

## 2 Fundamentos Teóricos

O extraordinário número de pesquisas e estudos relacionados ao processo de aprender e ensinar línguas/ culturas estrangeiras dá uma pista de que se trata de um tema em constante e cada vez mais crescente ascensão (por mais tautológica que esta afirmação possa parecer). Esse tema adequa-se, por sua vez, ao momento histórico que vivemos, designado por vezes “Era da Informação”, por outras “Globalização”, entre outras alcunhas. Para ilustrar essas prerrogativas, podemos citar o Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas (QECL), documento elaborado pelo Conselho da Europa, descrito como “um instrumento linguístico essencial para a harmonização do ensino e da aprendizagem das línguas vivas na grande Europa”. O texto do QECL destaca os seguintes objetivos políticos relacionados às suas ações no amplo espectro em que consiste o ensino de línguas:

- preparar todos os Europeus para os desafios da enorme mobilidade internacional e de uma cooperação mais próxima não só nos domínios da educação, cultura e ciência, mas também nos domínios do comércio e da indústria;
- promover a compreensão e a tolerância recíprocas e o respeito pela identidade e diversidade cultural através de uma comunicação internacional mais eficaz;
- manter e desenvolver a riqueza e a diversidade da vida cultural europeia através de um conhecimento recíproco e cada vez maior das línguas nacionais e regionais, incluindo aquelas que são menos ensinadas;
- responder às necessidades de uma Europa multilíngue e multicultural, desenvolvendo de forma considerável a capacidade dos europeus comunicarem entre si, para lá de fronteiras linguísticas e culturais, o que exige um esforço bem alicerçado ao longo da vida, que deve ser encorajado, visto numa base mais organizada e financiado em todos os níveis de ensino pelas autoridades competentes;
- evitar os perigos que possam resultar da marginalização daqueles que não possuam as capacidades necessárias para comunicarem numa Europa interactiva. (QECL, 2001: 22)

Percebemos, nesse documento, o destaque para o componente sociocultural no processo de aprendizagem de línguas.

O presente estudo sintoniza-se, então, com a perspectiva que considera a inter-relação entre língua, pensamento e cultura, apresentando, para a fundamentação da pesquisa a ser desenvolvida, a revisão de conceitos que respaldem o entrelaçamento entre esses aspectos e as implicações de tal perspectiva para o processo de ensinar e aprender línguas estrangeiras.

Considerando nossa proposta de comparar e analisar diferentes percepções sobre textos multimodais, a partir de entrevistas realizadas com estudantes alemães e brasileiros, também é importante ressaltar que a consulta a uma bibliografia que nos aponte caminhos já percorridos é primordial para o embasamento de nosso próprio percurso.

Assim, passaremos a tratar, a seguir, dos conceitos que norteiam os passos deste trabalho.

## **2.1**

### **Ensino e aprendizagem de LCEs**

Dentre os estudos linguísticos, a perspectiva que considera as relações entre língua e sociedade muito vem contribuindo para a área de ensino e aprendizagem de línguas. Podem ser citadas inúmeras obras de diferentes autores que se incluem nessa linha de pensamento, entre eles Widdowson (1989; 1991), Kramsch (1993), Lock (1996), Schiffrin (1996).

Uma das principais balizas dessa abordagem é a compreensão de que a aprendizagem de itens lexicais e estruturas gramaticais de uma dada língua não é suficiente para que o aprendiz possa se comunicar com falantes dessa língua alvo de forma eficaz. Isto se dá porque fazer uso eficiente de uma língua pressupõe o conhecimento das regras e nuances de significado compartilhadas pelos grupos culturais ou pela sociedade na qual a língua é falada.

O texto do QECRL, já anteriormente citado, define e descreve desse modo o uso e a aprendizagem linguística:

O uso de uma língua abrangendo a sua aprendizagem inclui as acções realizadas pelas pessoas que, como indivíduos e como actores sociais, desenvolvem um conjunto de competências gerais e, particularmente, competências comunicativas em língua. As pessoas utilizam as competências à sua disposição em vários contextos, em diferentes condições, sujeitas a diversas limitações, com o fim de realizarem actividades linguísticas que implicam processos linguísticos para

produzirem e/ou receberem textos relacionados com temas pertencentes a domínios específicos. Para tal, activam as estratégias que lhes parecem mais apropriadas para o desempenho das tarefas a realizar. O controlo destas acções pelos interlocutores conduz ao reforço ou à modificação das suas competências. (2001: 29)

Nesse documento encontram-se, portanto, destacados os papéis das competências gerais, não especificamente linguísticas, assim como das competências comunicativas em língua, isto é, as que viabilizam as acções de um indivíduo especificamente por meios linguísticos.

Ainda no documento do QECRL, dentro do espectro de competências comunicativas, estão discriminadas as competências linguísticas, que se referem à língua enquanto sistema; as competências sociolinguísticas, que abrangem todas as condições socioculturais de uso da língua; e as competências pragmáticas, ligadas ao uso funcional dos recursos linguísticos de que o falante dispõe. É importante ressaltar que, dentro do âmbito das competências gerais, enfatiza-se que “o conhecimento dos valores partilhados e das crenças dos grupos sociais doutros países e regiões, tais como crenças religiosas, tabus, história comum, etc., são essenciais para a comunicação intercultural“ (Ibid: 31).

Percebemos, assim, que se trata de uma visão que agrega tanto as questões, por assim dizer, intralinguísticas, como as que pertencem à dimensão sociocultural da língua. Nesse sentido, o uso da língua está relacionado a diferentes aspectos que estão entrelaçados uns aos outros, como, por exemplo, o contexto situacional em que se dá, o uso de determinadas estratégias para a realização de tarefas específicas, as competências gerais individuais (nas quais se incluem diferentes ‘saberes’).

O autor Pennycook (1998), defendendo uma Linguística Aplicada Crítica, propõe uma linguística que, além de se ocupar dos aspectos acima citados, seja mais sensível às preocupações sociais, culturais e políticas. Para o autor, essa seria uma lacuna encontrada em grande parte dos trabalhos nessa área (Ibid: 25). Pennycook considera simplista a concepção acerca do processo de aprender e ensinar línguas a qual se baseia em uma visão acultural, apolítica e a-histórica da linguagem, classificando como “ingênuas” grande parte dos conteúdos transmitidos (Idem). Também consideramos ingênuas uma apresentação da língua-alvo que privilegie sua estrutura e negligencie sua dimensão socio-histórico-cultural, uma

vez que podemos afirmar que se trata do foco principal desta pesquisa, que busca primordialmente evidenciar as relações entre percepção de textos e a dimensão cultural que envolve os processos de recepção e produção da língua.

Nesse sentido, vemos a língua como enfocada pela gramática funcional, ou seja, como um poderoso recurso para a produção e troca de significados (Lock, 1996: 3). Cabe, dessa forma, ressaltar que partiremos, neste estudo, de uma perspectiva que a vê dentro de um enquadre semiótico-social, isto é, os fenômenos lingüísticos são considerados dentro das relações entre língua e estrutura social. Assim, este é um enquadramento que valoriza o contexto situacional e cultural no qual determinado texto (oral ou escrito) é produzido e segundo o qual o mesmo deve ser interpretado. Daí a necessidade de juntarmos, aqui, os conceitos de língua e cultura.

Entendendo, portanto, língua e cultura como fenômenos entrelaçados, o estudo de alguns conceitos desenvolvidos por autores na área de cultura, principalmente conjugada ao ensino de língua/ cultura estrangeira, mostra-se de fundamental importância para esta pesquisa.

## **2.2 Língua e cultura**

Em *A noção de cultura nas ciências sociais*, Denys Cuche (2002) cita os estudos de Herder (1774), Sapir (1921), Whorf (1956) e Lévi-Strauss (1958) a respeito da interligação entre língua e cultura, e argumenta que essas duas dimensões estão em uma relação de estreita interdependência: “a língua tem a função, entre outras, de transmitir a cultura, mas é, ela mesma, marcada pela cultura” (Ibid: 94).

