

**As línguas estrangeiras no
ensino superior:
propostas didáticas
e casos em estudo**

Maria Ellison
Marta Pazos Anido
Pilar Nicolás Martínez
Sónia Valente Rodrigues
ORGS.

Porto, FLUP, 2018

FICHA TÉCNICA

TÍTULO: As línguas estrangeiras no ensino superior: propostas didáticas e casos em estudo

ORGANIZAÇÃO: Maria Ellison, Marta Pazos Anido, Pilar Nicolás Martínez e Sónia Valente Rodrigues

EDIÇÃO: Faculdade de Letras da Universidade do Porto e APROLÍNGUAS - Associação Portuguesa de Professores de Línguas Estrangeiras do Ensino Superior

ANO DE EDIÇÃO: Impresso em fevereiro de 2018

COLEÇÃO: FLUP e-DITA

EXECUÇÃO GRÁFICA: Gráfica Firmeza Lda. / Porto

TIRAGEM: 100 exemplares

DEPÓSITO LEGAL: 437121/18

ISBN: 978-989-54030-7-3

ISSN: 1646-1525

Este trabalho é financiado pela APROLÍNGUAS - Associação Portuguesa de Professores de Línguas Estrangeiras do Ensino Superior.

CONTRIBUIÇÕES DIDÁTICAS PARA O ENSINO DO PORTUGUÊS DA HOTELARIA EM UNIVERSIDADES FRANCESAS

ABSTRACT

This article is written within the framework of Portuguese for Specific Purposes. The specialised language conceptualizes teaching foreign languages while taking into account the professional field in which students will use that language. It recommends that teachers identify students' communicative needs in order to create teaching methodologies that fit their profiles.

We present a methodological path for teaching Portuguese to university students studying tourism and/or hotel management in France, and who want to become hotel receptionists. Using our corpus based on real data of language practices in hotels in Portugal, we present several teaching proposals for developing oral comprehension, production and interaction, for A2 level CEFR students. These proposals train students for a specific discursive task, the check-in, giving priority to pragmatic elements such as speech acts and courtesy formulas.

Keywords: Portuguese for specific purposes, hotel receptionist, pragmatics, teaching proposals

RESUMO

Esta comunicação enquadra-se no campo do Português para Fins Específicos. A língua especializada concebe o ensino da língua estrangeira em função da área profissional em que os discentes irão fazer uso dela. Preconiza um estudo prévio da parte do professor em identificar as necessidades comunicativas dos alunos, para assim criar metodologias de ensino adequadas aos seus perfis.

Este artigo apresenta um caminho metodológico do ensino do português a estudantes de licenciaturas na área do turismo e/ou hotelaria em França que pretendam ser rececionistas de hotel. Partindo de um *corpus* nosso com dados reais sobre o funcionamento das práticas linguísticas do setor hoteleiro em Portugal, apresentamos um conjunto de propostas didáticas para o nível A2 do QECR com o objetivo de desenvolver as competências de compreensão, produção e interação oral. Estas propostas treinam uma tarefa discursiva precisa, o *check-in*, e privilegiam aspetos de ordem pragmática, como os atos de fala e as fórmulas de cortesia.

Palavras-chave: português para fins específicos, rececionistas de hotel, pragmática, propostas didáticas

1 – INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as atividades económicas têm criado situações de internacionalização cada vez mais frequentes, suscitando contactos além-fronteiras que implicam o conhecimento de línguas estrangeiras. Em setores tão díspares quanto a indústria ou a banca, o mundo globalizado veio trazer alterações na oferta pedagógica nas nossas universidades.

Por um lado, houve um esforço em acompanhar as necessidades da modernização da sociedade, começando a propor formações com forte componente prática que têm como objetivo uma rápida inserção no mercado de trabalho. São prova disso o *Brevet de Technicien Supérieur (BTS)* e a *Licence Professionnelle* em França, formações a nível superior de dois ou três anos respetivamente, que contemplam no seu plano de estudos estágios de vários meses na área profissional em que o aluno está inserido.

Por outro lado, o ensino das línguas deixou de estar confinado às formações em estudos linguísticos e literários, lecionados tradicionalmente nas faculdades de Letras. Passou a ser ensinado noutras formações de caráter não linguístico, como por exemplo engenharia ou relações internacionais, onde o conhecimento das línguas estrangeiras se torna importante para a prática profissional da área em questão. O sistema universitário francês reconheceu esta mudança, tendo criado a denominação *LANSAD (LANGues pour Spécialistes d'Autres Disciplines)* para enquadrar o ensino da língua a especialistas de outros campos disciplinares que não os linguísticos (Van der Yeught, 2014).

Uma das atividades económicas que mais tem crescido nas últimas décadas, sendo fortemente marcada pela necessidade de conhecer várias línguas estrangeiras, é o turismo. A nível mundial, França é o país que recebe o maior número de turistas, contando com 83,8 milhões em 2014 (Khiati, 2015). Destes, 356.000 são portugueses e 1.242.000 são brasileiros, correspondendo a uma evolução positiva de 14,5% e de 15,6% respetivamente

em relação a 2013 (Khiati, 2014, 2015). O setor da hotelaria é um dos mais importantes em toda a indústria hoteleira, empregando 172.000 profissionais em França. O país conta com 18.000 hotéis que põem à disposição um total de 1.300.000 camas (Khiati, 2015).

Os profissionais da hotelaria lidam diariamente com hóspedes de origens e línguas muito diversas. Um dos traços fundamentais deste setor profissional é a atenção dada ao cliente, na medida em que os profissionais se esforçam por ir ao encontro das suas necessidades e desejos. Tendo em conta esta heterogeneidade em hotelaria, urge que os profissionais dominem um grande número de línguas estrangeiras para que possam dar aos seus clientes a oportunidade de se expressarem, sempre que possível, na sua língua materna. É neste contexto que nasce o ensino da língua portuguesa a estudantes não nativos que queiram trabalhar no setor da hotelaria. Trata-se de um público com necessidades comunicativas muito específicas, para as quais o professor deve estar preparado.

Posto isto, o presente artigo pretende, por um lado, apresentar uma reflexão sobre os princípios teóricos do ensino da língua a um público profissionalizante, denominada como linguagem especializada, e, por outro lado, propor orientações metodológicas práticas para o ensino do português da hotelaria.

