TRIÁNGULO IMPERIAL<br>VIECR03C        |            |
|---------------------------------------|------------|
| FECHAS                                | HAB.DOUBLE |
| 11/9, 18/9, 25/9, 2/10, 16/10 y 23/10 | 1008,00    |

FOLLETO: V04EU PROGRAMA: 1ATOF Cód. Aéreo: 1ATOF0

### SUPLEMENTOS/DESCUENTOS AÉREOS POR FECHA Y/O CIUDAD DE SALIDA

Precios por persona

|           | 11/9  | 18/9,25/9, 2/10,<br>16/10 y 23/10 |
|-----------|-------|-----------------------------------|
| Madrid    | 30,50 | 5,00                              |
| Barcelona | 25,50 | Base                              |

A: ALOJAMIENTO • AD: ALOJAMIENTO Y DESAYUNO • MP: MEDIA PENSIÓN • PC: PENSIÓN COMPLETA • TI: TODO INCLUIDO

**ANEXO G -  
LEGISLAÇÃO SOBRE AS AGÊNCIAS DE TURISMO**

## DECRETO Nº 84.934, DE 21 DE JULHO DE 1980

Dispõe sobre as atividades e serviços das Agências de Turismo, regulamenta o seu registro e funcionamento e dá outras providências.

O Presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o artigo 81, inciso III da Constituição e tendo em vista o disposto no artigo 3º da lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977,

DECRETA:

### CAPITULO I

#### AGÊNCIAS DE TURISMO

Art. 1º - Compreende-se por Agência de Turismo a sociedade que tenha por objetivo social, exclusivamente, as atividades de turismo definidas neste Decreto.

Art.2º - Constitui atividade privativa das Agências de Turismo a prestação de serviços consistentes em:

I - venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões;

II - Intermediação remunerada na reserva de acomodações;

III - recepção transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante,

IV - operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários;

V - representação de empresas transportadoras, empresas de hospedagem outras prestadoras de serviços turísticos;

VI - divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, dos serviços mencionados nos incisos anteriores.

§ 1º - Observado o disposto no presente Decreto. as Agências de Turismo poderão prestar todos ou alguns dos serviços referidos neste artigo.

§ 2º - O disposto no inciso V deste artigo não se aplica ao representante exclusivo de empresa transportadora e de empresa hoteleira.

§ 3º - O disposto neste artigo não exclui, nem prejudica, a venda de passagens efetuada diretamente pelas empresas transportadoras. inclusive as de transporte aéreo

Art.3º- Observada a legislação específica, as Agências de Turismo poderão prestar, ainda, sem caráter privativo. os seguintes serviços:

I - obtenção e legalização de documentos para viajantes;

II - reserva e venda, mediante comissionamento, de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros;

III - transporte turístico de superfície;

IV - desembaraço de bagagens, rias viagens e excursões de seus clientes;

V - agenciamento de carga;

VI - prestação de serviços para congressos, convenções, feiras e eventos similares;

VII - operações de cambio manual, observadas as instruções baixadas a esse respeito pelo Banco Central do Brasil;

VIII - outros serviços, que venham a ser especificados pelo Conselho Nacional de Turismo – CNTur.

Art. 4º - Conforme os serviços que estejam habilitadas a prestar, e os requisitos para seu registro e funcionamento, as Agências de Turismo classificam - se em duas categorias:

I - Agência de Viagens e Turismo;

II - Agência de Viagens.

§ 1º - É privativa das Agências de Viagens e Turismo a prestação dos serviços referidos no inciso IV, do artigo 2º, quando relativos a excursões do Brasil para o exterior.

§ 2º - O disposto no § 10 não se aplica à operação de excursões rodoviárias, reabilitadas em maior parte no território nacional e apenas complementadas em países limítrofes.

§ 3º - Em localidades onde não exista nenhuma Agência de Turismo registrada e em operação, a Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR, poderá autorizar, a título precário, a venda comissionada, avulsa, em pequena escala e à vista, de passagens rodoviárias ferroviária, fluviais, ou lacustre:, por empresas n[õ] habilitadas na forma do presente Decreto.

## **CAPITULO II**

### **REGISTRO E FUNCIONAMENTO**

Art. 5º - As Agências de Turismo só poderão funcionar no País após serem registradas na EMBRATUR.

