Texte I

OFFRE RÉSERVÉE AUX LECTEURS

le nouvel Observateur
Paris-Ile-de-France

Bahia-Brésil

OFFRE EXCLUSIVE

500 PLACES DISPONIBLES DU 10 AVRIL AU 15 JUILLET 2001

► Température annuelle moyenne constante : 26°

► Visites et excursions sur mesure à chaque départ

6500F*

6 JOURS/4 NUITS

Un séjour rare où plage et culture sont liées : découvrez Bahia, capitale culturelle du Brésil, chef d'oeuvre de l'Art Baroque du XVIIe et profitez des longues plages bordées de cocotiers dans une *Pousada* de *Costa do Sauipe*. Vous êtes ici au coeur des racines du Brésil : *Bossa Nova* et *Cinema Novo*, *Macumba* et *Capoeira*, Jorge Amado...

* Comprenant : les vols Paris / Salvador / Paris, 4 nuits aux *Pousadas* de *Costa do Sauipe*, les petits déjeuners, les transferts aéroport / hôtel aller / retour. Hors taxes internationales d'aéroport : 430 F par personne à régler lors de votre inscription.

TAM
LIGNES AÉRIENNES BRÉSILIENNES

Voyageurs
EN AMÉRIQUE DU SUD

Nos trois spécialistes du Brésil :
Mirtam Quintyn / Carmen Vidal / Milton Reis 01 42 86 17 70
Programme détaillé sur vdm.com

Le Nouvel Observateur, 12 - 18/4/2001

1 En lisant ce texte, on se rend compte qu'il s'agit:

(A) d'un rapport

(B) d'une invitation

(C) d'une publicité

(D) d'une lettre

(E) d'un article de journal

2 Dans l'énoncé "découvrez Bahia (...) et profitez des longues plages bordées de cocotiers (...)", on reconnaît:

(A) un ordre

(B) une suggestion

(C) un refus

(D) une prière

(E) une obligation

3 Selon le texte, Bahia est un endroit:

(A) où se complètent la nature et la culture;

(B) où il n'y a que l'Art Baroque du XVIIe siècle;

(C) où on ne peut aller qu'à la plage;

(D) où se trouve, actuellement, la capitale du Brésil;

(E) où il y a de grandes différences de température.

Texte II

"Le Monde est à tout le monde"

Non, malgré toutes les technologies modernes, la terre n'est pas une "petite planète".

Notre terre, ce vaste Monde qui nous entoure, est un trésor sans fin qui recèle une inépuisable réserve de merveilles. A vous de les découvrir.

Chez FRAM, depuis très longtemps déjà, nous faisons tout pour que chacun puisse participer à cette découverte.

Il y a plus de 50 ans, les vacances et le voyage étaient encore le privilège d´une élite restreinte. FRAM a été le premier à les rendre accessibles au plus grand nombre.

Parce que le voyage est peut-être la clef de l'épanouissement personnel et de la compréhension entre les hommes.

Parce que cette ouverture au Monde est peut-être le plus grand progrès, la plus grande conquête de notre époque.

Alors ouvrons nos yeux, ouvrons nos esprits, ouvrons nos coeurs.

Partons à la rencontre des autres, de leurs pays, de leurs cultures, de leurs différences, de leurs richesses.

Echangeons nos sourires, nos joies, notre amitié.

C'est à vous, à vous tous que FRAM veut offrir le Monde.

FRAM

Votre agent de voyages a des idées.

4 "Le Monde est à tout le monde". Le sens de cette proposition est:

(A) Tout le monde se ressemble.

(B) Le monde est très vaste.

(C) Le monde appartient à tout le monde.

(D) La modernité efface les différences.

(E) Il manque des gens dans le monde.

5 "Malgré toutes les technologies modernes, la terre n'est pas une petite planète." Cette phrase signifie que:

(A) La terre est devenue une grande planète à la suite du développement technologique.

(B) A cause des technologies modernes, la terre n'est plus considérée comme une petite planète.

(C) Comme l'homme a réussi à s'imposer dans le domaine technologique, la terre est une grande planète.

(D) Bien qu'il existe des technologies modernes, la terre reste une grande planète.

(E) Grâce aux technologies modernes, les dimensions de la terre ont raccourci.