2 – PORTUGUÊS PARA FINS ESPECÍFICOS: O SETOR DA HOTELARIA

2.1 – A linguagem especializada

A linguagem especializada nasceu nos anos 60 com o ensino do inglês (*English for specific purposes*), num contexto de pós-guerra em que o conhecimento desta língua era um meio útil para aceder a novos conhecimentos técnicos e científicos (Van der Yeught, 2014). O ensino do francês nasceu imediatamente a seguir, nos anos 70, e mais recentemente, por volta dos anos 90, é a vez do espanhol. Inicialmente muito focalizada em questões lexicais, a linguagem especializada definia-se em função da terminologia específica a cada setor de atividade. Hoje em dia, a primazia é, no entanto, dada às questões pragmáticas e discursivas de cada setor, nomeadamente os atos de fala e os marcadores linguísticos.

Cabré e Gómez de Enterría (2006, p. 11) definem a linguagem especializada como « el conjunto de recursos de una lengua, complementados con los procedentes de otros sistemas, utilizados en una situación específica ». A diferença entre a linguagem especializada e a língua comum reside no facto de a primeira conter uma alta frequência de determinados recursos linguísticos provindos da segunda, que passam, assim, a ser característicos das práticas discursivas de um dado campo profissional. Estas duas línguas

não são, portanto, opostas, mas sim complementares. Outra característica apontada pelas autoras é a influência exercida por outros sistemas nessas mesmas práticas linguísticas, no caso do turismo, áreas como as vendas, a história ou a gastronomia são prova disso.

Nas últimas décadas, a noção de género discursivo tem sido muito profícua para o ensino das línguas estrangeiras e da linguagem especializada em particular (Swales, 1990). Designado como o conjunto de particularidades discursivas partilhadas por uma mesma comunidade, Richer (2008) afirma que o género discursivo permite individualizar a linguagem especializada face à língua comum, pois apresenta traços enunciativos próprios que permitem caracterizar o discurso de cada campo profissional. Tendo em conta de que são muito padronizados, estes acabam por deixar pouca margem de manobra aos seus locutores.

Si le lexique et la syntaxe des langues de spécialité ne divergent pas de ceux de la langue courante, toutefois les langues de spécialité se singularisent de cette dernière, non plus au niveau de la phrase, mais à celui des énoncés dans leur totalité, par la présence de genres de discours, souvent très stéréotypés, spécifiques à chaque domaine de spécialité, et porteurs de réglages textuels contraignants qui laissent à l'énonciateur plus ou moins d'espace de variations. (Richer, 2008, p. 19)

O estudo da linguagem especializada através da noção de género é, assim, extremamente útil. Além de servir como ponto de referência para a análise linguística, permite também situar o evento comunicativo no seu contexto, em função das práticas sociais, do estatuto dos interlocutores e das convenções e restrições de cada área profissional (Calvi, 2010). Estas particularidades trazem novas implicações do ponto de vista didático. Como já vimos anteriormente, a linguagem especializada é caracterizada por uma alta frequência de determinados recursos linguísticos, isto é, especificidades discursivas próprias de cada campo profissional. Essas especificidades são determinadas pela lógica profissional vigente; assim, ensinar a linguagem especializada implica conhecer o funcionamento desse setor: os seus valores, as suas crenças, as suas práticas e, conseqüentemente, os seus hábitos linguísticos.

Neste sentido, o ensino da língua para fins específicos parte de uma análise das necessidades comunicativas dos alunos, para a qual é fundamental a identificação da lógica profissional do campo profissional. O professor deve aproximar-se o mais possível do campo profissional dos discentes para compreender a lógica em que eles atuarão e assim compreender o uso que estes farão da língua.

A análise das necessidades vai determinar a etapa seguinte, que corresponde à seleção e organização dos conteúdos. O professor vai identificar os conteúdos lexicais, gramaticais, discursivos e culturais a

desenvolver com os alunos e organizá-los em função do número de horas disponíveis para a sua formação. Finda a organização dos conteúdos, o professor vai criar um percurso metodológico coerente de acordo com as competências a desenvolver e, se necessário, construir materiais didáticos. Pretende-se que este percurso implique uma imersão constante do aluno em situações de comunicação concretas e com as quais será confrontado no seu dia-a-dia profissional.

Em conclusão, o ensino da língua para fins específicos necessita de estratégias adequadas a um público que fará um uso da língua em contextos discursivos muito específicos, os contextos-ação (Mourlhon-Dallies, 2008). O processo de ensino-aprendizagem é realizado em negociação permanente entre professores e discentes, podendo assim adaptar-se constantemente às necessidades dos alunos e aos seus ritmos de aprendizagem.

2.2 – O setor da hotelaria

O ensino da linguagem especializada está bastante avançado nas três línguas já mencionadas (francês, inglês e espanhol), contando com múltiplos estudos, reflexões e materiais didáticos em áreas profissionais muito distintas. No que diz respeito à língua portuguesa, a investigação e a produção de materiais didáticos não é comparável, sendo os recursos consideravelmente mais escassos. Existem alguns materiais que contemplam o ensino da língua na área do direito ou dos negócios, refletindo um esforço comum em colmatar esta lacuna. Publicados em Portugal pela editora LIDEL, são exemplo: *Português Jurídico para alunos de PLE* (Malcata, 2015), *Estratégias 1 - Método de Português no Domínio Empresarial* (Dias & Sousa, 2016), e *Português Empresarial 1 – Exercícios práticos* (Neves, 2016)¹.