§ 1º - A abertura de filiais é igualmente condicionada a registro na EMBRATUR, equiparando- se a filial qualquer ponto de venda ou de prestação dos serviços previstos neste Decreto ou nos atos dele decorrentes.

§ 2º - A EMBRATUR expedi um certificado próprio para cada registro de empresa ou filial que conceder.

Art. 6º - O certificado de registro habilitará a empresa ou filial a exercer, em todo o território nacional, as atividades correspondentes à categoria em que estiver classificada.

Art. 7º - É condição prévia para registro a comprovação, na forma que vier a ser estabelecida pela EMBRATUR, do atendimento dos seguintes requisitos:

I - capital integralizado no valor equivalente, no mínimo, a seis mil (6.000) e a duas mil (2.000) Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional-ORTNs, respectivamente, para Agências de Viagens e Turismo e para Agências de Viagens;

II - capacidade técnica e idoneidade moral da empresa e de seus responsáveis;

III - idoneidade financeira e qualificação cadastral da empresa;

IV - instalações adequadas ao atendimento dos usuários, com áreas exclusivamente destinadas a atividade;

V- comprovação de viabilidade do mercado na localidade pretendida.

Art. 8º - A capacidade técnica da empresa e de seus responsáveis será aferida através de:

I - documento comprobatório de que ao menos um dos sócios ou diretores responsáveis pela empresa, ou se for o caso, gerente da filial, possui mais de três (3) anos de experiência profissional no exercício de atividades ligadas ao turismo;

II- prova de que a empresa ou filial dispõe de informações técnicas e de consulta, relativas à atividade, e especialmente sobre:

a - meios de transporte e condições de hospedagem, alimentação e recreação nos roteiros turísticos que operar e vender;

b - formalidades pertinentes a entrada, saída e permanência de viajantes e turistas.

Art.9º - A idoneidade moral dos responsáveis e a idoneidade financeira da empresa serão comprovadas mediante apresentação de atestados e referências de natureza comercial e outras, em forma a ser estabelecida pela EMBRATUR.

Art. 10 - O registro de filiais será condicionado à comprovação, pela empresa requerente, da integralização de capital adicional, em valores equivalentes a um mil (1.000) e quatrocentas (400) ORTNs, respectivamente, por filial de Agência de Viagens e Turismo e de Agência de Viagens.

Art. 11 - Será facultada a instalação de Agências de Turismo em meios de hospedagem e outros estabelecimentos e empreendimentos de natureza turística.

Parágrafo único - Mediante ajuste com órgãos e entidades competentes, ou em casos excepcionais, a EMBRATUR poderá, a seu critério, permitir a prestação de serviços de reservas de transporte e hospedagem pelas Agências de Turismo, em instalações localizadas em estações ou terminais de transporte de passageiros.

Art. 12 - É vedado o registro como Agência de Turismo a empresas:

I - direta ou indiretamente vinculadas a Órgãos Oficiais de Turismo;

II- cujo objetivo social estabeleça serviços diversos dos privativos ou permissíveis para a categoria na qual pretendam registrar-se, ou incompatíveis com os objetivos da Política Nacional de Turismo;

III - cuja denominação social seja idêntica ou semelhante à de outra já registrada, ou à de Órgão Oficial de Turismo.

Art. 13 - São condições para funcionamento e manutenção do registro na categoria em que tiver sido classificada a Agência de Turismo:

I - o atendimento permanente às condições e requisitos estabelecidos neste Decreto, ou dele decorrentes;

II - a observância dos padrões de conforto, serviços e preços estabelecidos para a categoria;

III- a apresentação, em tempo oportuno, de informações, estatísticas, relatórios, balanços e demonstrações financeiras, conforme estabelecido pela EMBRATUR.

### **CAPÍTULO III**

#### **DIREITOS E OBRIGAÇÕES**

Art. 14 - Constituem prerrogativas das Agências de Turismo registradas na EMBRATUR:

I - o exercício das atividades e a prestação dos serviços estabelecidos no artigo 2º deste Decreto;

II - o recebimento de comissão ou qualquer outra forma de remuneração, pela intermediação de serviços turísticos;

III - o uso, por extenso e abreviadamente, das denominações "Agência de Turismo", "Agência de Viagens", "Agências de Viagens e Turismo", ou qualquer outra similar que diga respeito ao exercício da atividade ou à exploração dos Serviços a que se refere este Decreto;

IV- promover e divulgar as excursões, passeios e viagens que organizarem ou venderem, observado o disposto no inciso IV, do artigo 17;

V - habilitar-se à participação em campanhas promocionais cooperativas promovidas pela EMBRATUR, observadas as normas próprias;

VI - habilitar-se ao recebimento de incentivos e estímulos governamentais previstos na legislação em vigor;

VII- firmar convênios de co-participação e adotar outros sistemas para a ação conjunta, com o objetivo de intensificar as correntes turísticas e reduzir custos.