Versando sobre cultura, Duranti (2001: 49) destaca que muitos dos principais pressupostos que guiaram a pesquisa antropológica nas últimas décadas vêm sendo enfaticamente criticados por novas gerações de pesquisadores. Ainda segundo o autor, teorias recentes têm evitado uma noção de cultura que reduz as complexidades sócio-históricas a caracterizações simplistas em favor de uma conceitualização mais específica e dependente contextualmente de práticas e normas de participação social. Em seu *Linguistic anthropology*, Duranti apresenta seis diferentes vertentes nos estudos de cultura que destacam o papel

desempenhado pela língua em sua teoria. Dentre esses aspectos, abordaremos com maior ênfase a concepção cognitiva de cultura, ou seja, a que está relacionada mais estreitamente aos conhecimentos partilhados por determinado grupo de identidade, dado que fazem parte desses conhecimentos os padrões de crenças, pensamentos e percepções de mundo, que são os nossos principais objetos de estudo.

Partiremos, então, da definição de Eduard Tylor, que, a partir dos termos *Kultur* (do alemão) e *Civilization* (do francês), chegou à forma em inglês *Culture*, sintetizando no mesmo vocábulo todas as realizações humanas (Apud Laraia, 2001). Sua definição, datada do ano de 1871, é tida como a primeira definição de cultura do modo como é percebida nos dias atuais: “(cultura) tomada em seu amplo sentido etnográfico é esse todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (Ibid: 25). É interessante ressaltar, neste ponto, que tal definição parece englobar o que Benett (1993) conceitualmente separa em cultura objetiva e cultura subjetiva (como veremos mais detalhadamente abaixo), dado que Tylor insere em suas palavras tanto aspectos da cultura objetiva, como a ”arte”, quanto da cultura subjetiva, como os “costumes”.

Em se tratando da relação entre língua e cultura e, mais especificamente, pensando no processo de ensinar e aprender esta língua/ cultura estrangeira, a distinção entre o que alguns autores destacam como “cultura *high*” e “cultura *low*” ou, como citado acima, cultura objetiva e subjetiva, mostra-se bastante relevante. Benett (1993) chama de cultura subjetiva os padrões de crenças, comportamentos e valores aprendidos e compartilhados por um grupo de pessoas que interagem umas com as outras (p. 3). A cultura subjetiva se oporia à cultura objetiva, que diz respeito a informações estatísticas (dados históricos e geográficos principalmente), intelectuais (clássicos literários, artes em geral) e cotidianas (comidas típicas, folclore, etc) que, segundo Kramsch (1993: 24), seria uma visão de cultura que favoreceria fatos acima de significados, não habilitando os alunos a compreenderem atitudes e valores estrangeiros:

Ela (a cultura objetiva) mantém os alunos inconscientes das múltiplas facetas da identidade cultural do grupo alvo. Ela deixa-os cegos de sua própria identidade social e cultural,

assumindo implicitamente um consenso entre o seu mundo e o outro. (Ibid)<sup>4</sup>

Em nosso estudo, daremos ênfase à dimensão que abrange a cultura subjetiva, por entendermos que são principalmente os aspectos a ela relacionados aqueles que podem vir a interferir e influenciar a leitura de membros de determinados grupos culturais quando do encontro com textos tanto na língua alvo, quanto na materna.

Outro importante teórico que contribuiu para o desenvolvimento do conceito de cultura foi o antropólogo Kroeber, que, em seu artigo “O superorgânico” (1949), distancia, graças à cultura, a humanidade do mundo animal. O autor não ignora o equipamento e as funções biológicas dos seres humanos, mas ressalta as inúmeras variações no modo como diferentes grupos culturais as realizam, enfatizando o papel do aprendizado em todas as instâncias da ação humana. O título de seu trabalho deve-se à visão do autor de que o homem, superando a dimensão orgânica, foi a única espécie capaz de criar seu próprio processo evolutivo, adaptando-se ao ambiente através de meios por ele mesmo criados, e, ao mesmo tempo, adaptando o próprio ambiente às suas necessidades. Assim, em sua teoria sobre cultura, Kroeber destaca principalmente os seguintes fatores:

- o comportamento ser determinado mais pela cultura e aprendizagem do que por herança genética ou aspectos biológicos;
- a ação humana ser norteada por padrões culturais (tendo a dimensão instintiva um raio de ação limitado);
- a cultura como um processo acumulativo de geração a geração.

Já Semprini (1999) conceitua cultura como um longo e contínuo processo de seleção e filtragem de conhecimentos e experiências, do qual resulta um complexo de idéias e símbolos mantidos por determinado grupo social. Pressupondo que cada grupo de identidade tem, de alguma forma, diferentes características culturalmente aprendidas, pode-se dizer, de acordo com o autor, que cada grupo tem sua própria cultura (Singer, 2003).

Dentre as várias nuances que impregnam os diferentes conceitos de cultura, não podemos deixar de fora o seu caráter dinâmico. Laraia (2001: 95) traz luz a esse aspecto ao frisar que “qualquer sistema cultural está num contínuo processo de modificação”. Trata-se de uma observação bastante pertinente, tendo em vista

---

<sup>4</sup> Tradução da autora

que, ao falarmos em culturas particulares, como cultura brasileira ou alemã, esse aspecto não deve ser negligenciado. O autor destaca, então, que as mudanças culturais podem-se dar tanto internamente, como resultado da própria dinâmica do sistema cultural, ou externamente, através do contato entre diferentes sistemas culturais.

A variedade nas concepções, assim como no enfoque dado ao termo cultura, nos ajuda a melhor compreender esse “todo complexo” que está inseparavelmente entrelaçado ao usar/ aprender/ ensinar uma língua. Contudo, ao abordarmos especificamente os aspectos culturais que podem ser/ estar manifestados nas interpretações, como é o caso desta pesquisa sobre estudantes brasileiros e alemães acerca de textos publicitários, é importante destacarmos os pensamentos do estudioso Geertz, defendidos principalmente em seu *A interpretação das culturas* (1978). O antropólogo estadunidense Clifford Geertz critica a expressão “todo complexo” para conceituar a cultura. Para o autor, tratar a cultura como um “todo complexo” pouco esclareceria a respeito do tema e, por isso, ele propõe uma definição mais restrita para o termo:

O conceito de cultura que eu defendo é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significado que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo estas teias e sua análise, portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. (Geertz, 1978: 15).

Segundo o autor, os símbolos e significados são partilhados pelos membros de um dado sistema cultural, logo, estudar uma cultura implica estudar o código de símbolos partilhados pelos membros dessa mesma cultura (Geertz, 1966; 1978 apud Laraia, 2001: 63).

Em relação ao pensamento de Geertz, Rocha (2009) também chama atenção para o caráter dinâmico e heterogêneo que o autor empresta ao conceito de cultura, ao falar em “teias de significação”. Isso acontece porque para Geertz existiriam matrizes significativas múltiplas e distintas, que poderiam informar, mutuamente, as mesmas práticas de um indivíduo. Em outras palavras, o autor advoga a existência de estruturas conceituais a partir das quais as ações humanas ganham sentido, podendo imprimir significados diferentes a uma mesma conduta dentro de um mesmo ambiente circunscrito.

Podemos dizer, assim, que o presente estudo vale-se de todos os conceitos até aqui revisados, uma vez que se pode resumir o que entendemos por cultura como: os valores, crenças, atitudes, conhecimentos e comportamentos aprendidos e compartilhados por determinados grupos socioculturais em um dado momento histórico, podendo ser cada um destes aspectos, por sua vez, compreendido como um sistema entrelaçado de signos interpretáveis, dado que são, justamente, os significados que tornam cada um desses aspectos inteligíveis.

