

Representações culturais nas aulas de língua para fins específicos

Noemí Pérez

Universidade de Aveiro, CLLC, Portugal
npp@ua.pt

Katrin Herget

Universidade de Aveiro, CLLC, Portugal
kherget@ua.pt

Resumo

O ensino de línguas estrangeiras para fins específicos, nomeadamente no âmbito empresarial, deve atualmente focar-se em aspetos que ajudem os alunos a interagirem de maneira adequada em situações comunicativas profissionais. Ser competente interculturalmente é uma das qualidades que as empresas demandam e supõe que o trabalhador possui saberes, atitudes e habilidades que lhe permitem resolver situações críticas que possam aparecer em diversos contextos laborais. Algumas dessas dificuldades estão relacionadas com o desconhecimento e com uma aproximação realizada à cultura estrangeira desde uma perspetiva etnocêntrica. Tendo isto em conta, o nosso estudo tem como finalidade analisar as representações dos alunos da Licenciatura em Línguas e Relações Empresariais da Universidade de Aveiro, relativamente à cultura alemã e à espanhola no âmbito laboral. A análise dos dados obtidos ajudará a fornecer estratégias e recursos aos alunos para poderem ultrapassar dificuldades em contexto laboral.

Palavras-chave: ensino de línguas estrangeiras, contexto empresarial, representações culturais, competência comunicativa intercultural

Abstract

The teaching of foreign languages for specific purposes, especially in the business sector, should focus on aspects that help students to interact appropriately in professional communicative situations. Being interculturally competent is one of the qualities that companies demand from their employees. They are expected to assume attitudes and be equipped with skills that help them to solve critical situations that may

appear in different work contexts. Some of these difficulties are related to the fact that the foreign culture is not sufficiently well known and that the approximation to the foreign culture is made from an ethnocentric perspective. Taking this into account, our study aims to analyze the representations BA students of Languages and Business Relations at the University of Aveiro have regarding German and Spanish culture at the workplace. Analyzing the data will help to provide strategies and resources for students to overcome difficulties at work.

Keywords: teaching of foreign languages, business context, cultural representations, intercultural communicative competence

1 – Introdução

A ideia para este artigo surgiu no âmbito do Projeto “Línguas e Aprendizagens” do Centro de Línguas, Literaturas e Culturas (CLLC) da Universidade de Aveiro, no qual se insere o sub-projeto “Digiculturalidade: aprendizagem de línguas para o contexto empresarial”. Este sub-projeto visa integrar e dar valor à componente cultural nas aulas de língua estrangeira. O público a quem se destina este projeto são alunos da Licenciatura em Línguas e Relações Empresariais que estudam línguas para um âmbito específico como é o contexto empresarial. Pretende-se ir para além do ensino formal valorizando, sobretudo, aspetos culturais das línguas que sejam significativos para uma comunicação e para práticas de comportamento adequadas no âmbito empresarial e de negócios dentro e fora de Portugal. A aquisição de todos estes conhecimentos irá supor a formação de uma competência *digicultural* que irá influir no desenvolvimento da Competência Comunicativa Intercultural por parte dos alunos preparando-os para interagir eficazmente em diferentes contextos comunicativos, sejam eles presenciais ou não. Segundo Leiva, Yuste e Borrero (2012) *digiculturalidade* é entendida como a realização de atividades interculturais através das TIC, dando especial atenção à participação e à cooperação dos alunos e à interatividade.

2 – A representação cultural e o ensino de línguas

O conceito de representação cultural tem a sua origem no de representação social surgido na área da Psicologia Social. Constitui um elemento fundamental de identificação dos indivíduos com determinado grupo (Atienza Merino, 2005, p. 34), sendo “une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d’une réalité commune à un ensemble social”

(Jodelet, 1989 p. 36). As representações são, portanto, fruto das experiências histórico-sociais partilhadas por um grupo de indivíduos pertencentes à mesma comunidade. Segundo Zarate as representações estão ligadas

to the human faculty of knowledge, [that is] is either conscious or subconscious. [...] the human faculty of representation is characterised above all by its receptivity, by the tendency of individuals or groups to be affected by ideas (or feeling or thoughts) that are conveyed and transmitted and which they in turn will reproduce and disseminate. (Zarate, 2004, p. 158)

Os indivíduos utilizam as representações para tentar explicar e dar significado à realidade, sendo descritas pela autora (Zarate, 2004) como atalhos arbitrários de uma realidade complexa, ou seja, processos mentais redutores, simplificadores e generalizadores. Neste processo é a própria cultura a que determina e organiza as perceções, os conhecimentos sobre o mundo, assim como a sua interpretação.