Parágrafo único - Compreende-se por comissão ou remuneração, para fins do inciso II deste artigo, qualquer redução ou favorecimento sobre os preços pagos pelos usuários, excluídos:

- a) - a retribuição às empresas responsáveis pela emissão e comercialização de cartões de crédito, com relação aos pagamentos feitos com utilização dos mesmos;
- b) - o desconto permitido pelo decreto-lei nº 1.587, de 19 de dezembro de 1977, para efeito de recebimento de benefícios fiscais previstos no mesmo;
- c) - reduções, abatimentos ou descontos decorrentes de programas públicos de incentivos ao turismo interno e do exterior para o País.

Art. 15 - As sociedades civis ou comerciais de qualquer finalidade somente poderão oferecer a seus membros, associados, empregados ou quaisquer terceiros interessados, excursões e roteiros turísticos que forem organizados por agência de turismo habilitada.

§ 1º - Aplicam-se aos materiais para distribuição ou circulação, no âmbito da sociedade interessada, as disposições do presente Decreto, quanto à promoção e divulgação de serviços turísticos.

§ 2º - O disposto neste artigo não se aplica aos casos de fretamento de veículo, para uso dos associados, mediante simples ressarcimento das despesas realizadas.

Art. 16 - Qualquer oferta ou divulgação de serviços turísticos pelas Agências de Turismo expressarão fielmente, as qualidades e as condições em que serão efetivamente prestados, especificando, com clareza:

I - os serviços oferecidos;

II - o preço total e as condições de pagamento e, quando houver, as de financiamento;

III - as empresas e empreendimentos participantes do roteiro ou excursão, com os respectivos números de registro e classificação na EMBRATUR.

Parágrafo único - As informações previstas neste artigo obrigarão as Agências de Turismo e os prestadores de serviços turísticos constantes da oferta ou divulgação, entre si e perante os usuários.

Art. 17 - São obrigações das Agências de Turismo:

I - cumprir, rigorosamente, os contratos e acordos de prestação de serviços turísticos com os usuários ou outras entidades turísticas;

II - exercer a atividade de acordo com as diretrizes estabelecidas na Política Nacional de Turismo;

III - conservar suas instalações em adequadas condições de atendimento ao usuário, assim como os padrões de conforto, serviços e preços estabelecidos neste Decreto e nos atos dele decorrentes;

IV - mencionar, em qualquer forma impressa de promoção ou divulgação de viagens e excursões:

a) - quando destinadas ao exterior, o nome e número de registro de Agência de Viagens e Turismo, responsável pela operação (artigo 20, inciso IV);

b) - em qualquer caso, os nomes e números de registro das Agências autorizadas a vendê-las ao público;

c) - a categoria em que estiverem classificados os equipamentos e serviços utilizados;

V - prestar ou apresentar, no prazo e na forma estabelecidos pela EMBRATUR, as informações e documentos referentes ao exercício de sua atividade;

VI - manter em suas instalações cópia da legislação turística pertinente e, em local visível, cópia do certificado de registro;

VII - comunicar previamente à EMBRATUR eventuais mudanças de endereço e paralisações temporárias ou definitivas da atividade;

VIII - apresentar à EMBRATUR cópias dos instrumentos que alterarem os atos constitutivos das sociedades, no prazo de quinze (15) dias após seu arquivamento no Registro de Comércio;

IX- entrar em funcionamento no prazo de noventa (90) dias a contar da data de concessão do registro.

Art. 18 - Ressalvados os casos de comprovada força maior e a expressa responsabilidade concorrente de outras entidades, a agência organizadora e promotora do serviço turístico será sempre a principal responsável pela sua prestação efetiva, pela sua liquidação junto aos prestadores de serviços e pelo reembolso aos usuários pelos serviços não prestados na forma e na extensão contratadas.