### **2.3** **As dimensões culturais**

Vimos que o conceito de cultura é bastante abrangente e que delimitar grupos com base em sua identidade cultural<sup>5</sup> não deve ser, portanto, uma tarefa fácil. Do mesmo modo, é preciso que se esteja atento para que as generalizações, necessárias a qualquer estudo centrado em cruzamento cultural, não se manifestem de forma estereotipada. Tomamos aqui o termo estereótipo como o pressuposto de que determinados traços ou aspectos identificáveis numa cultura sejam aplicáveis a todo e qualquer membro dessa cultura (Tusting, Crawshaw & Callen, 2002). Por isso mesmo, cabe ressaltar que nesta pesquisa os termos genéricos “alemães” e “brasileiros” estarão, durante a análise de dados, referindo-se exclusivamente aos grupos de estudantes entrevistados. Isso significa que, de forma alguma, estaremos nos referindo a todo o conjunto do povo alemão ou brasileiro, dada a diversidade cultural existente em cada um desses territórios. Desse modo, na maior parte das vezes, optaremos pelos termos “grupo AL” (estudantes alemães) e “grupo BR” (estudantes brasileiros) para nos referirmos aos grupos de estudantes participantes deste estudo.

Em todo caso, é sabido que membros de determinado grupo identitário partilham de traços comuns que os diferenciam de outros grupos. Assim, é imperativo destacar a importância de estudos que buscam identificar traços culturais ou dimensões que viabilizem o contraste entre diferentes culturas.

O estudo das dimensões culturais se mostra extremamente relevante para esta pesquisa, uma vez que pode contribuir para o embasamento necessário à análise do componente cultural expresso linguisticamente nas entrevistas dos

---

<sup>5</sup> O conceito de identidade será abordado especificamente no tópico 2.5

participantes deste trabalho. Dessa forma, objetivamos investigar o modo como estas dimensões são realizadas linguisticamente pelos entrevistados.

Também com o objetivo de investigar e esmiuçar as complexas regras que formam cada cultura, muitos estudiosos desenvolveram categorias que servem como instrumento de classificação, ou simplesmente análise, de aspectos culturais nas mais diversas culturas. Consideramos, então, pertinente a revisão de algumas dessas categorias, assim como a explanação de como as mesmas podem contribuir para nossa análise. É importante também destacar o fato de que muitas das categorias podem corresponder-se entre si, como, por exemplo, a dimensão batizada por Hofstede (1991) como “distância do poder”, que é abordada por Peterson (2004) como “igualdade ↔ hierarquia”<sup>6</sup>.

A seguir nos ocuparemos, então, não só em rever os estudos, principalmente de Hall (1959, 1976, 1984, 1990) e Hofstede (1980, 1991), mas também em discutir como tais teorias podem embasar a presente pesquisa.

### 2.3.1 A contribuição de Edward Hall

Na concepção de Hall, não haveria qualquer aspecto da vida humana que não fosse tocado pela cultura. Em suas palavras:

*There is not one aspect of human life that is not touched and altered by culture. This means personality, how people express themselves (including shows of emotion), the way they think, how they move, how problems are solved, how their cities are planned and laid out, how transportation systems function and are organized, as well as how economic and government systems are put together and function. It is the least studied aspects of culture that influence behaviour in the deepest and most subtle ways (Hall, 1976: 14)*<sup>7</sup>

Com *The Silent Language* (1959 Apud Rogers et al, 2002) o autor causou impacto entre linguistas e cientistas sociais da época. Nessa obra, Hall chama

<sup>6</sup> Será usado neste trabalho o símbolo “↔” como representação de um eixo contínuo, evitando-se a contraposição representada pelo símbolo “X”.

<sup>7</sup> Não há qualquer aspecto da vida humana que não seja tocado ou alterado pela cultura. Isso engloba a personalidade, como as pessoas se expressam (inclusive como mostram suas emoções), a forma como pensam, como se movimentam, como resolvem seus problemas, como planejam e constroem suas cidades, como os meios de transporte funcionam e são organizados, e ainda o

atenção para as “dimensões escondidas da comunicação humana” (*the hidden dimensions of human communication*). Tal expressão baseia-se no fato de que a maior parte da comunicação humana se realiza através do modo não-verbal. Por isso mesmo, a concentração dos estudos de Hall reside nos aspectos não-verbais da cultura. Comparando diferentes culturas, o autor estabeleceu três dimensões que se concentram em três diferentes aspectos relacionados ao âmbito subjetivo da cultura: o contexto, o espaço pessoal e o tempo.

### 2.3.1.1 A dimensão contextual

A dimensão contextual diz respeito ao tamanho ou quantidade de informação necessária para que uma comunicação seja considerada bem sucedida. Também se refere ao conhecimento compartilhado (ou supostamente compartilhado) entre os interactantes, assim como às informações consideradas tácitas.

Hall conceitua contexto como

*the information that surrounds an event: it is inextricably bound up with the meaning of that event. The elements that combine to produce a giving meaning – events and context – are in different proportions depending on a scale from high to low context (Hall, 1976).<sup>8</sup>*

O autor faz, portanto, a diferenciação entre dois tipos de contexto de comunicação: o alto contexto de comunicação (*high-context of communication*) e o baixo contexto de comunicação (*low-context of communication*). Na comunicação de alto contexto, existiriam diferentes elementos contextuais não-verbais (como, por exemplo, a linguagem corporal, a proximidade entre os interactantes, etc), que formariam, juntamente com os elementos verbais, as informações a serem transmitidas. A comunicação de baixo contexto focalizaria, por sua vez, a informação literal expressa no código linguístico. Em outras

---

modo como a economia e o governo se organizam. São estes pequenos aspectos da cultura que influenciam o comportamento das formas mais profundas e sutis. (Tradução da autora)

<sup>8</sup> a informação que envolve um evento: está inseparavelmente conectado ao significado deste evento. Os elementos que combinam para produzir um dado significado – eventos e contexto – dependem, em diferentes proporções, de uma escala que vai desde um alto contexto até um baixo contexto.

palavras, nesse tipo de comunicação há uma forte tendência a um maior detalhamento da mensagem, dado que a informação tem de estar inteiramente exposta no código. Já na comunicação de alto contexto, parte-se da premissa de que grande parte da informação é partilhada pelos interactantes, o que se refletiria na não necessidade de verbalização integral da informação.

O pesquisador Hanke (2005) chama atenção para a relação existente entre a comunicação de alto contexto e um estreito intercâmbio pessoal de informações, o que implicaria em um grau mais próximo ou estreito nas relações interpessoais de um modo geral. Segundo o autor, nas culturas em que prevalece a comunicação de baixo contexto (situando a alemã com este traço cultural preponderante), haveria uma maior necessidade de todas as informações serem dadas na comunicação concreta.

### 2.3.1.2

#### A dimensão espacial

A dimensão espacial está relacionada ao modo como o homem percebe e utiliza seu espaço e ao modo como tal questão afeta a comunicação. O autor representou seu conceito de espaço pessoal, utilizando a imagem de uma “bolha invisível” (*invisible bubble*). Segundo Hall, essa bolha pode se expandir ou comprimir de acordo com o nível de proximidade ou distanciamento estabelecido nas relações pessoais.

Assim como a dimensão contextual, a noção de espaço também se mostra essencial para esta pesquisa, já que ela também está relacionada a categorias definidas por outros autores, como “proximidade ↔ distanciamento”, “hierarquia ↔ igualdade”, entre outras, além de se manifestarem linguisticamente através, principalmente, das formas de tratamento interpessoal.

No que diz respeito, então, à dimensão pessoal, podemos observar em nossa análise o modo como determinados usos de pronomes ou formas de tratamento são interpretados pelos estudantes brasileiros e alemães, de acordo com seus *backgrounds* culturais e os anúncios lidos. Para isso, é interessante ressaltar algumas nuances com relação ao uso dessas formas em contexto brasileiro e alemão, enfatizando, no caso desta pesquisa, os tratamentos que se referem à 2ª pessoa por dois motivos: (1) pelo fato de o gênero publicidade fazer tipicamente

uso do discurso direto, voltado a um interlocutor, seja em forma de perguntas, em frases imperativas ou até mesmo declarativas, modalizadas ou não; (2) por tratar-se de um ponto bastante complexo para os aprendizes de LCEs, na medida em que o uso indevido dessas formas de tratamento ou pronomes envolve um grave risco de mal-entendidos interculturais.

De acordo com Meyer (2002: 2), os pronomes e formas de tratamento exercem um papel fundamental “na diferenciação dos níveis de proximidade e distanciamento nas relações interpessoais”.