No que diz respeito ao turismo, existem poucos materiais para alunos não nativos. O mais antigo foi publicado em Portugal em 1997 com o título *Hosteleria : Hôtellerie : Settore alberghiero : Hotelaria* (Casalho, Carvalho, & Malcata, 1997). Estando hoje em dia já fora do mercado, o livro dirigia-se a executivos do setor hoteleiro que pretendiam contactar com realidades de outros países. Está redigido em quatro línguas românicas – espanhol, francês, italiano e português – dando conta da realidade do setor hoteleiro na área geográfica abrangida por cada uma dessas línguas: o primeiro capítulo é redigido em espanhol e retrata o setor em Espanha; o segundo em francês aborda a realidade em França; o terceiro, em Itália e o quarto, em Portugal. Os capítulos têm todos a mesma estrutura: no início, apresentam

¹ Não pretendendo fazer uma lista exaustiva, limitámos a nossa pesquisa aos manuais publicados em Portugal nos últimos anos.

textos informativos e explicativos sobre o funcionamento do setor no país em questão (capacidade hoteleira, cadeias de hotéis e profissões do setor); segue-se uma lista terminológica do vocabulário a reter; e, finalmente, são apresentados documentos que podem ser encontrados em hotéis, acompanhados de uma lista do vocabulário importante nas quatro línguas de referência. Os capítulos seguintes abordam outras questões do ponto de vista linguístico: o quinto capítulo trata da conjugação verbal, contendo quadros dos principais verbos conjugados nos tempos e modos verbais de cada língua românica; o sexto apresenta uma breve explicação dos sons de cada língua; e o sétimo, uma sistematização do vocabulário importante de cada língua românica. Privilegiando a compreensão dos recursos linguísticos e dos aspetos socioculturais de cada uma das línguas abordadas, o objetivo deste livro é apoiar executivos nos seus contactos com outras realidades do setor da hotelaria, e não uma aprendizagem formal e consistente de cada uma destas línguas.

Mais recentemente foi publicado, em Itália, o livro *Terminologias do turismo. Instrumentos para a formação especializada em língua portuguesa* (Ferreira, 2013), que, contrariamente ao livro anterior, já tem a inovação de conceber o ensino do português enquadrado no ensino da língua para fins específicos. Apesar de reconhecer que muitos defendem o estudo desta através dos conteúdos pragmático-discursivos, a autora opta pela corrente que privilegia a terminologia como meio para aceder ao estudo da linguagem especializada. Assim sendo, este livro é composto por uma antologia de textos de ordem diversa (científicos, literários ou oriundos dos *media*), acompanhados por listas terminológicas bilingues português-italiano, com o objetivo de abranger vários domínios da indústria do turismo. A primeira parte, “Aspetos histórico-culturais”, apresenta textos e terminologia técnica sobre: Território, Património histórico e arqueológico, Património arquitetónico e urbanístico e Artes decorativas; a segunda parte, intitulada “Áreas estratégicas do turismo,” trata da Gastronomia, Restauração e hotelaria, Transportes e Serviços, documentação e regulamentação; finalmente, a terceira parte é composta por um glossário geral da terminologia hoteleira tanto em português como em italiano. Publicado com a chancela da Sapienza Università di Roma e fruto de uma experiência de vários anos no ensino da linguagem especializada, o livro tem um carácter complementar à aula de língua, sendo um instrumento que o aluno poderá utilizar de maneira autónoma para aumentar o seu *input* linguístico (Ferreira, 2013).

Em conclusão, nenhum destes dois livros apresenta uma metodologia de trabalho que preconiza o ensino da língua a longo termo, não existe uma noção de progressão, nem a sugestão de exercícios, atividades ou tarefas que

o professor possa utilizar na sala de aula. São documentos que preconizam um ensino modular, concebidos para o trabalho autónomo do aluno e baseados no acesso à língua estrangeira pelo estudo da terminologia específica deste setor profissional, e não segundo uma perspetiva pragmática que privilegie conteúdos pragmático-discursivos, que cremos serem fundamentais em hotelaria.

Consideramos, portanto, que existe uma lacuna a respeito dos materiais existentes para o ensino da linguagem especializada da área do turismo, em particular do setor da hotelaria. Esta lacuna estende-se ao campo de investigação, uma vez que escasseiam reflexões teóricas sobre as práticas discursivas deste setor de atividade, bem como propostas didáticas que ajudem os professores a desenvolverem nos alunos não nativos uma competência comunicativa proficiente. Por estas razões, decidimos criar o nosso próprio *corpus* com o objetivo de compreender o funcionamento deste setor, a sua lógica profissional e as suas práticas linguísticas. Este *corpus*, que apresentaremos no ponto seguinte, serve de suporte para a criação de estratégias adequadas para o ensino do português da hotelaria a alunos não nativos.

2.3 – *Corpus de português da hotelaria*

O nosso estudo sobre o setor da hotelaria tem como base a profissão de rececionista de hotel, sendo nosso objetivo descrever as práticas linguísticas deste profissional no contacto direto e em face a face com o cliente. Para tal, constituímos um *corpus* entre agosto de 2014 e abril de 2015, que é composto por três partes. A primeira corresponde a entrevistas semi-diretivas realizadas a dois públicos distintos: oito rececionistas dos distritos de Lisboa e do Porto em hotéis de três, quatro e cinco estrelas; e entrevistas a quatro outros profissionais da hotelaria: um diretor de hotel, um chefe de receção, uma responsável do departamento comercial e um professor de uma escola superior de hotelaria em Portugal. A segunda parte é composta por trinta e sete diálogos reais gravados em cinco hotéis de três e quatro estrelas dos distritos de Lisboa e do Porto. Finalmente, a terceira parte é composta por um questionário na internet preenchido por noventa e cinco rececionistas de quase todas as categorias de hotel e distritos do país¹.

A partir do nosso *corpus*, pudemos definir com precisão a lógica profissional do setor da hotelaria, por um lado, e as suas particularidades linguísticas por outro. No que diz respeito à lógica profissional, concluímos

² Apenas quatro distritos portugueses não contaram com nenhum participante no questionário : Açores, Bragança, Setúbal e Viana do Castelo.

que o ramo hoteleiro se baseia numa atividade comercial que implica a troca de um produto, neste caso um quarto que proporcione conforto e bem-estar, por dinheiro. O contacto entre o vendedor e o comprador, o hotel e o cliente respetivamente, é direto e permanente. Todos os profissionais trabalham no sentido de o satisfazer para que este regresse no futuro, o atendimento ao cliente constitui, portanto, um elemento diferenciador entre os hotéis. A hotelaria é ainda marcada pela grande heterogeneidade do público, a diferentes níveis: origem, idade, género, ou ainda razões da estada. O profissional deverá ser sensível a estas diferenças para poder estar apto a receber todo o tipo de clientes. Em conclusão, trata-se de um setor extremamente competitivo, com novos hotéis e produtos a nascerem todos os dias, com uma clientela cada vez mais exigente e conhecedora dos seus direitos.