O modo como interpretamos o mundo tem impacto, portanto, na forma como valoramos e nos aproximamos de outras culturas. Essa visão é determinada pela pertença a uma determinada comunidade e pela representação que temos da própria identidade cultural, pelo que as representações do estrangeiro são fruto da própria cultura. A mesma autora ressalta que

les représentations de l'étranger constituent paradoxalement l'une des voies les plus accessibles pour amorcer une réflexion sur le fonctionnement de son identité. Les représentations ne sont pas seulement solidaires de la description de l'espace où elles sont produites, elles s'appliquent également aux communautés extérieures aux groupes qui les produisent. Elles aménagent la relation entre le groupe et l'autre et contribuent à nommer l'étranger selon le système de référence interne au groupe. A l'instar de toutes les autres formes de représentations, les représentations de l'étranger renvoient à l'identité du groupe qui les produit. (Zarate, 1993, p. 30)

O conceito de representação tem sido muito analisado ao longo dos últimos anos na área da Didáctica das Línguas (Moscovici, 1989; Zarate, 1993; Dabène, 1997; Castelletti & Moore, 2002; Simões, 2006; Schmidt & Araújo e Sá, 2006; Bardin, 2016, entre outros), uma vez que o estudo de uma nova língua supõe um processo de confronto de representações culturais e de construção de outras novas (Atienza Merino, 2005). Este processo pode levar a uma mudança nas atitudes perante a cultura-alvo e a uma nova

maneira de a interpretar, como também pode mudar a forma como é vista a própria identidade cultural.

No momento em que os alunos iniciam o estudo numa língua estrangeira, já dispõem de uma série de conhecimentos, crenças, ideias, etc. sobre a cultura-alvo, pelo que conseguem descrever e enumerar uma série de particularidades, tanto positivas como negativas, que caracterizam a cultura estrangeira e a diferenciam da própria. Estas características oferecem informação sobre o tipo de representações que os alunos têm de outros grupos sociais diferentes e são adquiridas na própria socialização através do ensino formal e informal (meios de comunicação, família, amigos, etc.) (Nikitina, 2017).

A bagagem cultural do aluno é, em consequência, um elemento mais no processo de ensino/aprendizagem que é preciso ter em consideração porque as representações que os alunos possuem inicialmente, podem ter um impacto muito grande no sucesso na aprendizagem de uma língua estrangeira. Por um lado, podem motivar os discentes para ter maior vontade de querer conhecer a nova língua e a cultura mas, por outro, podem inibi-los e travar a sua vontade de aprofundar os conhecimentos sobre a mesma. São fundamentais para o processo ensino/aprendizagem devido a que exercem a sua influência sobre a maneira como o aluno se enfrenta ao estudo da língua. Conhecer as suas representações, as suas atitudes ou as suas perceções são também importantes para a criação de materiais que possam ajudar o docente a desenvolver uma prática docente eficaz que

needs to play a leading role in the development of our students' intercultural communicative competence, i.e., combining language skills with the knowledge, skills, and attitudes that help them to become 'intercultural citizens', able to engage in intercultural communication, to think and act critically, and to negotiate the complexities of today's world. (Byram & Wagner, 2018, p. 141)

Não nos podemos esquecer do importante papel que o docente de línguas tem, uma vez que deve preparar o aluno para atuar com sucesso em encontros comunicativos internacionais. Por isso, o conhecimento das culturas que entram em contacto na sala de aula é primordial para evitar reproduzir representações estereotipadas e para abrir o caminho a uma visão mais próxima da realidade. Por este motivo, o docente deve oferecer aos estudantes

multiple perspectives [that] will promote a dynamic view of cultures, and help learners understand that all cultures are continuously influenced by other cultures and cannot be considered in a territorialized way, as being bound to a particular

geographical part of the world or as locked within the boundaries of a particular nation state. (Serçu, 2002, p. 69)

3 – Aprendizagem de línguas para o contexto empresarial

No atual mundo globalizado, as empresas zelam pela formação intercultural dos seus trabalhadores, introduzindo práticas inovadoras que contribuam para o desenvolvimento da competência comunicativa intercultural que tão importante é para responder aos desafios produzidos pela internacionalização das empresas. O surgimento de equipas multinacionais e multiprofissionais exigiu do trabalhador uma série de novas tarefas e competências para responder a essa realidade atual. Estamos, portanto, perante um processo em que estruturas tradicionais de trabalho estão a transformar-se, pelo que os trabalhadores são confrontados com novos desafios que, entre outros aspetos, têm a ver com a necessidade de desenvolver competências a nível da comunicação empresarial intercultural.

Para conseguir este objetivo, muitas empresas hoje em dia contratam coaches que formam os trabalhadores em áreas relacionadas com a mediação de conflitos, o trabalho em equipas multiculturais, a adaptação para a comunicação em diferentes contextos, a psicologia social, a interculturalidade, o protocolo internacional, etc.