Em alemão, as formas da 2ª pessoa são representadas pelos pronomes ‘du` e ‘Sie`. Traçando um paralelo com as formas de tratamento usadas pelos brasileiros, ou mais especificamente, no português falado no Rio de Janeiro, poderíamos pensar em nossa distinção mais clássica ‘você` e ‘senhor/a`. Mas, como no português, o uso na língua alemã das formas ‘du` e ‘Sie` envolve várias dimensões e nuances de significado. Veremos a seguir, de forma breve, algumas características dessa distinção.

Em sua tese de doutoramento sobre formas de tratamento no Português do Brasil, Duarte (2005: 35) ressalta que o pronome ‘você` pode ser usado em todas as ocasiões, podendo ser considerado uma forma padrão, enquanto os pronomes o ‘senhor/ a senhora` seriam preferencialmente usados para com pessoas mais velhas ou por subordinados para com seus chefes<sup>9</sup>. Segundo Meyer (1999), como dito anteriormente, os pronomes ou formas de tratamento também podem representar formalidade/ informalidade ou distanciamento /proximidade. Assim, as formas ‘o senhor/ a senhora` representariam uma maior formalidade e/ ou distanciamento para com o interlocutor, enquanto a forma ‘você` pode representar desde uma posição semi-formal e ou semi-distante, assim como proximidade entre os interlocutores.

Já em relação ao uso das formas de tratamento ‘du` e ‘Sie` em língua alemã, Besch (1998) ressalta que o pronome ‘du` pode expressar proximidade e confiança, assim como também pode representar a marcação de poder quando, por exemplo, um superior trata um subalterno por essa forma, ao mesmo tempo que em contrapartida é tratado por ‘Sie`. Por último, também salienta que ‘Sie` pode ser usado por jovens para com pessoas mais velhas numa demonstração de

---

<sup>9</sup> O estudo de Duarte também faz referência ao uso do pronome “tu”. Segundo a pesquisa, essa forma é empregada em situações bastante informais, principalmente no discurso oral.

respeito. O 'Sie', de acordo com muitos manuais, também é descrito como uma forma neutra de tratamento, com a qual todos que travam um novo conhecimento podem se dirigir uns aos outros. Com essa forma, é preservada certa distância e uma atmosfera de respeito entre os interlocutores.

### 2.3.1.3

#### A dimensão temporal

De acordo com Hanke (2005: 4), o modo como diferentes culturas gerenciam o tempo reverbera em diferentes aspectos sociolinguísticos, como, por exemplo, na forma como os indivíduos despendem mais ou menos tempo para o trabalho ou para as relações pessoais, na forma como realizam suas tarefas, ou até mesmo no modo como usam a língua, isto é, mais direta e objetivamente, ou com rodeios, indiretamente, valorizando prioritariamente as relações pessoais. Naturalmente, também se trata de uma importante dimensão para os estudos de cruzamento cultural.

Hall (1989) estabelece duas categorias relacionadas ao modo como diferentes grupos culturais lidam com o tempo, sugerindo a distinção entre culturas monocrônicas e culturas policrônicas. O tempo monocrônico está associado ao modo linear como os membros de determinadas culturas se organizam, com destaque para a concentração na realização de tarefas, que devem ser realizadas uma de cada vez, e a seriedade com que encaram seus prazos e compromissos. Nas culturas em que o tempo monocrônico prevalece, há uma tendência a se priorizar o trabalho sobre as relações pessoais. A cultura monocrônica estaria, segundo Hall, ligada à cultura de baixo contexto, ou seja, pode-se traçar um paralelo entre a literalidade da comunicação de baixo contexto e a rigidez, precisão e metodicidade das sociedades monocrônicas.

O tempo policrônico apresenta as características exatamente opostas ao tempo monocrônico; isto é, existe uma forte tendência à realização de diferentes tarefas concomitantemente e a se priorizarem as relações pessoais em detrimento de compromissos previamente agendados. Na cultura policrônica, há uma maior flexibilidade com relação a planejamentos prévios, horários e compromissos.

Em seus estudos, Hall (op. cit.) vincula grupos culturais da Europa e América do Norte ao tempo monocrônico e países de cultura latina ao tempo

policrônico. Tal vínculo também é atestado em diversos trabalhos de cruzamento cultural, como os de Harrison (1983), Oliveira (2001), Branco (2005), Santos (2007), entre muitos outros.

Tendo por base esses preceitos, serão verificadas na análise possíveis interferências relacionadas também a essa dimensão cultural nas interpretações apresentadas nas entrevistas deste estudo.

### **2.3.2 A contribuição de Hofstede**

O pesquisador Geert Hofstede (1980, 1991) chama de “programas mentais” o conjunto de padrões de pensamento, emoção e atitudes compartilhados por grupos socioculturais. O autor afirma que esses “programas” variam de indivíduo para indivíduo, ressaltando a heterogeneidade entre as pessoas, uma vez que em nenhuma hipótese elas teriam um conjunto idêntico de valores, princípios ou crenças. No entanto, Hofstede defende um ponto de vista que reconhece a existência de elementos comuns, compartilhados coletivamente. Podemos, assim, associar essa visão à de Singer (1993), ao defender em seus estudos a existência de percepções e traços culturais “*group related*”.

Para Hofstede, essa programação coletiva da mente que distingue os membros de um grupo em face de outro seria o que chama de cultura e, para melhor defini-la, conjuga sua concepção de cultura aos conceitos de natureza humana e personalidade. A natureza humana estaria relacionada às capacidades herdadas pelo código genético da espécie, formando, portanto, o componente universal do programa de cada indivíduo, enquanto a personalidade estaria ligada em parte às experiências individuais e em parte à herança genética, representando, assim, o nível individual do programa mental. Logo, caberia à cultura o nível coletivo.

Ocupando-se, então, com o nível que se refere aos padrões compartilhados coletivamente, ou seja, com a cultura, Hofstede aponta diferentes níveis no modo como elementos são representados e/ ou manifestados culturalmente. O autor propõe, dessa forma, um diagrama, que compara às camadas de uma cebola (“*the onion diagram*”).

Nesse diagrama de camadas sobrepostas, a parte mais externa seria formada pelos “símbolos”, ou seja, pela linguagem, pelos objetos, enfim, por todos os elementos cujos significados são compartilhados e reconhecidos coletivamente pelos membros de um dado grupo cultural. As camadas intermediárias seriam formadas pelos “heróis”, ou seja, pelos indivíduos dotados de características valorizadas pelo grupo, e pelos “rituais”, que englobam as regras e os costumes sociais. O núcleo, a camada mais interna da “cebola”, seria formado pelos valores, definidos pelo autor como uma tendência geral para a preferência por certos estados ou relações em detrimento de outros. Cortando todas essas camadas, estaria a noção de “práticas”, isto é, os meios como cada cultura inculca coerente e coesivamente seus valores a cada nível de manifestação cultural.

Esse diagrama foi representado por Hofstede da seguinte forma:

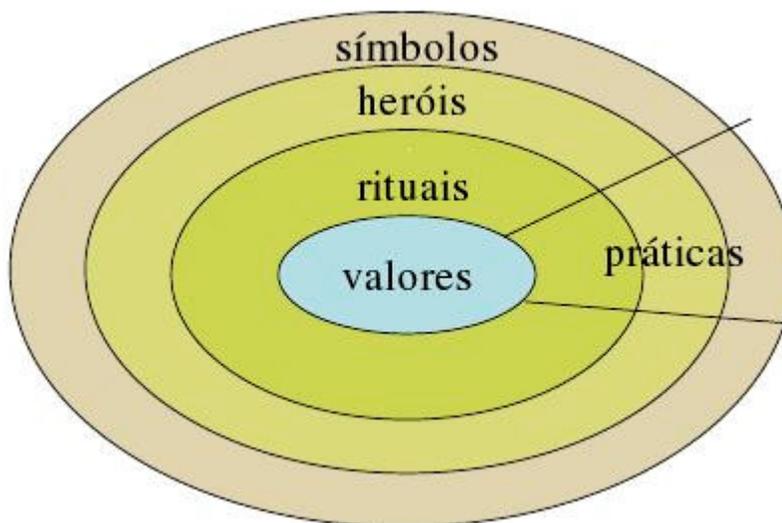


Figura 1: O diagrama da cebola (Hofstede, 1991: 9)