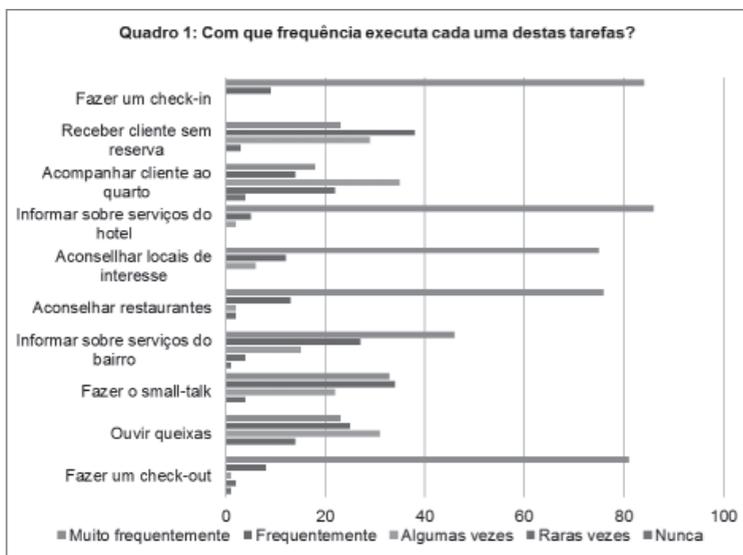
No que diz respeito à linguagem especializada da hotelaria, esta é marcada pelo seu carácter fortemente mecanizado. No decorrer das suas funções, os rececionistas devem realizar um conjunto de procedimentos que se tornam bastante repetitivos, por exemplo, no *check-in*, devem solicitar o nome ou o número da reserva, pedir o documento de identificação, indicar o número do quarto, entregar a chave, e indicar a hora e a localização do pequeno-almoço. Estes procedimentos são acompanhados pela verbalização dos mesmos atos de fala e muitas vezes até com os mesmos enunciados. Por exemplo, o ato de pedir o documento de identificação do cliente é realizado em 90% do nosso *corpus* exatamente com o mesmo enunciado: *Vamos só precisar de um documento de identificação, por favor*.

Este género discursivo é determinado pelo Princípio de Cortesia, na medida em que a formulação dos enunciados é ditada pela necessidade de não ofender a face do alocutário e de, assim, manter uma relação afável entre os interlocutores (Leech, 1983). É por esta razão que existem muitos atos de fala indiretos, como o enunciado que acabámos de referir em que o rececionista prefere ocultar a explicitação da tarefa a realizar pelo cliente e passá-la como uma necessidade pessoal do locutor, o que faz com que o pedido seja bastante mais cortês, pois não invade o território do alocutário. Esta indireção é acentuada pelos atenuadores *só* e *por favor* que diminuem a carga exortativa do ato diretivo. Assim, indireção, atenuadores e intensificadores são bastante frequentes no nosso *corpus*, tanto em atos diretivos, como compromissivos, expressivos ou assertivos. Trata-se, portanto, de uma linguagem bastante cuidada, cortês, respeitadora e até por vezes elegante, com o objetivo de demonstrar respeito, delicadeza e disponibilidade para com o cliente.

O vocabulário apresenta-se pouco técnico, de facto, como os rececionistas falam com o público em geral, são poucos os termos específicos de hotelaria utilizados no contacto com o cliente. Este é marcado pela influência de terminologias oriundas de outras disciplinas ou áreas profissionais (cf. 2.1.), tais

como as vendas, o *marketing*, a história de arte, a geografia ou a gastronomia. Em suma, este género discursivo apresenta situações de comunicação em contexto formal, em que o grau de formalidade depende não só do grau de familiaridade existente entre os interlocutores, mas também da categoria do hotel. Se, por um lado, o rececionista tende a estabelecer uma relação mais próxima quando se trata de um cliente habitual, por outro, a formalidade aumenta em hotéis de categoria mais elevada, como os hotéis de cinco estrelas.

Tendo como objetivo a realização de pistas didáticas que guiem professores de português a futuros profissionais da hotelaria, o nosso *corpus* também nos permitiu identificar as principais tarefas discursivas de que os aprendentes necessitarão para trabalhar. No questionário realizado na internet, a pergunta número um interrogava os participantes sobre a frequência com que realizavam cada uma das tarefas a seguir indicadas:



Concluimos que existem quatro tarefas que a maior parte dos rececionistas afirmam realizar muito frequentemente: fazer um *check-in*, informar sobre serviços do hotel, aconselhar locais de interesse e restaurantes, e fazer um *check-out*. Decidimos, então, criar propostas didáticas para a primeira destas tarefas, o *check-in*, que oitenta e quatro profissionais consideram realizar “muito frequentemente” e oito “frequentemente”³. Com o objetivo de dotar

³ As respostas de dois participantes não foram contabilizadas nesta pergunta, por terem afirmado que já não exercem funções de rececionistas de hotel.

os alunos de uma competência comunicativa alargada, optámos também por criar propostas para uma variante do *check-in*, o *walk-in* - termo técnico usado em hotelaria para designar clientes que chegam ao hotel sem reserva. Segundo o quadro 1, esta tarefa é menos frequente, contando apenas com vinte e três participantes que dizem realizá-la “muito frequentemente” e trinta e oito que preferiram a opção “frequentemente”⁴.

3 – PROPOSTAS DIDÁTICAS

Iremos apresentar em seguida algumas propostas didáticas sobre a tarefa discursiva de *check-in* e a sua variante *walk-in*. A primeira tarefa é trabalhada no bloco A e a segunda no bloco B, ambos apresentados no final do presente texto (cf. apêndice A). Estas propostas têm em conta o ensino da língua portuguesa a estudantes de licenciaturas de turismo e/ou hotelaria em universidades francesas que pretendam atingir o nível A2 do QECR. Visam o desenvolvimento da competência comunicativa oral, a nível da compreensão, produção e interação oral em contexto formal. Serão abordados conteúdos de ordem discursiva, morfossintática, lexical e cultural, explicitados no quadro 2.