Estudos recentes sobre as competências de comunicação intercultural na empresa global (Gómez García, Silveira & Morgado, 2018) revelam um défice na preparação dos alunos do Ensino Superior em relação a esta área, sublinhando uma falta de sensibilidade perante as diferenças culturais, associado a um leque pouco diversificado de habilidades para se poderem integrar em equipas multilingues e multiculturais. Gómez García et al. (2018) realizaram uma investigação sobre a comunicação empresarial intercultural, classificando as competências que os empregadores de diferentes países destacaram pela sua relevância. Através de inquéritos e entrevistas obtiveram dados que permitiram estabelecer quatro grandes categorias (*habilidades, conhecimentos, consciência cultural crítica e atitudes*) e, para cada uma delas, os autores assinalam uma série de sub-competências que os empregadores consideram fundamentais para uma interação comunicativa eficaz com pessoas de diferentes culturas no âmbito empresarial. Segundo os autores do estudo, o trabalho nas aulas deve estar focado no desenvolvimento destas competências através do recurso às novas tecnologias e da prática comunicativa em linha, com o objetivo de tentar simular autênticos contextos de comunicação intercultural no âmbito empresarial. Outros estudos frisam a importância da simulação como uma atividade que pode preparar os

alunos não só para interagirem com pessoas de diferentes culturas por meio da observação e reflexão dos comportamentos próprios e alheios, mas também para desenvolverem as suas capacidades linguísticas (García-Carbonell, Andreu-Andrés & Watts, 2014; Pérez Gutiérrez, 2000). Precisamente, Calvi (2003) considera que as aulas de língua para fins específicos devem focar-se no desenvolvimento da capacidade de observação do aluno “que le permita identificar las diferentes orientaciones culturales y estilos comunicativos que pueden generar malentendidos o casos extremos de choque cultural en las interacciones profesionales” (Calvi, 2003, p. 120).

O que se deve ter presente sempre são as necessidades dos alunos, os objetivos e as especificidades dos contextos comunicativos do âmbito empresarial de modo a que possam ser trabalhadas na sala de aula. O fim último é os alunos desenvolverem as competências que lhes permitam interagir adequadamente e ter sucesso num âmbito laboral global.

4 – Questões de partida e objetivos

Perante este desafio atual, o nosso objetivo é conhecer quais as representações culturais que os alunos dos dois cursos referidos anteriormente têm das culturas-alvo e observar até que ponto estas continuam a persistir depois um ano de estudo no qual o ensino foca em aspetos interculturais no mundo empresarial. As questões de partida da nossa investigação são: (1) Quais as representações que os alunos têm das duas culturas, nomeadamente da alemã e da espanhola? (2) Trata-se de representações positivas ou negativas? (3) Será que as representações culturais dos alunos do 3.º ano são mais aprofundadas e refletidas?

Entre os objetivos que nos propusemos ao longo deste trabalho, encontra-se conhecer quais as representações culturais dos alunos do 2.º e 3.º ano em relação a questões da vida quotidiana (hábitos, costumes, valores, etc.) e a questões da vida profissional (gestão do tempo, estilo e maneira de comunicação, atitude perante o trabalho, etc.). Além disso, queremos observar até que ponto as representações dos alunos do 3.º ano evoluíram após um período de ensino focado especialmente em conteúdos relacionados com aspetos interculturais no contexto empresarial que contribuem para o desenvolvimento da consciência intercultural dos alunos.

5 – Metodologia

Para a obtenção de dados, criámos um questionário composto por 9 perguntas em relação às culturas alemã e espanhola. Trata-se de um questionário misto no qual são

contemplados diferentes tipos de perguntas: perguntas abertas, perguntas fechadas e de opção múltipla. A análise do conteúdo das respostas foi feita de maneira quantitativa e qualitativa, de modo a poder dar uma visão mais abrangente da temática em estudo. Em primeiro lugar, optou-se pela aproximação quantitativa para obter dados descritivos mais objetivos. Esta primeira fase foi complementada por uma abordagem qualitativa dos fenómenos analisados que permite deduzir e classificar informações específicas acerca das representações dos alunos (Bardin, 2016, p. 144). Esta análise mista adotada neste estudo permite a triangulação dos dados, aumentando a validade da investigação, no entanto, é preciso ressaltar que esta recolha de informação e as suas conclusões apenas se aplicam a um contexto concreto apresentado neste estudo e não podem, por conseguinte, ser generalizados. No entanto, serviram para uma melhor compreensão dos fenómenos estudados e para o docente dispor de dados concretos para melhorar a sua prática docente em relação à inclusão da dimensão cultural e intercultural nas aulas de línguas.