Buscando identificar pontos de semelhança entre membros de determinadas culturas, Hofstede desenvolveu um estudo no qual foram coletados dados entre funcionários de uma multinacional em 53 países. O autor focalizou em sua pesquisa dimensões culturais baseadas em estudos da Antropologia Social, que tinham como objetivo principal investigar de que forma problemas básicos nas sociedades modernas ou tradicionais são tratados em diferentes grupos socioculturais. Alguns dos problemas abordados estão relacionados a (a)

autoridade; (b) concepção de *self*<sup>10</sup> e relações entre o indivíduo e a sociedade; (c) conceitos de masculinidade e feminilidade e (d) meios de se lidar com conflitos e emoções (Hofstede, 1991: 13). As dimensões desenvolvidas por Hofstede são as seguintes:

1. Individualismo ↔ Coletivismo – essa dimensão diz respeito às relações entre indivíduo e sociedade;
2. Alta ou baixa distância de poder – refere-se aos diversos níveis de igualdade ou hierarquia em uma sociedade e a como os indivíduos posicionam-se em relação à distribuição do poder;
3. Alto ou baixo nível de ansiedade frente à incerteza – dimensão relacionada ao modo como membros de grupos culturais sentem-se ou não ameaçados diante de novas situações;
4. Masculinidade ↔ feminilidade – refere-se à distribuição de papéis entre os sexos, assim como aos valores que permeiam as relações entre homens e mulheres.

Assim como mencionado com relação às dimensões destacadas por Hall, o estudo dessas dimensões tem o intuito de aguçar nosso olhar para as manifestações linguísticas apresentadas nas entrevistas, assim como visam a embasar a discussão acerca da análise das mesmas. Dessa forma, veremos, com um pouco mais de detalhe, as dimensões individualismo ↔ coletivismo e maior ou menor distância do poder, por entendermos que as mesmas podem contribuir com aspectos importantes que podem ser manifestados linguisticamente e verificados nas entrevistas a serem analisadas em nosso estudo.

### 2.3.2.1

#### **A dimensão individualismo ↔ coletivismo**

A dimensão coletivismo ↔ individualismo está relacionada à natureza das ligações estabelecidas entre indivíduos e sociedade. Assim, o eixo individualismo estaria ligado à orientação para iniciativas individuais, e o eixo coletivista seria conceituado como uma tendência à orientação para objetivos e metas comuns.

---

<sup>10</sup> O termo *self* possui muitas e diferentes concepções (de acordo com a teoria psíquica, construcionista social, discursiva, entre outras). Nesse estudo, segundo Girola (2000), a concepção de *self* está relacionada ao conceito de identidade.

De acordo com os estudos de Barros (1993: 49), nas culturas coletivistas, o interesse do grupo prevalece sobre os interesses individuais, o que implica em relações sociais mais estreitas. Dessa forma, os laços de amizade são priorizados, existe uma tendência de que as decisões sejam tomadas coletivamente, e, não raro, as identidades são determinadas através da afiliação a grupos (como família, colegas de trabalho, vizinhos, entre outros). Barros também relaciona essa dimensão à tendência em se evitar a discórdia e desarmonia no grupo, sendo, por isso, evitados confrontos diretos.

Para Hanke (2005), essa dimensão relaciona-se às categorias abordadas por outros autores (por exemplo, Trompenaars, 1993), como diretividade e indiretividade, uma vez que, em culturas coletivistas, as negativas, críticas ou expressões claras de opinião devem ser evitadas e substituídas preferencialmente por expressões como “talvez” ou “sim, mas...”.

Nas culturas com maior tendência ao individualismo, valores individuais, como, por exemplo, a realização pessoal e a livre expressão de opinião, têm prioridade em relação aos valores coletivos. Assim, a expressão objetiva e clara de argumentos é aceita socialmente com naturalidade.

### **2.3.2.2**

#### **A dimensão distância do poder**

A dimensão distância do poder mede a forma como os membros menos poderosos de uma sociedade aceitam ou incorporam a distribuição do poder nessa mesma sociedade. Ela está, portanto, relacionada às categorias igualdade e hierarquia.

Hofstede representa a distância do poder como um contínuo, sendo que quanto mais baixo o nível de distância, mais igualitária seria a cultura. No entanto, quanto mais alto é o índice de distância do poder, maior é a tendência a um alto grau de hierarquização da sociedade.

Através dos traços destacados nessa dimensão, as relações sociais entre pais e filhos, chefes e empregados, alunos e professores, assim como a forma como essas relações se dão linguisticamente nas interações, podem ser verificadas e analisadas. Como exemplo, podemos dizer que tais aspectos se refletem no comportamento linguístico, principalmente no que tange às formas de tratamento

nas interações interpessoais. Assim, o modo como subalternos dirigem-se a seus chefes, os filhos a seus pais, alunos a professores, e vice-versa, é, de certa forma, determinado pelo modo como o poder permeia essas relações.

Pode-se dizer, então, que essa dimensão relaciona-se à noção de espaço pessoal, revista e discutida anteriormente. Isto é, ela também está ligada ao modo como as formas de tratamento são realizadas e não só ao uso de pronomes pessoais nas interações, mas como tal uso pode ser interpretado de acordo com cada cultura ou cada situação.

## 2.4

### Traços da cultura brasileira e da cultura alemã

É importante novamente ressaltar que abordar a questão dos traços culturais preponderantes em determinada cultura implica necessariamente o risco do estereótipo. Contudo, Bennett (1998) chama atenção para a necessidade de generalizações em estudos de comunicação intercultural:

*Without any kind of supposition or hypothesis about the cultural differences we may encounter in an intercultural situation, we may fall prey to naive individualism, where we assume that every person is acting in some completely unique way. Or we may rely inordinately on “common sense to direct our communication behavior. Common sense is, of course, common only to a particular culture. Its application outside of one’s own culture is usually ethnocentric. (Ibid: 6)<sup>11</sup>*

Dessa forma, o autor aponta a noção de “preponderância de crenças”, como uma saída estratégica para que um trabalho possa considerar as generalizações acerca de uma cultura sem cair nos estereótipos. Tal termo deixa claro que o pertencimento a dada comunidade não faz necessariamente com que um indivíduo pense ou aja de determinada maneira. No entanto, Bennett complementa essa idéia de preponderância afirmando que o indivíduo ‘destoante` não representaria a “norma” em tal comunidade, sendo considerado antes um “desviante”, no sentido sociológico do termo.

---

<sup>11</sup> Sem fazer uso de qualquer tipo de suposição ou hipótese sobre diferenças culturais que poderemos encontrar em uma situação intercultural, nós podemos cair num individualismo muito ingênuo, à medida que estaremos assumindo que uma pessoa está agindo de forma completamente única. Ou nós podemos nos basear aleatoriamente no senso comum para direcionar nosso comportamento comunicacional. O senso comum, naturalmente, específico a uma cultura particular. Esta aplicação fora do que é próprio a sua própria cultura é normalmente etnocêntrica.

Considerando então que cada cultura apresenta traços específicos decorrentes da história e das condições em que se constituiu, vejamos a seguir alguns traços culturais brasileiros e alemães abordados sob a ótica da antropologia cultural e, principalmente, sob a ótica de estudos com foco no interculturalismo.

### **2.4.1**

#### **Traços da cultura brasileira**

Para falar em traços culturais, é importante mais uma vez ressaltarmos o caráter extremamente dinâmico da cultura. Além disso, é essencial termos em mente que, se entendermos cultura como padrões compartilhados de crenças, valores, símbolos, práticas e significados, temos de estar atentos às constantes elaborações e reelaborações pelas quais passam tais significados.

Ting-Toomey, em sua definição de cultura, acrescenta: “são padrões partilhados em vários graus” (Ting-Toomey, 1999: 10). Ou seja, até que ponto, ou em que medida esses aspectos ou padrões são compartilhados pelo grupo ou integrantes do grupo é, obviamente, muito variável.