Discursivos	Morfossintáticos	Lexicais	Culturais
<p>Atos de fala :</p> <ul style="list-style-type: none"> -saudar; -desejar as boas-vindas; -pedir um documento de identificação e cartão de crédito; -solicitar o preenchimento da ficha de registo; -indicar o número do quarto; -entregar a chave do quarto; -indicar o horário e a localização do pequeno-almoço; -despedir-se; -apresentar-se disponível para outras questões ou pedidos. <p>Fórmulas de cortesia:</p> <ul style="list-style-type: none"> -atenuadores (<i>só, por favor</i>); -intensificadores (<i>muito</i>, advérbios de modo). <p>Formas de tratamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Futuro perifrástico - Presente do conjuntivo - Advérbios de tempo - Preposições de tempo e de lugar - Numerais cardinais e ordinais 	<ul style="list-style-type: none"> -Os dados pessoais (<i>nome, apelido, assinatura, rubrica</i>) -Os documentos pessoais (<i>cartão do cidadão, passaporte, cartão de crédito</i>) -A descrição do quarto (<i>chave, cama individual / de casal</i>) -As horas -A casa 	<ul style="list-style-type: none"> -Rituais de saudação -Horários das refeições

Quadro 2: Conteúdos

⁴ Vinte e nove participantes assinalaram “algumas vezes” e apenas três “raras vezes”.

Apesar de as propostas englobarem os quatro tipos de conteúdos, elas privilegiam o treino de conteúdos discursivos, por acharmos serem os mais relevantes nas práticas discursivas da linguagem hoteleira (cf. 2.3). Tal como Duarte (2015), consideramos que o estudo das marcas linguístico-pragmáticas típicas da comunicação oral imediata pode ser realizado a partir de níveis iniciais.

A realização destas propostas teve um grande entrave inicial, o de encontrar documentos autênticos orais reais em língua portuguesa norma de Portugal que apresentassem uma situação de *check-in* e/ou *walk-in*. Foi por essa razão que tivemos de recorrer a outro tipo de documentos que tentassem aproximar-se o mais possível desta realidade. O trabalho sobre o *check-in* parte de um documento audiovisual fabricado na norma do Brasil, razão pela qual sugerimos uma breve explicitação dos recursos linguísticos apresentados que são diferentes na norma de Portugal⁵. O trabalho do *walk-in* inicia-se com um excerto de uma obra literária. Sugerimos que o professor limite o trabalho sobre este documento apenas para retirar dele aspetos de ordem técnica relevantes para a hotelaria e não uma análise de ordem literária que não corresponde ao perfil destes alunos, nem se coaduna com as suas necessidades comunicativas.

Após a apresentação do documento inicial, sugerimos a realização de exercícios que visem a compreensão global do mesmo. Nesse sentido, o excerto literário do bloco B é seguido por dois exercícios que ajudam o aluno a entrar no texto e a compreender o seu contexto. O exercício 2 contém um conjunto de frases descrevendo ações realizadas pelos dois protagonistas (o cliente e o gerente do hotel), é solicitado ao aluno que as coloque por ordem em função da sequência de acontecimentos no texto. O exercício 3 pede-lhe que identifique as características principais deste hotel: a categoria do hotel, a sua localização e os serviços que disponibiliza. Além de ajudar à compreensão do texto, o último exercício permite ainda uma introdução à terminologia usada no setor da hotelaria.

Numa fase posterior, são propostos exercícios que desenvolvem uma compreensão mais detalhada do texto. Um exemplo é o exercício 3 do bloco A, que contém a transcrição do diálogo do documento oral com espaços em branco que o aluno deve completar em função do que ouvir. Este exercício focaliza a atenção para os mecanismos linguístico-pragmáticos utilizados na interação entre o profissional e o cliente, funcionando como ponto de partida para o estudo dos recursos linguísticos próprios desta língua especializada, desenvolvido na etapa seguinte.

⁵ Sem pretender fazer uma lista exaustiva, estes resumem-se sobretudo a questões sintáticas, me desculpe em vez de desculpe-me, e lexicais: apartamento em vez de quarto, ficha de registo em vez de ficha de registo.

Segue-se, então, um trabalho de reflexão sobre a língua. O aprendente é solicitado a observar o funcionamento de alguns mecanismos linguísticos presentes no documento inicial, através de exercícios de identificação e de conceptualização. No exercício 6 do bloco B, ele deve detetar os enunciados utilizados pelo profissional para cada um dos atos de fala indicados. O exercício 4 do bloco A pede-lhe que construa frases a partir das palavras dadas, sendo que cada frase corresponde ao enunciado proferido pelo rececionista para a realização de atos de fala da tarefa discursiva de fazer *check-in* (dar as boas-vindas, propor ajuda, conferir a reserva, confirmar a reserva, e solicitar o preenchimento da ficha de registo). Nestes dois exercícios, pretende-se que o aluno consiga identificar não só os enunciados utilizados para a expressão de cada ato de fala, mas também refletir sobre os recursos linguísticos a que o profissional recorreu para os formular.

Com o objetivo de sistematizar estes conhecimentos, são apresentados exercícios que apelam à repetição de certos enunciados, com o objetivo de o aluno ir podendo apropriar-se dos mesmos. O exercício 7 do bloco A contém cinco imagens com diferentes tipos de público (uma família, um grupo de amigas, um executivo, um casal de meia-idade e uma senhora idosa), solicita-se que o discente reproduza o enunciado “Seja bem-vindo” para cada um deles, necessitando de fazer as devidas adaptações. O exercício 7 do bloco B propõe uma estratégia semelhante. Neste caso, são apresentados cinco pedidos do cliente em forma de pergunta, aos quais o aluno deve responder com o enunciado “Mostro-lhe já”, adaptando o verbo a cada pedido. Estes dois exercícios tratam de dois atos de fala bastante frequentes em hotelaria: desejar as boas-vindas e confirmar a realização de um pedido do cliente.

Numa fase final, são propostos exercícios que visam o treino das competências adquiridas nos exercícios anteriores, através de propostas que desenvolvem a interação oral. Um exemplo é o exercício 9 do bloco A, em que cada grupo de alunos vai simular um *check-in* com cada um dos cinco tipos de clientes apresentados no exercício 7.