As primeiras perguntas introdutórias do questionário servem para recolher dados sobre o sexo dos alunos, o ano e línguas de estudos e a idade. As quatro perguntas seguintes de carácter aberto têm como objetivo obter informações sobre as ideias e perceções que os alunos têm das culturas estrangeiras a nível geral, o que nos permitirá elaborar uma categorização para posterior análise:

1. *Já estiveste alguma vez na Alemanha/Espanha?;*
2. *Em caso afirmativo, como avalias a tua experiência?;*
3. *Qual é a tua opinião sobre a Alemanha e os alemães/a Espanha e os espanhóis?;*
4. *Aponta tudo o que te vem à cabeça em relação à Alemanha/à Espanha.*

As perguntas 5 a 9 questionam os alunos sobre aspetos relacionados com o contexto laboral, designadamente sobre o uso de tempo, as relações interpessoais (relação entre colegas, com pessoas hierarquicamente superiores e inferiores), com a maneira como se encara o trabalho ou as tarefas a realizar e, por último, com o estilo de comunicação. As questões 5 a 8 subdividem-se em duas partes: na primeira, os alunos devem escolher entre várias opções a partir de uma lista de características que representam uma escala que abrange valorizações positivas e negativas. Na segunda parte devem explicar ou justificar as suas escolhas, o que complementa os dados obtidos e permite uma análise mais abrangente:

5. *Na tua opinião, qual é a atitude dos alemães/espanhóis em relação ao uso do tempo em contexto laboral?*

5.1 *Faz as tuas escolhas a partir das seguintes características: flexível, paciente, cumpridor de horários, pontual, impaciente, inflexível, cumprir as tarefas em cima da hora, cumprir as tarefas atempadamente, outro;*

5.2 *Justifica as tuas respostas!;*

6. *Como imaginas as relações interpessoais dos alemães/espanhóis em contexto profissional?*

6.1 *Faz as tuas escolhas a partir das seguintes características: individualista, coletivista, profissional, solidário, não solidário, agressivo, (não) respeitoso para com as hierarquias no trabalho, formal nas relações com os colegas do mesmo nível hierárquico, informal nas relações com os colegas do mesmo nível hierárquico, formal nas relações com os superiores, informal nas relações com os superiores, outro;*

6.2 *Justifica as tuas respostas!;*

7. *Como um alemão/espanhol realiza as tarefas que lhe são atribuídas em contexto laboral?*

7.1 *Faz as tuas escolhas a partir das seguintes características: autónoma, pouco autónoma, séria, egoísta, obediente, respeitosa, queixosa, autocrítica, não autocrítica, aceita críticas, não aceita críticas, decisiva, pouco decisiva, produtiva, pouco produtiva, outro;*

7.2 *Justifica as tuas respostas!;*

8. *Como é, na tua opinião, o estilo de comunicação dos alemães/espanhóis em contexto laboral?*

8.1 *Faz as tuas escolhas a partir das seguintes características: emocional, sério, enérgico, agressivo, impositivo, humilde, ofensivo, defensivo, cortês, não cortês, formal, informal, coloquial, estilo de comunicação direto, estilo de comunicação indireto, autoritário, pouco autoritário, outro;*

8.2 *Justifica as tuas respostas!*

A última questão (9) de resposta aberta serve para conhecer as auto-representações que os alunos têm da sua própria cultura através de um processo de comparação com as culturas-alvo. Com base nos resultados obtidos, iremos elaborar uma categorização das características pelos alunos:

9. *Que diferenças há, na tua opinião, entre um trabalhador português e alemão/espanhol?*

5.1 – Perfil dos alunos

De modo a obter dados para o presente estudo, realizámos 2 questionários que submetemos a 2 grupos de alunos portugueses, sendo um grupo do 2.º ano da Licenciatura em Línguas e Relações Empresariais (LRE) e outro do 3.º ano do mesmo curso. O plano curricular deste curso inclui a aprendizagem de várias línguas estrangeiras: os alunos da licenciatura em LRE têm o inglês como LE1, o alemão, o espanhol e o francês como LE2 e o árabe, o chinês e o russo como LE3. Os alunos do segundo ano ainda não tiveram aulas de língua para fins específicos, uma vez que a especialização em línguas para o contexto empresarial é apenas abordada no terceiro e último ano.

Neste estudo participaram um total de 38 alunos, sendo 18 alunos do 2º ano (10 de alemão e 8 de espanhol) e 20 alunos do 3º ano (11 de alemão e 9 de espanhol). A idade média dos participantes é de 21 anos. Comparado com o número elevado de alunos que estudam estas duas línguas, obtivemos, infelizmente, poucas respostas para o nosso propósito. Esta baixa participação tem a ver, entre outros aspetos, com o facto de termos submetido o inquérito no fim das aulas e em época de exames. No entanto, esta análise será posteriormente complementada com novos estudos que serão realizados ao longo deste ano letivo 2018/2019.

6 – Análise dos dados

Para analisar o conteúdo das quatro primeiras perguntas obtidas (ver ponto 5) fizemos uma divisão do mesmo em várias categorias¹, focando-nos nos resultados mais relevantes e frequentes para assim obter informações sobre o tipo de representações que os alunos possuem em relação às culturas-alvo.