Outro fator importante que deve ser considerado é a diversidade, pois ela se verifica de uma sociedade para outra, de grupos para grupos e de pessoas para pessoas, e as trocas culturais acontecem incessantemente em todos os patamares: entre pessoas e pessoas, grupos e grupos, culturas e culturas.

Entendendo, no entanto, que cada sociedade é rica em traços culturais ou particularidades decorrentes, principalmente, das condições em que foram desenvolvidas e de sua história, passaremos a revisar o que na literatura aparece como traços da cultura brasileira.

#### **2.4.1.1**

##### **Breve revisão dos estudos de cultura brasileira**

Ao longo da História, diversos antropólogos, sociólogos e pesquisadores das mais diferentes áreas (História, Economia, Educação, entre outras) vêm-se ocupando com a questão da cultura e da identidade nacional brasileiras.

O historiador e pesquisador Jean Baptiste Nardi, em seu artigo “Cultura, identidade e língua nacional no Brasil” (2002: 3), chama atenção para o fato de que, antes da década de 30, grande parte da produção literária acerca dos estudos

de cultura brasileira tem como similaridade a utilização de fontes eruditas, definindo-a como uma “entidade essencialmente abstrata”. Além disso, o autor afirma que a visão apresentada por tais estudos seria reducionista, uma vez que estaria calcada nos moldes europeus, afastando-se, portanto, da realidade brasileira concreta e observável, e desconsiderando a pluralidade econômica, geográfica e social.

Somente após 1930, manifesta-se a “consciência negadora do passado” (Mota, 1990: 2), assumindo os movimentos populares o primeiro plano na explicação da História e Cultura Brasileira, a partir das obras de Caio Prado Jr. (1933), Gilberto Freyre (1933) e Sérgio Buarque de Holanda (1936). O historiador Carlos Guilherme Mota (1990) destaca as obras desses autores como um conjunto de produções maduras, definindo os rumos da cultura brasileira e buscando os elementos étnicos, políticos e mentais que formaram o chamado “povo brasileiro”. As obras dos autores supracitados marcariam o “redescobrimento do Brasil”, preocupando-se em explicar as relações sociais a partir de fatos socio-histórico-econômicos, fugindo da visão mitológica de Brasil que impregnava a explicação histórica dominante (Mota, 1990: 13).

A obra *Evolução Política do Brasil* de Caio Prado Jr. (1933) é considerada, de acordo com Mota (op. cit.), um estudo pioneiro do movimento de redescoberta do Brasil. Nessa obra, Prado Jr. valoriza movimentos sociais como a Cabanada e a Balaiada, preocupando-se em abordar e explicar as relações sociais no contexto brasileiro, através de bases materiais.

A seguir, ainda em 1933, surge *Casa Grande e Senzala* de Gilberto Freyre, obra inspirada na antropologia cultural que estava sendo desenvolvida na América do Norte e em fenômenos antes não considerados ou com conotação negativa, como a mestiçagem. Tal obra teve mais repercussão à época que a de Prado Jr., sendo considerada um marco para os estudos de cultura brasileira, representando uma ruptura com os modelos clássicos. Sobre o autor e sua obra, afirma Mota (Ibid: 28):

“(...) ele é o grande ideólogo da Cultura Brasileira. Sua obra representou, nada obstante, uma *ruptura* com a abordagem cronológica clássica, com as concepções imobilistas da vida social do passado e do presente. A obra de Freyre teve o peso de uma denúncia do atraso intelectual, teórico e metodológico que caracterizava os estudos sociais e históricos no Brasil.”

Chegamos, assim, à considerada terceira grande obra da época, o clássico *Raízes do Brasil* de Sérgio Buarque de Holanda (1936). Esse livro aponta o surgimento das classes sociais, questionando as velhas oligarquias e buscando, nas raízes da sociedade brasileira, uma explicação para o atraso social vigente. Além disso, formula hipóteses para sua superação. *Raízes* é uma obra inovadora no que diz respeito à busca pela identidade nacional.

Essas obras influenciaram profundamente variados estudos de antropólogos, cientistas sociais, linguistas e historiadores, entre outras áreas de interesse. Podemos citar, por exemplo, a obra de Darcy Ribeiro *O povo brasileiro*, lançado em 1995, que, segundo o próprio autor, foi escrito e reescrito durante exatos 30 anos até seu lançamento.

O historiador Jean Baptiste Nardi (2002: 4) identifica, entre diferentes autores cujo objeto de estudo é a cultura brasileira, duas linhas principais de abordagem.

(a) A primeira linha consiste, principalmente, na descrição de tradições, costumes e artes, contendo poucas interpretações. De todo modo, trata-se de estudos fundamentais, que fornecem uma ampla base de conhecimentos e elementos para reflexão. Entre esses estudos, Nardi cita os de Câmara Cascudo (1983, 1984, 1987), Maynard Araújo (1977) e Amadeu Amaral (1976).

(b) A segunda linha tenta explicar a realidade brasileira a partir de temas de cultura popular e fenômenos cotidianos, relacionados ao que podemos chamar de cultura subjetiva. Entre os autores citados, estão Roberto da Matta (1980, 2000), Maria Andrea Loyola (1984) e Ecléa Bosi (1972).

Veremos, no próximo tópico, alguns traços da cultura brasileira como apresentados e explorados, principalmente, nos trabalhos de Holanda e Da Matta, assim como abordados nos estudos de Cruzamento Cultural e de descrição de cultura brasileira com foco no ensino de PL2E. Trata-se de traços relacionados à cultura subjetiva, ou seja, aos costumes, crenças, valores e atitudes compartilhados, em maior ou menor grau, coletivamente por um grupo, portanto, os que mais interessam a este estudo.

#### **2.4.1.2**

#### **Consultando a literatura sobre traços de cultura brasileira**

Holanda liga a formação do Brasil diretamente às suas origens, isto é, à sua colonização e ao legado político, cultural e institucional ibérico. Em sua obra *Raízes do Brasil* (Holanda, 1995), lança mão de conceitos que descrevem os traços que explicariam a sociedade brasileira.

O primeiro traço que revisaremos neste estudo é a cultura da personalidade, entendida como, por um lado, a valorização do indivíduo autônomo e, por outro, a frouxidão da estrutura social baseada em contratos. Segundo as palavras do autor: “Em terra de barões, não é possível acordo coletivo durável, a não ser por uma força exterior respeitável e temida.” (1995: 86). Segundo Ferreira et alii (2009), esse traço estaria ligado a outra herança ibérica, que seria a aversão ao trabalho:

A carência dessa moral do *trabalho* se ajusta bem a uma reduzida capacidade de organização social. Efetivamente o esforço humilde, anônimo e desinteressado é agente poderoso da solidariedade dos interesses e, como tal, estimula a organização racional dos homens e sustenta a coesão entre eles (Holanda, 2000, apud Ferreira et alii, 2009).

O segundo conceito desenvolvido por Holanda que veremos aqui é o que chama de ética da aventura, na qual define e explica a figura do aventureiro, contrapondo-a à figura do trabalhador. Para o autor, o espírito aventureiro do português colonizador representaria a adaptabilidade e mobilidade por um lado e, por outro, a negação da estabilidade e do planejamento. Tal atitude corroboraria com a cultura do ócio, afastando-se de uma ótica de trabalho, visto como um “esforço sem perspectiva de rápido proveito material” (Holanda, 1995: 64).

Outro importante conceito definido por Holanda seria o de ruralismo, que se aproxima de outro importante traço da cultura brasileira: o patriarcado. Pode-se dizer, além disso, que esse traço está sobretudo relacionado ao conceito de homem cordial, talvez um dos mais abordados e estudados em pesquisas de cultura brasileira.

O conceito de homem cordial pode ser entendido como a tendência do brasileiro a manter-se fortemente vinculado a laços familiares e de amizade. De acordo com o autor, esse traço seria o responsável pelo grau de intimidade com que, geralmente, o indivíduo dirige-se aos demais, como, por exemplo, pelo primeiro nome ou incorporando o sufixo “inho/a” às mais diversas situações. O homem cordial pode ser interpretado, assim, como o “homem que tem o coração

como intermédio de suas relações” (Ferreira et alii, 2009: 16), para o qual não há distinção bem definida entre o público e o privado.