6 Dans le deuxième paragraphe l'énoncé "A vous de les découvrir" suggère que:

(A) Les lecteurs de la publicité sont invités à découvrir les richesses de la terre.

(B) Les lecteurs de la publicité n'ont aucune possibilité d'avoir accès aux merveilles de la terre.

(C) Les lecteurs de la publicité auront à se plaindre de leurs découvertes.

(D) Les lecteurs de la publicité n'ont pas envie de visiter de nouveaux pays.

(E) Les lecteurs de la publicité sont obligés de participer au voyage.

7 Selon le texte, voyager c'est:

(A) réussir professionnellement quel que soit le métier choisi;

(B) partir à la découverte d'autres pays et d'autres cultures;

(C) se restreindre à sa propre identité nationale;

(D) affirmer son pouvoir et son prestige;

(E) gagner du temps et de l'argent.

8 En lisant ce texte, on peut conclure que:

(A) la terre n'a aucun trésor inconnu;

(B) de nos jours, le voyage empêche l'épanouissement de l'homme;

(C) la terre devient de moins en moins connue;

(D) les nouvelles technologies nous empêchent de bien connaître le monde;

(E) la mondialisation ne réussit pas à supprimer toutes les différences entre les cultures.

Texte III

Le voyageur de l'aller-retour

Entretien avec Marc Augé

Marc Augé met en lumière le caractère paradoxal de l'activité touristique et s'interroge sur la valeur de ces voyages en matière de rencontre de l'autre et d'échanges culturels.

Le touriste, c'est quelqu'un qui veut sortir de chez soi, mais sans en sortir tout à fait. Il lui faut du différent, mais au fond pas trop. Il veut retrouver une part de ce qu'il connaît, une certaine sécurité, des structures, un confort équivalent à celui qu'il a quitté, mais aussi une certaine étrangeté. Le voyage organisé répond à cette double demande. Il y a un peu de surprise et beaucoup de sécurité. Le voyage est maintenant balisé dans des circuits où tout est prévu, dans tous les sens du terme.

Le déplacement géographique permet un changement de point de vue, et cela peut toujours influencer les manières de penser, être à l'origine d'une prise de conscience. Des rencontres se produisent au sein du groupe de touristes, on y côtoie des gens différents de soi, que l'on n'aurait pas rencontrés s'il n'y avait eu ce voyage. Il y a aussi des contacts avec certains habitants des pays traversés, ne serait-ce que les guides, les employés des hôtels, les personnes liées à l'industrie touristique. Il se peut que quelque chose se passe au travers de ces rencontres imparfaites et fugaces, que le touriste y découvre quelque chose qui va modifier sa façon de penser. Mais la plupart du temps, il ne se passe pas grand-chose, à tel point que l'on peut traverser le pays dogon et continuer à être indifférent à la situation des émigrés que l'on côtoie de retour chez soi.

Le Français dans le Monde nº 309, mars/avril 2000

9

"Le touriste, c'est quelqu'un qui veut sortir de chez soi, mais sans en sortir tout à fait." (ligne 1) Cela veut dire que:

(A) Le touriste oublie toujours son pays natal quand il est à l'étranger.

(B) Le touriste ne se souvient jamais de son pays quand il voyage.

(C) Le touriste se détache très facilement de ses racines.

(D) Le touriste aime reconnaître son pays dans l'espace de l'autre.

(E) Le touriste change toujours de destination lorsqu'il voyage.

10

Selon le texte, le déplacement géographique (ligne 7):

(A) empêche les rencontres;

(B) engendre toujours les préjugés et l'intolérance;

(C) est la conséquence d'un changement de point de vue;

(D) est contraire à toute idée de transformation;

(E) peut favoriser une prise de conscience de soi et de l'autre;

11 D'après le texte, le touriste du voyage organisé cherche, en général:

(A) l'équilibre entre le connu et l'inconnu;

(B) l'étrangeté totale des pays exotiques;

(C) à être très éloigné de son pays natal;

(D) plutôt l'aventure que la sécurité;

(E) la surprise à chaque pas.

12 Dans les textes II et III l'idée de voyage est présentée, respectivement, de façon:

(A) rêveuse et optimiste

(B) neutre et encourageante

(C) négative et amère

(D) superficielle et légère

(E) idéalisée et critique