Em termos gerais, nota-se uma diferença relativamente aos conhecimentos da cultura e da sociedade entre os alunos do 2.º e do 3.º ano. As respostas destes últimos são mais refletidas e revelam um maior grau de saberes. Enquanto os alunos do 2.º ano

1 Da análise dos dados obtidos foram definidas as seguintes categorias: carácter e personalidade, aspeto físico, aspetos políticos, institucionais e administrativos, aspetos económicos e empresariais, aspetos científicos e tecnológicos, características históricas e geográficas, aspetos socioculturais da vida quotidiana (sistema educativo, lazer, gastronomia, etc.), aspetos relacionados com a Cultura (literatura e artes).

responderam de maneira mais sintética, enumerando tópicos do tipo: *País muito bonito, boas praias, pessoas divertidas, pouco honestas* (em relação à Espanha), os alunos do 3.º ano já apresentam uma reflexão e uma consciência mais desenvolvidas em relação à cultura estrangeira. A título de exemplo, trazemos aqui também um comentário dum aluno do 3.º ano que revela uma preocupação em evitar uma simples enumeração de atitudes e características e em tentar descrever a cultura-alvo de um ponto de vista mais objetivo:

Julgo que os alemães têm um grande sentido de diligência, são geralmente pontuais e responsáveis. Julgo que sabem distinguir bem a vida pessoal da vida profissional, almejando encontrar um bom equilíbrio entre ambas. Acho que a Alemanha em si é um país onde há uma tentativa de haver um desenvolvimento sustentável para o seu povo. Julgo que o país e o povo ainda mantêm tradições mas que está claramente aberto a mudanças. Acho que a geração mais jovem certamente que irá mudar alguns modos de pensar e de agir neste país. A Alemanha cresceu imenso com o melting pot, o boom cultural dos anos 2000's. Apesar de definitivamente marcada pelos acontecimentos do passado, a Alemanha reergueu-se com o triplo da organização e um controlo de uma boa qualidade de vida inerente ao escalão social.

É de salientar que todas as categorias indicam imagens positivas, embora haja casos, por exemplo, em relação ao carácter dos alemães e dos espanhóis, onde se mencionam aspetos negativos (*os alemães são mais frios, stressados; os espanhóis não são muito amistosos, pouco honestos*). Queremos destacar que os alunos de segundo ano ainda possuem uma representação das culturas-alvo, em parte, estereotipada que faz com que a perceção da realidade seja redutora e generalizadora, visto que atribuem uma série de particularidades ao conjunto das sociedades alemã e espanhola sem ter em conta as diferenças internas que possam existir (diversidade cultural, étnica, regional, social, etc.). Tendo em conta que nas aulas de línguas desde o 1.º ano são abordados conteúdos socioculturais, surpreende que uma grande parte dos alunos indique termos que designam estereótipos que pensávamos já não estariam tão presentes (*altos, loiros, frios, sérios, etc., para os alemães/ festa, flamenco, sesta, praia, alegria para o caso de Espanha*). Isto confirma que estes estereótipos não deixam de ser referências inevitáveis para se referir às culturas-alvo e que constituem um tipo de representação interiorizada que se mantém estável, sendo difícil de eliminar do imaginário dos alunos.

É claro que a experiência pessoal também tem influência na maneira como percebemos as culturas que são diferentes da nossa. No entanto, o contacto com a cultura estrangeira, por exemplo, através de uma estadia de estudos no país, não significa que mude a representação dessa cultura. Neste sentido, encontramos algumas reflexões de alunos procedentes das próprias vivências. Assim, uma aluna, depois de passar um semestre de Erasmus em Andaluzia, comenta, por exemplo, que os espanhóis não gostam dos portugueses e, portanto, revelam um comportamento menos amigável. Também afirma que a gente nova não gosta de trabalhar, são pessoas preguiçosas e só pensam em festa. Parece neste caso concreto que as expectativas da aluna e a sua imagem estereotipada da cultura e da sociedade espanhola foram confirmadas em alguns aspetos. Já autores como Coronado (1999), Coleman (2001) ou Rey Arranz (2016), entre outros, realizaram estudos com estudantes que passaram algum tempo noutra país e que revelaram que em alguns casos as perceções que os alunos tinham previamente da cultura estrangeira, ficaram confirmadas e reforçadas.