Também em relação à distinção de espaços, Da Matta (2001) defende os conceitos de “casa” e “rua” como os dois espaços básicos em que está alicerçada a sociedade brasileira. A “casa” é caracterizada como o espaço da família, da tranqüilidade, da afetividade e da sensação de acolhimento e bem-estar. Já o espaço da “rua” está relacionado ao trabalho (visto como um castigo), à surpresa, às pessoas desconhecidas. Daí a tendência do brasileiro em tentar estender para a “rua” a sensação de conforto e bem-estar vivenciada na “casa” (Meyer, 2001).

Por essa tendência de estendermos as relações da “casa” para a “rua” pode ser explicado o fato de, muitas vezes, como destaca Trevisan (2001), o patrão ou governante ser visto como um “pai”, cabendo a ele o papel da decisão e delegação de ordens e sobrando aos demais uma postura de acatamento, obediência e, não raramente, uma sensação de não responsabilidade pelos acontecimentos. O autor ressalta também o fato de nossa sociedade estar baseada nas relações pessoais e em privilégios e destaca, citando Da Matta (1997), a diferença entre pessoa e indivíduo: a pessoa faria parte do espaço da “casa”, do conhecido, de uma rede de relações, merecendo, assim, um tratamento diferenciado; o indivíduo seria o “sujeito da lei”, para quem as regras teriam sido estabelecidas e deveriam ser cumpridas de forma igualitária; este pertenceria ao espaço da “rua”. São esses espaços básicos que fazem com que acontecimentos, pessoas e questões de ética e moralidade sejam avaliadas e definidas.

Esses fatores explicariam, de certa forma, alguns “traços de brasilidade” (Barbosa, 1992), como a flexibilidade, a informalidade, a criatividade e a cordialidade, que deve ser entendida, segundo a autora, como em Holanda (1995): mais como uma manifestação de emotividade e espontaneidade do que como bondade.

Barros (2009), em seu estudo sobre os traços distintivos das culturas brasileira e americana, constatou que os anúncios brasileiros refletem a tendência da sociedade brasileira ao coletivismo, ou seja, a tendência à valorização do grupo, que pode ser formado pela família, colegas de trabalho, amigos, entre outros, e destaca ainda, como principais traços da cultura brasileira, a comunicação de alto contexto, a indiretividade e um nível acentuado de proximidade entre os participantes das situações de comunicação.

Nos estudos de Fonseca e Castor (2005) sobre a comunicação intercultural entre trabalhadores brasileiros e estrangeiros de multinacionais no estado do Paraná, os autores destacaram, a partir da análise de entrevistas, os seguintes traços culturais entre os brasileiros: a valorização das relações interpessoais, a aversão à sistematização do trabalho, a orientação para o curto prazo, entre outros traços.

Com relação ao manejo do tempo, os estudos de Harrison (1983), Freitas (1999), Fonseca e Castor (2005), Barros (2009), Trevisan (2001), Santos (2007), entre outros pesquisadores, caracterizam a cultura brasileira como policrônica, isto é, uma cultura na qual prevalece uma atitude flexível no que diz respeito a compromissos e horários e a tendência à realização de diferentes tarefas num mesmo intervalo de tempo.

## **2.4.2**

### **Traços da cultura alemã**

Assim como procedido em relação à cultura brasileira, faremos a seguir uma breve revisão dos estudos sobre os antecedentes socioculturais na formação da cultura alemã, assim como faremos, também, um levantamento dos principais traços culturais relacionados a essa cultura, abordados principalmente em pesquisas com enfoque em interculturalismo e cruzamento cultural.

#### **2.4.2.1**

##### **Breve revisão dos estudos de cultura alemã**

De acordo com o professor e pesquisador Karlfried Knapp (1995), em seu artigo “*What's German? Remarks on German Identity*”<sup>12</sup>, o primeiro e mais influente fator na formação da identidade cultural alemã foi o protestantismo luterano. O autor ressalta que a reforma protestante teria influenciado muitas culturas europeias, mas chama atenção para a importante diferença entre as versões luterana e calvinista da Reforma. Essa diferença explicaria as profundas distinções culturais que separam a cultura germânica das demais culturas europeias.

---

<sup>12</sup> O que é alemão? Observações sobre a identidade alemã

Estabelecendo pontos de distinção entre as três principais vertentes religiosas europeias do século XVI – o catolicismo, o protestantismo luterano e o protestantismo calvinista - que determinaram e influenciaram muitos traços culturais de diferentes grupos culturais em princípio na Europa, mais tarde espalhando-se pelo mundo, David Seiffge (2001) destaca como ponto fundamental a questão da hierarquia. Nesse ponto, o catolicismo distingue-se tanto do calvinismo quanto do luteranismo, uma vez que está calcado em uma base hierárquica, na qual o Papa é a autoridade maior. Nas vertentes protestantes, a única autoridade é a bíblia, vigorando o princípio de “igreja comunitária” (*die Gemeinde-Kirche*), na qual o próprio povoado ou comunidade elege seus pastores e administra de forma independente suas finanças.

Mergulhando ainda mais fundo na ética protestante, Weber (1987)<sup>13</sup> afirma que a Reforma teria significado o repúdio à forma de controle “muito frouxa” da Igreja Católica, favorecendo em contrapartida, uma severa regulamentação de conduta que penetraria “em todos os setores da vida pública e privada” (Ibid: 13), sendo infinitamente mais opressiva e rigorosa. Com base em sua argumentação, podemos perceber o peso das crenças e valores protestantes para a formação da identidade alemã. Peso que, segundo o autor, é muito maior, se comparado ao que chama de “situações temporárias externas, históricas e políticas” (Idem).

Também ao abordar a questão sobre raízes luteranas na cultura alemã, Knapp (1995) destaca, como o principal fundamento dessa doutrina, um movimento de “olhar antes de tudo para dentro de si mesmo” (*inwardness*). Esse princípio pode ser visto como a base para a atitude alemã de seriedade no trabalho, forte senso de responsabilidade e autonomia, separação definida entre o trabalho e a vida pessoal. Outro traço que teria sua origem no protestantismo de Lutero, segundo Knapp, seria a preferência por regras claras e planejamentos bem estabelecidos, assim como a ordem e a disciplina.

A influência do Idealismo sobre a identidade cultural alemã também é ressaltada por Knapp. Uma vez que o plano do ideal está acima do plano da razão prática, o indivíduo vê-se forçado a seguir a razão através da obediência às leis do

---

<sup>13</sup> O ensaio *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* foi escrito por Max Weber entre os anos 1905 e 1906, e publicado em 1920. Foi consultada para este trabalho a tradução de Szmrecsányi e Szmrecsányi.

estado que, por sua vez, é visto como uma instituição de moral superior e não como um mero grupo de indivíduos. Isso acontece porque a legislação do estado estaria baseada em princípios gerais da razão prática. Assim, o Idealismo, como uma variação do pensamento interior e espiritual luterano, levou à busca por verdades universais e atemporais, em detrimento das necessidades mundanas e circunstanciais do dia-a-dia.

Também estaria relacionado ao Idealismo o fato de a cultura alemã alcançar posição de destaque na dimensão descrita por Hofstede como “evitação de incertezas”, dado que faz parte da filosofia idealista a procura por respostas gerais e básicas para a solução de problemas. O ceticismo idealista frente ao modernismo seria a principal contribuição para o chamado conflito entre humanismo (ligado ao mundo intelectual e das artes) X cientificismo (ligado ao mundo tecnológico). Segundo o autor, o forte questionamento sobre as consequências do progresso da ciência e da tecnologia explicaria a força do movimento ecológico na Alemanha. Weber, a propósito, também ressalta o fato de o Protestantismo colocar-se antagonicamente ao que chama de progresso. Para o autor o pensamento protestante seria “abertamente hostil a aspectos inteiros da vida moderna” (1987: 16).