Parágrafo único - As obrigações assumidas para execução de serviços turísticos que se realizarem, total ou parcialmente, no exterior serão de exclusiva responsabilidade da Agência de Viagens e Turismo e, no caso previsto no § 2º, do artigo 1º, deste Decreto, da Agência de Viagens e Turismo ou da Agência de Viagens, conforme o caso.

Art. 19 - As Agências de Turismo são diretamente responsáveis pelos atos de seus prepostos, inclusive os praticados por terceiros por elas contratados ou autorizados ainda que na condição de autônomos, assim entendidas as pessoas físicas por elas credenciadas, tácita ou expressamente.

Parágrafo único - Nas relações com os usuários ou em qualquer forma de promoção de serviços turísticos, os autônomos indicarão, sempre, e somente, o nome e o endereço comercial da Agência de Turismo que os tiver credenciado.

Art. 20 - As Agências de Turismo só poderão receber de seus usuários, a título de pagamento antecipado, até vinte por cento (20%) do valor dos serviços ajustados.

§ 1º - O recebimento antecipado de mais de vinte por cento (20%) do valor dos serviços ajustados dependerá autorização especial da EMBRATUR.

§ 2º - Considera-se pagamento antecipado, para fins deste artigo, todo aquele efetuado com antecedência superior a sessenta (60) dias do início da prestação dos serviços ajustados.

Art. 21 - Quando permitidas, as remessas para o exterior, a título de pagamento de serviços turísticos, somente serão autorizadas se efetuadas por Agência de Viagens e Turismo, ressalvado o caso previsto no § 2º do artigo 4º, deste Decreto.

## **CAPITULO IV**

### **FISCALIZAÇÃO, PENALIDADES E RECURSOS**

Art. 22 - É punível pela EMBRATUR com aplicação de penalidade pecuniária prevista no inciso II do art. 27, sem prejuízo da interdição do estabelecimento, prevista no inciso IV do mesmo artigo, e das sanções penais cabíveis, o exercício, por qualquer pessoa física ou jurídica, das atividades e serviços turísticos, sem observância do disposto neste Decreto.

Parágrafo único - A punibilidade prevista neste artigo abrange a utilização, por extenso ou abreviadamente, das expressões "turismo", "viagens", "excursões" ou outras a elas equivalentes, delas derivadas ou com elas compostas.

Art. 23 - A EMBRATUR exercera a fiscalização das atividades e serviços das Agências de Turismo objetivando:

I - proteção ao usuário, exercida prioritariamente pelo atendimento e averiguação de reclamações;

II- orientação às empresas, para o perfeito atendimento das normas que regem suas atividades;

III- verificação do cumprimento da legislação em vigor.

Parágrafo único - Na conformidade do disposto no Código Brasileiro do Ar e normas complementares, a fiscalização, no que concerne à legislação aeronáutica, será feita, em colaboração com a EMBRATUR, pelo Ministério da Aeronáutica.

Art. 24 - A apuração de infrações será, iniciada mediante:

I - denúncia que relate os fatos a apurar, e que contenha a qualificação e a assinatura do denunciante;

II - despacho do responsável pela fiscalização, determinando a apuração de fato punível previsto na legislação em vigor;

III- relatório de agente de fiscalização, dando conhecimento de irregularidade verificada.

Art. 25 - Para fins de controle e acompanhamento da atividade, os agentes de fiscalização terão livre acesso a todas as dependências das empresas ou entidades, estabelecimentos e equipamentos sujeitos à fiscalização da EMBRATUR.

Parágrafo único: As empresas ou entidades a que se refere este artigo ficam obrigadas a prestar aos agentes da EMBRATUR todos os esclarecimentos necessários ao desempenho de suas funções e a exhibir-lhes quaisquer documentos que digam respeito ao cumprimento das normas legais referentes aos serviços objeto de fiscalização e acompanhamento.

Art. 26 - O auto de infração será lavrado pelo agente de fiscalização sempre que ocorrer:

I - violação de dispositivos legais;

II- não cumprimento das notificações expedidas;

III - resistência ou embaraço à fiscalização.

§ 1º - Quando o responsável pela empresa se negar a assiná-lo, o auto de infração consignará o fato.

§ 2º - Serão garantidos às pessoas ou entidades interessadas o conhecimento de todas as peças do processo e o direito à apresentação da defesa, por escrito, e dos documentos julgados pertinentes, no prazo de 15 (quinze) dias da data da autuação.