A segunda parte do inquérito consistiu em perguntas de resposta mista, nas quais os alunos tinham que selecionar uma série de características de uma lista predefinida e posteriormente justificar a sua escolha. Em termos quantitativos, obtivemos dados para análise através das respostas 5 a 8, nas quais os alunos tiveram que escolher por entre uma série de características e atribuí-las à cultura alemã ou espanhola. A seguir, devido a limitações de espaço, apresentaremos apenas alguns dos resultados submetidos pelos alunos do 3.º ano, sendo que estes tiveram algumas aulas de língua focadas em aspetos sócio e interculturais para o contexto empresarial. Relativamente à pergunta 5, que faz referência ao uso do tempo, que é um aspeto que varia de cultura para cultura e pode dar lugar a conflitos, os alunos avaliaram a atitude dos alemães em relação ao uso do tempo em contexto laboral com características como *cumpridor de horários* (11), *pontual* (10), *cumprir as tarefas atempadamente* (10). Por entre as características menos relevantes, destacaram atitudes como *paciente* (2) e *inflexível* (3). Quanto aos espanhóis, os alunos frisaram atitudes como *flexível* (9), *paciente* (6) e que *realizam as tarefas em cima da hora* (5). Menos peso foi atribuído a características como *pontual* (2) e *cumpridor de horários* (1).²

² Relativamente à questão 5, os alunos do 2.º ano consideraram que os alemães cumprem os horários (10), são pontuais (10) e realizam as tarefas atempadamente (10). Os espanhóis são mais flexíveis em relação aos horários (8) e realizam as tarefas em cima da hora (8).

Comparando os dados obtidos pelos alunos do 2.º e do 3.º ano, podemos concluir que os últimos encaram esta questão com mais espírito reflexivo e crítico quanto ao uso de imagens estereotipadas. Assim, por exemplo, encontramos respostas como:

Não querendo apoiar-me em estereótipos, apenas me baseio nos espanhóis e nos alemães que conheço. Os alemães que conheço realmente valorizavam a pontualidade e os atrasos eram motivo de descontentamento ou Numa abordagem geral, não será a nacionalidade que irá definir a diferença entre estes dois trabalhadores. No entanto, o fator que se destaca, a meu ver, será sempre a pontualidade. Os alemães demonstram mais respeito, muitas vezes, nesse sentido; chegando sempre a horas.

Em muitos comentários notámos que os alemães e espanhóis são apreciados da mesma forma (*cumpridores, produtivos, eficazes*), sem que os alunos recorram a diferenças extremas como acontece ainda no 2.º ano através de comentários como *Os alemães parecem sempre muito exigentes com tudo, os espanhóis são mais descontraídos no seu trabalho, porém por vezes conflituosos.*

Na questão 6 que avalia as relações interpessoais em contexto profissional, destacámos para o alemão qualidades como *profissional (11), respeitoso para com as hierarquias no local de trabalho (11) e formal nas relações com os superiores (10)*. Os alunos recorreram com menos frequência a características como *individualista (4) e solidário (3)*. Os espanhóis são vistos como *coletivistas (9), profissionais (7), solidários (7), informais para com os colegas do mesmo nível hierárquico (7) e formais nas relações com os superiores (7)*.³ Observámos que uma grande parte dos alunos tenta justificar e fundamentar as suas escolhas ao recorrer ao conhecimento que tem de pessoas destas nacionalidades e às suas experiências pessoais, tal como: *Baseio-me nas pessoas que conheço destas nacionalidades.*

A pergunta 7 aborda a questão de como os alemães e espanhóis encaram o trabalho e realizam as tarefas que lhes são atribuídas. Para o caso do alemão, destacam os seguintes adjetivos: *decisivo (9), autónomo (8), sério (8), produtivo (7)*. Com menos frequência aparecem qualidades como *obediente (6), autocrítico (6) e aceita críticas (4)*. Os espanhóis são descritos como *autónomos (6), abertos a crítica (6) e produtivos (6)*. Por entre os aspetos menos frequentes encontram-se características como *relaxados*

³ As respostas dos alunos do 2.º ano revelam os seguintes dados: os alemães são profissionais (10) e formais nas relações com os superiores (10), enquanto os espanhóis são informais no contexto laboral (8) e apenas 4 alunos indicaram que são profissionais no local de trabalho.

(4) e com *tendência para fazer queixas* (2). Nas respostas dadas pelos alunos do 3.º ano em relação ao alemão revela-se alguma semelhança com as do 2.º ano (autónomos e produtivos, com 9 respostas para cada uma delas). Para o caso do espanhol, os alunos afirmam que a maneira de trabalhar dos espanhóis não é muito diferente da dos portugueses (produtivos, com 6 respostas, ainda que continuem a pensar que os espanhóis não aceitam críticas (6) e são pouco autónomos (5).

Em relação à pergunta 8 que questiona sobre a maneira de comunicação dos alemães e dos espanhóis, os primeiros são avaliados como tendo *um estilo sério* (9), *formal* (9) e *direto* (7), dando resultado a comentários como: *Diria que os alemães são bastante diretos e dominantes nas suas comunicações*. Características menos frequentes são *autoritário* (3) e *impositivo* (2). Para o caso do espanhol destaca-se um estilo de comunicação *formal* (7), *direto* (6), *impositivo* (2) e *ofensivo* (2).