Partindo de um documento inicial que fornece ao aluno *input* linguístico importante, os exercícios propõem um caminho metodológico que o leva paulatinamente a apropriar-se das estruturas linguísticas específicas desta linguagem especializada. Acreditamos que possam contribuir para a formação de futuros profissionais proficientes em língua portuguesa no contexto hoteleiro, independentemente dos países onde exercerão as suas funções.

4 – CONCLUSÃO

O QECR contempla o ensino da língua num âmbito profissional. No entanto, dá poucas orientações nesse sentido. O ensino da linguagem especializada preconiza um trabalho prévio da parte do professor, no sentido

de se aproximar o mais possível da área profissional em que os discentes farão uso da língua. Esse conhecimento dá-lhe instrumentos para se adaptar às necessidades dos alunos e, assim, definir metodologias de trabalho e elaborar exercícios didáticos que se coadunem com as suas necessidades comunicativas.

Neste artigo, tentámos propor um exemplo desse mesmo trabalho a realizar pelo professor, tomando como exemplo o setor da hotelaria. Pretendemos dar voz a um campo metodológico que ainda se está a desenvolver na língua portuguesa e que acreditamos ser de extrema importância no ensino das línguas estrangeiras atualmente.

Referências bibliográficas

Cabré, M. T., & Gómez de Enterría, J. (2006). *La enseñanza de los lenguajes de especialidad. La simulación global*. Madrid: Gredos.

Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica*, (19), 9-32.

Cascalho, M., Carvalho, V., & Malcata, H. (1997). *Hosteleria : Hôtellerie : Settore alberghiero : Hotelaria*. Lisboa: LIDEL.

Dias, A. C., & Sousa, R. B. de. (2016). *Estratégias 1 - Método de Português no Domínio Empresarial*. Lisboa: LIDEL.

Duarte, I. M. (2015). Textos orais: análise da conversa informal e ensino do Português Língua Estrangeira. *TODAS AS LETRAS Y*, 17(1), 56-72.

Ferreira, P. P. (2013). *Terminologias do turismo. Instrumentos para a formação especializada em língua portuguesa*. Roma: Edizioni Nuova Cultura.

Khiati, A. (2014). *Mémento du tourisme*. Paris: Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'artisanat du commerce et du tourisme.

Khiati, A. (2015). *Mémento du tourisme*. Paris: Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'artisanat du commerce et du tourisme.

Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.

Malcata, H. (2015). *Português Jurídico para alunos de PLE*. Lisboa: LIDEL.

Mourlhon-Dallies, F. (2008). *Enseigner une langue à des fins professionnelles*. Paris: Didier.

Neves, M. (2016). *Português Empresarial 1 – Exercícios práticos*. Lisboa: LIDEL.

Richer, J.-J. (2008). Le français sur objectifs spécifiques (FOS) : une didactique spécialisée. *Synergies Chine*, (3), 15-30.

Saramago, J. (1995). *O ano da morte de Ricardo Reis*. Lisboa: Caminho.

Swales, J. (1990). *Genre Analysis - English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Van der Yeught, M. (2014). Développer les langues de spécialité dans le secteur LANSAD – Scénarios possibles et parcours recommandé pour contribuer à la professionnalisation des formations. *Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité. Cahiers de l'Apliu*, XXXIII(1), 12-32.

APÊNDICE A

BLOCO A: Fazer *check-in* a um cliente com reserva

1. Ver o documento “*Check-in*”. (cf. apêndice B)
2. Indicar se as afirmações são verdadeiras ou falsas e corrigir as falsas.

a) O rececionista deve ser cortês, educado e respeitador com os clientes.	
b) O atendimento ao cliente deve cumprir apenas os mínimos de qualidade: a boa educação.	
c) O rececionista deve usar expressões como <i>Olá! Oi! Tchau!</i> para cumprimentar os clientes.	
d) Ele também deve usar palavras corteses como: <i>Obrigado. Com licença. Desculpe. Por favor.</i>	
e) Neste vídeo, o rececionista está a falar ao telefone com um cliente quando chega outro cliente à receção.	
f) O rececionista termina o telefonema e só depois é que fala com o cliente que está na receção.	
g) O cliente que está na receção já reservou o quarto previamente.	
h) O cliente que está na receção quer fazer <i>check-out</i> rapidamente, pois ainda tem uma viagem muito desgastante pela frente.	

3. Ouvir o diálogo e completar os espaços vazios.

Rececionista (ao telefone) Senhor Ricardo, a sua reserva foi feita,

 (ao cliente na receção) Seja bem-vindo! Aguarde um momento, que eu já vou atendê-lo.
 (ao telefone) Aguardamos o senhor amanhã cedo, Senhor Ricardo. Tenha uma boa viagem. (desliga o telefone)
 (ao cliente na receção) Me desculpe, _____?

Cliente _____.
 Meu nome é José Carlos Santana.

Rececionista Um momento que eu vou conferir (vai ao computador). A sua reserva foi feita, senhor José Carlos. Um apartamento simples. Queira preencher a ficha de registro, fazendo favor. (ele dá a ficha ao cliente)

Cliente _____, a viagem foi muito desgastante.

Rececionista _____ Reservámos para o senhor um apartamento no último andar, voltado para os fundos. Assim, o senhor não será incomodado com o barulho da rua.

Cliente Muito obrigado, _____.
 (o cliente preenche a ficha)

4. Pôr as seguintes palavras por ordem.

bem-vindo / seja

_____!

ajudá-lo / em que / posso

_____?

conferir/ eu vou / que /um momento

_____.

reserva / feita / a / sua / foi

_____.

fazendo / preencher / queira / a ficha de registro / favor

_____.

5. Fazer corresponder as palavras da esquerda às situações em que podem ser usadas na coluna da direita :

Obrigado	Pedir o passaporte ao cliente
Com licença	No fim de uma conversa
Desculpe	Receber o cartão de crédito do cliente
Por favor	Rececionista que demorou muito tempo a verificar a informação no computador

6. Imaginar quatro diálogos com as palavras e as situações do exercício anterior e fazer a simulação com o seu colega.

7. “Seja bem-vindo!” Dizer a mesma frase para cada um dos clientes abaixo⁶.