Art. 27 - As infrações à lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, a este Decreto e aos atos dele decorrentes, bem assim à legislação correlata em vigor, sujeitarão o infrator às seguintes penalidades, impostas pelo Presidente da EMBRATUR:

I - advertência por escrito;

II - multa de valor equivalente ao de até quinhentas (500) Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional (ORTNs);

III - suspensão ou cancelamento do registro;

IV - interdição de instalação, estabelecimento, empreendimento ou equipamento.

§ 1º - O Presidente da EMBRATUR poderá delegar ao Diretor de Operações da EMBRATUR a competência para a aplicação das penalidades previstas neste artigo.

§ 2º - As penalidades previstas no incisos II a IV deste artigo poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente.

§ 3º - O valor das multas aplicadas será recolhido ao Tesouro Nacional, mediante guia.

§ 4º - Aplicadas as penalidades referidas nos incisos III e IV deste artigo, a EMBRATUR oficiará às autoridades competentes, requisitando destas a adoção das medidas necessárias.

Art. 28 - O CNTur estabelecerá os critérios para gradação das penalidades previstas no artigo 27, tendo em vista os seguintes fatores;

I- a natureza da infração;

II- as circunstâncias atenuantes ou agravantes;

III - os antecedentes do infrator;

IV - o prejuízo que a infração acarretar aos usuários, ao turismo, à imagem do País, aos símbolos e à moeda nacionais.

Art. 29 - Uma vez aplicada a pena de cancelamento de registro e apuradas as responsabilidades respectivas, os titulares ou prepostos da empresa, responsáveis pelo cometimento da falta, poderão ser impedidos, pelo prazo de cinco (5) anos, de exercer qualquer atividade ligada ao turismo em território nacional.

Art. 30 - Da decisão que impuser penalidade caberá:

I - pedido de reconsideração à Diretoria da EMBRATUR, no prazo de trinta (30) dias contados da data em que o interessado tomar ciência da penalidade;

II - recurso ao CNTur, no prazo de quinze (15) dias contados da data em que o interessado tiver tido ciência do indeferimento do pedido de reconsideração.

Parágrafo único - Os recursos ao CNTur serão:

I - "ex-officio", no caso de multa de valor superior a cem (100) Obrigações Reajustáveis do Tesouro Nacional (ORTNs);

II- voluntário, com efeito suspensivo, nos demais casos.

## **CAPÍTULO V**

### **DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS**

Art. 31 - As Agências de Turismo registradas na EMBRATUR, anteriormente à vigência do presente Decreto, deverão comprovar, para fins de habilitação ao registro nas categorias referidas nos incisos I e II do artigo 40:(1)

I - a integralização de capital mínimo nos valores de um milhão, trezentos e quarenta mil cruzeiros (Cr\$ 1.340.000,00) e quatrocentos e vinte mil cruzeiros (Cr\$ 420.000,00), conforme desejem enquadrar-se, respectivamente, como Agência de Viagens e Turismo ou Agência de Viagens;

II - a adequação de seus objetivos sociais, de forma a que possam atender aos serviços permissíveis para a categoria na qual desejem habilitar-se.

Art. 32 - A comprovação de que trata o artigo anterior será feita no prazo de noventa (90) dias a partir da entrada em vigor do presente Decreto, findo o qual não serão revalidados registros sem a comprovação referida. (1)

Art. 33 - Para o exercício dos poderes de acompanhamento e fiscalização das atividades turísticas, que lhe são conferidos pela Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, a EMBRATUR poderá delegar atribuições específicas a quaisquer órgãos e entidades da Administração Pública.

Art. 34 - A delegação a que se refere o artigo anterior poderá abranger a competência para instauração e instrução de processo de registro e fiscalização, bem como a realização de diligências indispensáveis ao seu encaminhamento, mas não compreenderá poderes para decidir.

Art. 35 - O CNTur e a EMBRATUR baixarão os atos complementares necessários à execução deste Decreto.

Art. 36 - Revogam-se o Decreto 73.845, de 14 de março de 1974, no que diz respeito às Agências de Turismo reguladas pelo presente Decreto, e as disposições em contrário.

Art. 37 - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 21 de julho de 1980; 159º da Independência e 92º da República.