Enquanto para o caso do alemão constatámos poucas diferenças nas respostas dos alunos comparado com as do 2.º ano, relativamente ao espanhol os alunos do 2.º consideram o estilo de comunicação dos espanhóis mais informal (6) e direto (6). Já os alunos do 3.º ano têm a ideia de que os espanhóis conseguem adaptar-se a diferentes situações comunicativas em termos de registo, formalidade, cortesia, etc.

A última parte do questionário consistiu numa pergunta aberta (9) onde os alunos tinham de fazer uma comparação entre a maneira de trabalhar de um português e de um alemão / espanhol. A ideia dessa análise é observar quais as auto-representações que eles têm da sua própria cultura. Assim, os participantes neste estudo consideram que um trabalhador português, em comparação com um alemão, é menos eficiente mas mais coletivista com espírito de equipa, como se pode observar nos seguintes comentários:

O trabalhador português é mais casual e tem tendência a fazer as coisas em cima da hora ao contrário dos alemães que são mais disciplinados; Um trabalhador português tem uma menor orientação para trabalho e um estilo de comunicação e de viver mais coletivista. Os alemães têm um menor espírito de equipa, sendo mais individualistas nas suas tarefas.

Notámos que as respostas dos alunos não variam muito e que as características atribuídas são as mesmas, caracterizando o trabalhador português, em termos gerais, como *cumpridor e capacitado mas menos exigente, menos eficiente, menos pontual e menos produtivo*. Os alunos destacaram maioritariamente aspetos menos positivos associados à sua própria cultura, como podemos observar a seguir:

Numa abordagem geral, não será a nacionalidade que irá definir a diferença entre estes dois trabalhadores. No entanto, o factor que se destaca, a meu ver, será sempre a pontualidade. Os alemães demonstram mais respeito, muitas vezes, nesse sentido; chegando sempre a horas. Por sua vez, muitos portugueses ignoram, de certa forma, o seu horário, sendo flexíveis consigo mesmos e, por conseguinte, desrespeitando o tempo dos restantes.

Relativamente ao caso do espanhol, os alunos consideram que há muita semelhança entre os trabalhadores de ambas as nacionalidades, valorizando positivamente a capacidade do espanhol para reclamar quando preciso:

São trabalhadores que trabalham muito e tentam fazer o seu melhor. São trabalhadores muito semelhantes. Eu acho que um trabalhador espanhol é mais direto quando há um problema, ou se precisa de reclamar. Fala e não fica calado como muito vezes acontece com um trabalhador português. Um trabalhador português tem mais medo.

Notámos, em termos gerais, que o trabalho realizado em sala de aula com os alunos do último ano do 1.º Ciclo de LRE, muito focado em desenvolver uma competência comunicativa intercultural e em aprofundar conhecimentos sobre as culturas-alvo, fez com que este grupo de alunos interpretasse e valorizasse as representações que já possuíam, de uma maneira mais refletida e menos rígida em relação à turma do segundo ano, embora prevaleçam ainda imagens que consideramos estereotipadas.

7 – Conclusões

A nossa intenção foi aproximar-nos das representações culturais dos alunos que estudam Línguas e Relações Empresariais na Universidade de Aveiro. O nosso estudo foi direcionado a alunos de Alemão e de Espanhol do 2.º e 3.º ano. Os resultados obtidos revelam a importância da abordagem de representações culturais na sala de aula com o intuito de estabelecer estratégias e fornecer uma série de recursos para ultrapassar barreiras que podem dificultar as relações sociais e profissionais. Deste modo, achamos importante estabelecer práticas que ajudem no desenvolvimento de, por exemplo, habilidades de interação intercultural e de uma consciência cultural crítica tão fundamental no mundo dos negócios. A recolha de dados realizada nesta primeira fase da nossa investigação serviu para obter informações sobre os conhecimentos e

representações dos alunos acerca das culturas-alvo e ver até que ponto estas últimas sofreram algum tipo de modificação.

Respondendo às questões de partida do ponto 4, podemos constatar que as representações dos discentes do 2º ano parecem ser mais influenciadas por estereótipos, o que supõe uma generalização e uma visão superficial da respetiva cultura-alvo. Já nos alunos do 3º ano notámos uma certa evolução, embora se possa identificar uma série de estereótipos que prevalecem. Foi com alguma surpresa que nos deparamos com essa visão em certos aspetos ainda estereotipada, apesar de a dimensão cultural ter sido abordada nas aulas tanto a nível geral, como a nível específico do âmbito empresarial. Em geral, as representações das duas culturas em questão são positivas, no entanto, a maneira de ser e de estar dos alemães num contexto laboral é valorizado muito mais, como se pode comprovar nas respostas relativamente à comparação com a própria cultura, onde a auto-representação é mais negativa. Na comparação com o trabalhador espanhol, que é visto de uma maneira semelhante ao português, notámos que os alunos não são tão autocríticos em relação à sua própria identidade cultural.