8. Proceder da mesma maneira, mas agora com a frase “Reservámos para o senhor um quarto no último andar”.

9. Dividir a turma em cinco grupos, cada grupo vai simular um *check-in* com um dos clientes do exercício anterior.

BLOCO B: Fazer check-in a um cliente sem reserva (walk-in)

1. Ler o texto⁷:

A porta do hotel, ao ser empurrada, fez ressoar um besouro eléctrico, em tempos teria havido uma sineta, derlim derlim, mas há sempre que contar com o progresso e as suas melhorias. Havia um lanço de escada empinado, e sobre o arranque do corrimão, em baixo, uma figura de ferro fundido levantava no braço direito um globo de vidro, representando, a figura, um pajem em traje de corte, se a expressão ganha com a repetição alguma coisa, se não é pleonástica, pois ninguém se lembra de ter visto pajem que não estivesse em traje de corte, para isso é que são pajens, mais explicativo seria ter dito, Um pajem trajado de pajem, pelo talhe das roupas, modelo italiano, renascença. O viajante trepou os interminos degraus, parecia incrível ter de subir tanto para alcançar um primeiro andar, é a ascensão do Everest, proeza ainda sonho e utopia de montanheiros, o que lhe valeu foi ter aparecido no alto um homem de bigodes com uma palavra animadora, upa, não a diz, mas assim pode ser traduzido o seu modo de olhar e debruçar-se do alcandorado patamar, a indagar que bons ventos e maus tempos trouxeram este hóspede, Boas tardes, senhor, Boas tardes, não chega o fôlego para mais, o homem de bigodes sorri compreensivamente, Um quarto, e o sorriso agora é de quem pede desculpa, não há quartos neste andar, aqui é a recepção, a sala de jantar, a sala de estar, lá para dentro cozinha e copa, os quartos ficam em cima,

⁶ <http://www.luizmotivador.com/materia/familia/16177/A+import%C3%A2ncia+da+Fam%C3%AADlia!>
<https://planningmytravels.wordpress.com/tag/turista-em-paris/>
<https://room4d.wordpress.com/2009/10/20/10-coisas-para-aplicar-hoje-e-ser-um-executivo-melhor/>
<http://www.strutureproducoes.com.br/categorias/casamento/page/4/>

⁷ Agradecemos o conselho da Professora Isabel Margarida Duarte em trabalhar com este livro.

por isso vamos ter de subir ao segundo andar, este aqui não serve porque é pequeno e sombrio, este também não porque a janela dá para as traseiras, estes estão ocupados, Gostava era de um quarto de onde pudesse ver o rio, Ah, muito bem, então vai gostar do duzentos e um, ficou livre esta manhã, mostro-lho já.

A porta ficava ao fim do corredor, tinha uma chapazinha esmaltada, números pretos sobre fundo branco, não fosse isto um recatado quarto de hotel, sem luxos, fosse duzentos e dois o número da porta, e já o hóspede poderia chamar-se Jacinto e ser dono duma quinta em Tormes, não seriam estes episódios de Rua do Alecrim mas de Campos Elísios, à direita de quem sobe, como o Hotel Bragança, e só nisso é que se parecem. O viajante gostou do quarto, ou quartos, para sermos mais rigorosos, porque eram dois, ligados por um amplo vão, em arco, ali o lugar de dormir, alcova se lhe chamaria noutros tempos, deste lado o lugar de estar, no conjunto um aposento como uma casa de habitação, com a sua escura mobília de mogno polido, os reposteiros nas janelas, a luz velada. O viajante ouviu o rangido áspero de um eléctrico que subia a rua, tinha razão o motorista. Então pareceu-lhe que passara muito tempo desde que deixara o táxi, se ainda lá estaria, e interiormente sorriu do seu medo de ser roubado, Gosta do quarto, perguntou o gerente, com voz e autoridade de quem o é, mas blandicioso como compete ao negócio de alugador, Gosto, fico com ele, E vai ser por quantos dias, Ainda não sei, depende de alguns assuntos que tenho de resolver, do tempo que demorem. É o diálogo corrente, conversa sempre igual em casos assim, mas neste de agora há um elemento de falsidade, porquanto o viajante não tem assuntos a tratar em Lisboa, nenhum assunto que tal nome mereça, disse uma mentira, ele que um dia afirmou detestar a inexactidão.

Desceram ao primeiro andar, e o gerente chamou um empregado, moço dos recados e homem dos carregos, que fosse buscar a bagagem deste senhor, O táxi está à espera defronte do café, e o viajante desceu com ele, para pagar a corrida, ainda se usa hoje esta linguagem de cocheiro e sota, e verificar que nada lhe faltava, desconfiança mal encaminhada, juízo imerecido, que o motorista é pessoa honesta e só quer que lhe paguem o que o contador marca, mais a gorjeta do costume. Não vai ter a sorte do bagageiro, não haverá outras distribuições de pepitas, porque entretanto trocou o viajante na recepção algum do seu dinheiro inglês, não que a generosidade nos canse, mas uma vez não são vezes, e ostentação é insulto aos pobres. A mala pesa muito mais do que o meu dinheiro, e quando ela alcança o patamar, o gerente, que ali estava esperando e vigilando o transporte, fez um movimento de ajuda, a mão por baixo, gesto simbólico como o lançamento duma primeira pedra, que a carga vinha subindo toda às costas do moço, só moço de profissão, não de idade, que essa já carrega, carregando ele a mala e

pensando dela aquelas primeiras palavras, de um lado e do outro amparado pelos escusados auxílios, o segundo, igualzinho, dava-lho o hóspede, dorido da força que via fazer. Já lá vai a caminho do segundo andar, É o duzentos e um, ó Pimenta, desta vez o Pimenta está com sorte, não tem de ir aos andares altos, e enquanto ele sobe tornou o hóspede a entrar na recepção, um pouco ofegante do esforço, pega na caneta, e escreve no livro das entradas, a respeito de si mesmo, o que é necessário para que fique a saber-se quem diz ser, na quadrícula do riscado e pautado da página, nome Ricardo Reis, idade quarenta e oito anos, natural do Porto, estado civil solteiro, profissão médico, última residência Rio de Janeiro, Brasil, donde procede, viajou pelo Highland Brigade parece o princípio duma confissão, duma autobiografia íntima, tudo o que é oculto se contém nesta linha manuscrita, agora o problema é descobrir o resto, apenas. E o gerente, que estivera de pescoço torcido para seguir o encadeamento das letras e decifrar-lhes, acto contínuo, o sentido, pensa que ficou a saber isto e aquilo, e diz, Senhor doutor, não chega a ser vénia, é um selo, o reconhecimento de um direito, de um mérito, de uma qualidade, o que requer uma imediata retribuição, mesmo não escrita, O meu nome é Salvador, sou o responsável do hotel, o gerente, precisando o senhor doutor de qualquer coisa, só tem que me dizer, A que horas se serve o jantar, O jantar é às oito, senhor doutor, espero que a nossa cozinha lhe dê satisfação, temos também pratos franceses. O doutor Ricardo Reis admitiu com um aceno de cabeça a sua própria esperança, pegou na gabardina e no chapéu, que pousara numa cadeira, e retirou-se.