JOÃO FIGUEIREDO

João Camilo Penna

(1) Regulamentado pela Deliberação Normativa EMBRATUR nº. 63. de 06.08.1980

(Publicado no Diário Oficial da União de 21 de julho de 1980, Seção I, p. 14.482/7 e retificado no Diário Oficial da União de 30 de julho de 1980, Seção I, p. 15.195)

**MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, DO COMÉRCIO E DO TURISMO**  
**EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DO TURISMO**  
**DELIBERAÇÃO NORMATIVA Nº 382, DE 11 SETEMBRO DE 1997**

A Diretoria da EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, no uso de suas atribuições legais e estatutárias.

Considerando o interesse governamental de estimular a cobertura, mediante seguro, dos turistas e viajantes que se utilizarem dos serviços de agência de turismo.

Considerando a faculdade concedida pela legislação em vigor, inciso VIII, do artigo 3º, do Decreto no 84.934, de 21/07/80, para que o governo federal estabeleça outros serviços permissíveis à agência de turismo - para cuja atividade é exigida dedicação exclusiva

RESOLVE:

Art. 1º - Fica incluído entre os serviços permissíveis e não privativos das agências de turismo, nos termos do inciso VIII, do artigo 3º, do Decreto nº 84.934, de 01/07/80, a corretagem de seguros, especialmente àquela destinada à cobertura de riscos em viagens turistas através de agências de turismo.

Parágrafo Único - O serviço cuja inclusão está prevista neste artigo deverá ser prestado em conformidade com a legislação específica que trata de corretagem de seguros, de responsabilidade da Superintendência de Seguros Privados - SUSEP.

Art. 2º - Nos termos do artigo anterior, a inclusão de serviço de corretagem de seguro entre os objetivos sociais de agência de turismo atenderá, doravante, ao artigo 1º, do Decreto 84.934, de 21/07/80 que exige dedicação exclusiva de atividade de agência de turismo.

Art. 3º - O disposto no artigo 2º não dispensará a agência de turismo de destinar ambiente e instalações específicas para a atividade de corretagem de seguro, distintos daqueles necessários à prestação dos demais serviços.

Art. 4º - A presente Deliberação Normativa entra em vigor na data de sua publicação no Diário Oficial da União, revogadas as disposições em contrário.

CAIO LUIZ CIBELLA DE CARVALHO ANA KARIN D. A. A. F. QUENTAL  
Presidente Diretora de marketing Substituta

ARIOVALDO ADALBERTO QUAGLIA ROSILDA DE FREITAS  
Diretor de Economia e Fomento Diretora de Administração e Finanças  
Substituto

(Publicada no D.O.U. nº 177, de 15/09/97, Seção I, Pág. 20427 )

**ANEXO H -  
*VOUCHER***

### Voucher emitido pela operadora estudada

06/08/0

```

=====
!                               |                               |
!   VIAGENS E TURISMO LTDA.    |   VOUCHER GERAL Nº 15165-R    |
!   RUA _____ ANDAR - CENTRO - RJ |   Emissão: 06/08/2004        |
!   CGC _____ Embratur _____ |   1ª Via - Operadora         |
!   Tel: 55(21) _____ |   File: 04A10994AG00 DIA 00537 |
!                               |                               |
!   A/To: TRAVEL _____ |                               |
!   G _____ F _____ B _____, 16 - MADRID |                               |
!   (34) _____ |                               |
!                               |                               |
!   Favor Fornecer a / Please Provide To: |   REF.: CS/21-416180         |
!   PAX _____ AC. ID _____ |                               |
!   01.B. _____/H _____ |   ! DBL ! ADT !              |
!   02.C. _____/M.A. _____ |   ! DBL ! ADT !              |
!                               |   ! ! !                      |
!                               |   ! ! !                      |
!   Os Seguintes Servicos / The Following Services: |                               |
!   22AUG - PRG - TRF IN ARPT/HTL - AZ 512 - 10H50..... |                               |
!   22/31AUG - PRG/VIE - 09NTS CB - 01DBL - CIUDADES IMPERIALES - OPCION 2 - |                               |
!   CATEGORIA TURISTA..... |                               |
!   31AUG - VIE - TRF OUT - HTL/ARPT - AZ 197 - 18H10..... |                               |
!   RESERVADO Y PAGADO POR S _____ TEL (34 91) _____ |                               |
!                               |                               |
!   The Invoice Will Be Settled By |                               |
!   _____ VIAGENS E TURISMO LTDA. |                               |
!   _____ BRAZIL |   _____ Authorized Signature/Stamp |
!                               |                               |
=====

```