Referências bibliográficas

Atienza Merino, J.L. (dir.) (2005). *¿Cómo se ven? ¿Cómo nos ven? Atrapados en los estereotipos. Una investigación sobre las representaciones culturales de estudiantes extranjeros de la Universidad de Oviedo.* Oviedo: Universidad de Oviedo.

Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo.* (Tradução de Pinheiro, L. A.). São Paulo: Edições 70.

Byram, M. & Kramsch, C. (2008). Why is it so difficult to teach language as culture? *The German Quarterly*, 81(1), 20-34.

Byram, M. & Wagner, M. (2018). Making a difference: Language teaching for intercultural and international dialogue, *Foreign Language Annals*, (51), 140-151.

Calvi, M. V. (2003). El componente cultural en la enseñanza del español para fines específicos. In *Actas del II Congreso internacional de Español para fines específicos.* Utrecht: Instituto Cervantes (pp. 107-122).

Castellotti, V. & Moore, D. (2002). *Social representations of languages and teaching. Reference study.* Strasbourg: Language Policy Division, DGIV, Council of Europe.

Coleman, J.A. (2001). *Cómo desarrollar percepciones interculturales entre estudiantes.* In M. Byram y M. Fleming, *Perspectivas interculturales en el aprendizaje de idiomas.* Madrid: C.P.U.(pp. 51-81).

Coronado, M. L. (1999). La integración de lengua y cultura en los niveles avanzado y superior: reflexiones y actividades. *Carabela*, (45), 93-106. Madrid: SGEL.

Dabène, L. (1997). Les images des langues et leur apprentissage. In M. Matthey (Org.), *Les langues et leurs images*. Neuchâtel: IRDP Éditeur, (pp.17-23).

García-Carbonell, A.; Andreu-Andrés, M. A. & Watts, F. (2014). Simulation and Gaming as the future's language of language learning and acquisition of professional competences. In *Back to the Future of Gaming*. Germany: WB Verlag (pp. 214-227).

Gómez García, I., Silveira, P., & Morgado, M. (2018). Las Competencias de comunicación intercultural en la empresa global y su desarrollo en el Aula de español para fines económicos y comerciales. In 16th Internacional AELFE Conference. Mérida: Centro Universitário de Mérida (pp. 103-109).

Jodelet, D. (coord.) (1989). *Les représentations sociales*. Paris: Presse Universitaires de France.

Kramsch, C. (2007). The Cultural Component of Language Teaching. *Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht*, 1(2), 1-10.

Leiva, J., Yuste, R. & Borrero, R. (2011). La interculturalidad a través de las TIC: Caminando hacia la 'digiculturalidad' con las comunidades virtuales de aprendizaje. In A. Hernández & S. Olmos (Eds.), *Metodologías de aprendizaje colaborativo a través de las tecnologías*. Salamanca: EUS (pp. 253-263).

Moscovici, S. (1989). On social representations. In J.P. Forga (Ed.), *Social cognition*. Londres: Academic Press (pp.181-209).

Nikitina, L. (2017) Language learners' representations of Spanish-speaking countries: How can they inform language pedagogy?, *Revista Signos. Estudos de Lingüística*, 50(93), 50-70.

Pérez Gutiérrez, M. (2000). La simulación como técnica heurística en la clase de español con fines profesionales. In M. Bordoy, van Hooft, A. & Sequeiros, A (eds.). *Actas del I Congreso internacional de Español para fines específicos*. Ámsterdam: Instituto Cervantes (pp. 169-183).

Rey Arranz, R. M. (2016). Estudio sobre las representaciones culturales de aprendientes de ELE en contexto de inmersión. *Revista Fuentes*, 18(2), 225-242.

Schmidt, A. & Araújo e Sá, M. H. (2006). "Difícil, feia e esquisita": a cristalização de um discurso escolar sobre o Alemão. In *Anais do XIII ENDIPE. Educação, questões pedagógicas e processos formativos: compromisso com a inclusão social*. Recife: Universidade Federal de Pernambuco. (pp. 9-22).

Serçu, L. (2002). Autonomous Learning and the Acquisition of Intercultural Communicative Competence: Some Implications for Course Development. *Language, Culture and Curriculum* 15 (1), 61-74.

Simões, A. R. (2006). A cultura linguística em contexto escolar: um estudo no final da escolaridade obrigatória. (Tese de doutoramento). Universidade de Aveiro, Aveiro.

Zarate, G. (1993). *Représentations de l'étranger et didactique des langues*. Paris: Didier.

Zarate, G. (Coord.). (2004). *Cultural mediation in language learning and teaching*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.