Saramago, José (1995). *O ano da morte de Ricardo Reis*. Lisboa: Caminho, pp. 18-21.

2. Pôr por ordem as frases, seguindo a ordem dos acontecimentos no texto.
- a) O gerente responde só haver quartos no segundo andar e sobem juntos para o piso superior.
 - b) O gerente recebe o hóspede e este pede-lhe um quarto.
 - c) O cliente preenche uma folha com os seus dados pessoais.
 - d) O cliente paga o táxi e o bagageiro leva a bagagem para o quarto.
 - e) O cliente solicita o horário do jantar e, em seguida, vai para o quarto.
 - f) O cliente vê o quarto e aceita ficar com ele.
 - g) O gerente pergunta quantas noites o cliente fica.
 - h) O cliente entra no hotel e sobe até ao primeiro andar, onde se encontra a recepção.
 - i) O gerente identifica-se e apresenta-se disponível para o que o cliente precisar.
 - j) Voltam à recepção e o gerente chama o bagageiro para ir buscar as malas do cliente ao táxi.

3. Assinalar as opções que melhor correspondem a este hotel.

- a) categoria: 2 estrelas / 3 estrelas / 4 estrelas / 5 estrelas
b) localização: zona urbana / zona rural
c) serviços disponíveis: *transfert* / restaurante / cabeleireiro / ginásio

4. Assinalar os profissionais da hotelaria presentes no texto.

- o trintanário o bagageiro o *concierge* o rececionista
o chefe de receção a governanta o diretor de hotel o relações públicas

5. Preencher a ficha de registo deste cliente.

<u>Ficha de registo</u>	
Nome próprio:	_____
Apelido:	_____
Nacionalidade:	_____
Idade:	_____
Morada:	_____
Pedidos especiais:	_____

6. Escrever as frases utilizadas pelo gerente para cada uma das seguintes intenções de comunicação.

Intenção de comunicação do gerente	Fala do gerente
Saudar o cliente.	
Responder a pedido de quartos disponíveis.	
Apresentar os quartos existentes no segundo piso.	
Responder ao pedido de cliente sobre quarto com vista para o rio.	
Perguntar se o cliente está satisfeito com o quarto.	
Perguntar o número de noites da reserva.	
Apresentar-se disponível para qualquer pedido do cliente.	
Informar sobre horários e tipo de comida do restaurante.	

7. Responder às seguintes perguntas como no exemplo seguinte.

Ex. Pode mostrar-me um quarto com vista para o rio? Mostro-lhe já.

- a) Pode dar-me um mapa da cidade?
b) Pode escrever a morada do restaurante num papel?
c) Pode chamar um táxi?

- d) Pode explicar-me onde fica o supermercado?
- e) Pode dizer-me a que horas é o autocarro para o aeroporto?

8. “Precisando o senhor doutor de qualquer coisa, só tem que me dizer.”
Imaginar outras necessidades do cliente e construir essas frases.

9. Imaginar frases iniciadas por “espero que” para cada um dos contextos seguintes.

- a) o cliente vai descansar de uma viagem muito longa
- b) o cliente vai ao teatro com a esposa
- c) o cliente não encontra a carteira dele
- d) o cliente está com dores de cabeça

10. Adaptar para o século XXI a situação de *walk-in* presente no texto e simulá-lo oralmente com o seu colega.

APÊNDICE B

Transcrição do documento “*Check-in*” (documento audiovisual de 2’50 minutos⁸)

O funcionário da recepção precisa desenvolver hábitos de cordialidade, educação e respeito para com seus superiores, colegas e clientes. Deve saber trabalhar em equipe e buscar sempre atualização na sua área profissional. Deve oferecer ao hóspede um atendimento caloroso, hospitaleiro e cortês, sempre sorrir, dizer palavras agradáveis e demonstrar disposição de fazer o melhor pelo cliente. É importante cumprimentar o cliente, desejando-lhe *bom dia*, *boa tarde* ou *boa noite* e usar palavras corteses como *obrigado*, *com licença*, *desculpe* e *por favor*.

O rececionista representa o hotel perante o cliente em primeira mão, por isso, sua postura é constantemente observada, seu comportamento deve ser exemplar em todas as situações para que o hóspede tenha a melhor impressão possível do hotel. Vamos ver como age um bom profissional.

Rececionista: - (ao telefone) Senhor Ricardo, a sua reserva foi feita, aguarde um momento.
(ao cliente na recepção) Seja bem-vindo! Aguarde um momento que eu já vou atendê-lo.

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=RbpaBMdu6PI>

- (ao telefone) Aguardamos o senhor amanhã cedo, Senhor Ricardo. Tenha uma boa viagem. (desliga o telefone)
- (ao cliente na receção) Me desculpe, em que posso ajudá-lo?
- Cliente -Eu tenho uma reserva para hoje, meu nome é José Carlos Santana.
- Rececionista -Um momento que eu vou conferir. A sua reserva foi feita, senhor José Carlos. Um apartamento simples. Queira preencher a ficha de registro, fazendo favor.
- Cliente -Sabe, estou muito cansado, a viagem foi muito desgastante.
- Rececionista -Não se preocupe. Reservámos para o senhor um apartamento no último andar, voltado para os fundos. Assim, o senhor não será incomodado com o barulho da rua.
- Cliente -Muito obrigado, foi muita gentileza de sua parte.