A herança dos pensamentos luterano e idealista pode ser, assim, notada particularmente nas áreas sociais e econômicas. Deste modo, encontramos na ética protestante do trabalho a explicação para o fato de trabalhadores alemães, de um modo geral, serem capazes de realizar sua tarefa de forma muito independente e automotivada dentro de áreas de responsabilidade bem demarcadas. Para Weber, as características de forte poder de concentração mental e um intenso sentimento de dever teriam sido essenciais para o desenvolvimento destas habilidades. Ainda com relação à concepção de trabalho na sociedade alemã, o autor apresenta importantes observações, como veremos a seguir. Segundo Weber, o próprio termo alemão “Beruf”, embutiria a conotação religiosa de “tarefa confiada por Deus” (1987: 34), tendo surgido inicialmente nas traduções da Bíblia feitas por Lutero. Assim, o Luteranismo desenvolvia, deste modo, uma concepção de trabalho que representava a valorização do cumprimento dos deveres e

---

obrigações, emprestando um significado religioso às atividades do dia a dia, através da ideia de vocação:

O único modo de vida aceitável por Deus não era o superar a moralidade mundana pelo ascetismo monástico, mas unicamente o cumprimento das obrigações impostas ao indivíduo pela sua posição no mundo. Esta era sua vocação. (p. 34)

A atitude protestante de deixar as negociações políticas e decisões para as pessoas e/ ou instituições responsáveis afina-se com a relativa harmonia com que se dão geralmente as relações de trabalho na Alemanha. Por outro lado, esse aspecto, somado à atitude de obediência inquestionável a leis e ordens superiores, teria, segundo Knapp, consequências negativas, como as derivadas da Segunda Guerra Mundial.

Por sua vez, a guerra e o período nazista marcaram profundamente o que podemos chamar de identidade alemã. Diversos autores, como o próprio Knapp (1995), Tesarová (2003), Kattner (2009), entre outros, abordam a complexidade em defini-la. Knapp (2005: 12) afirma que não só é difícil determinar o quanto os alemães teriam desta identidade, mas também, e principalmente, é difícil estimar até mesmo se eles desejam ter esta dita 'identidade alemã':

*It is, in fact, difficult to talk about "a" or "the" German identity because many Germans are themselves vague about how far they do have a national identity and whether they actually want to have an identity at all. The misuse caused by the Nazis rendered an uninterrupted continuation of the traditional German ways of thinking impossible after 1945.*<sup>14</sup>

Para Mirbach (2006: 3), as tradições e o forte imaginário histórico alemão romperam-se de forma trágica com o que chama de “pesadelo do Terceiro Reinado” (*Alptraum des “Großdeutschen Reiches”*). Como o regime nazista estaria ligado, de certa forma, a um rompimento na história alemã, Mirbach afirma que após 1945 os alemães teriam decidido abandonar a história:

*Weil aber das Nazi-Regime und der Ruin in der deutschen Geschichte zusammengehörten, hätten die Deutschen nach 1945 beschlossen, aus der Geschichte auszutreten.*<sup>15</sup>

<sup>14</sup> É, de fato, difícil falar sobre "uma" ou "a" identidade alemã, porque para muitos alemães é bastante vago delimitar o quanto eles têm uma identidade nacional, e se realmente querem ter esta identidade. O uso indevido deste conceito pelos nazistas causou uma descontinuação dos modos tradicionais de pensamento alemão, algo compreensível depois de 1945. (Tradução da autora)

<sup>15</sup> Mas porque o regime nazista e a ruína na história alemã, de certa forma, estavam juntos, os alemães decidiram-se após 1945 a abandonar a história. (idem)

O pesquisador Alfred Heuss (Apud Mirbach, 2006: 3) refere-se a esse fenômeno como a “perda da história” (“*Verlust der Geschichte*”).

Também versando sobre a identidade alemã relacionada aos aspectos históricos e sociais, a partir dos quais desenvolve seu estudo, a autora Tesařová (2003: 5) cita desde a unificação alemã, no fim do século 19, até o Nacional Socialismo, em meados do século 20:

*“ Die Deutschen unterscheiden sich von allen anderen Nationen durch ihr eigenartiges Nationalbewusstsein.(...) Die Geschichte Deutschlands ist seit dem 19. Jahrhundert dadurch belastet, dass ein gesundes Nationalbewusstsein durch verschiedene Faktoren gestört war. Deutschland war immer ein Mosaik von politisch, kulturell, sprachlich und konfessionell autonomen Regionen, die sich immer wieder unterschiedlichen Machtzentren zuwenden mussten. Dadurch fehlte eine entsprechende Orientierung und Identifikation. Als dann der Nationalismus hochschwappte, schwankte das Bewusstsein der Menschen zwischen Minderwertigkeitskomplex und Größenwahn, eine der Ursachen für die Katastrophe des Dritten Reichs.Viele Menschen sind heute noch verstört durch das, was zwischen 1933 und 1945 passierte und schämen sich.”*<sup>16</sup>

A revisão desses antecedentes históricos contribui indubitavelmente para nosso entendimento a respeito dos traços culturais que podem ser relacionados à cultura alemã, o que veremos a seguir em trabalhos que investigam principalmente situações de cruzamento cultural que envolvem essa cultura.

#### **2.4.2.2**

#### **Consultando a literatura sobre traços da cultura alemã**

---

<sup>16</sup> “Os alemães diferenciam-se de todas as outras nações pela sua muito particular consciência nacional (...) A história da Alemanha foi atingida desde o século XIX por diferentes fatores que fizeram com que uma consciência nacional salutar fosse prejudicada. A Alemanha sempre foi um mosaico político, cultural, linguístico e confessional de regiões autônomas, as quais sempre tiveram que se sujeitar a diferentes centros de poder. Assim, sempre faltou uma orientação para uma unidade e para um sentimento de identificação. Quando então o Nacional Socialismo esteve em alta, a consciência das pessoas oscilou entre o complexo de inferioridade e superioridade, uma das causas para a catástrofe que se tornou o Terceiro Reinado. Muitas pessoas ainda hoje são perturbadas pelo ocorrido entre 1933 e 1945 e envergonham-se.”

Para o levantamento dos traços culturais alemães, buscamos, além dos estudos de Knapp (1995), a contribuição dos trabalhos de Edward Hall (1990), Flippo (1996), Hedderich (1997), Zeuner (2002), Hanke (2005), entre outros.

Michael Hanke (2005: 3) cita os estudos de Hofstede, que situam a cultura alemã em um eixo que tende para a baixa distância de poder, lembrando que tal contínuo (alta ↔ baixa distância de poder) refere-se à distribuição preponderantemente igualitária ou hierárquica da sociedade e da maior ou menor aceitação de seus membros quanto a essa distribuição. Isso significa que a cultura alemã tende para um menor nível de hierarquia nas relações interpessoais.

Outro aspecto abordado pelo autor seria o caráter individualista da sociedade alemã, na medida em que a comunicação está mais voltada para as tarefas, ou seja, para os problemas, do que para questões pessoais, isto é, para as relações. Segundo o mesmo Hanke, esse traço reflete-se também no modo como os membros dessa cultura utilizam a língua: (a) sem a necessidade de mitigações ou uso de indiretivos (as críticas são bem aceitas socialmente); (b) com a necessidade de um alto grau de explicitação, ou, em outras palavras, sem espaço para informações pela metade ou subentendidas.

Dessa forma, não só os estudos de Hanke (2005), como também os de Zeuner (2002), Hall (1989), Gerry and Wilson (1995), entre outros, destacam a comunicação de baixo contexto como um traço importante da cultura alemã.

Os trabalhos de Flippo (1996), Schröder (2003), Hedderich (1997), além dos trabalhos supracitados, destacam ainda o tempo monocrônico como um traço cultural alemão, uma vez que verificaram em suas pesquisas uma grande importância dada pelos membros dessa cultura a compromissos em que o aspecto tempo estaria envolvido, além da tendência a dedicarem-se a uma tarefa ou assunto de cada vez.

Hanke (2005) chama atenção para o alto risco de mal-entendidos que esse aspecto pode suscitar, principalmente em situações que envolvam debates e tomadas de turno, dado que, para pessoas de cultura policrônica, não há grande problema no fato de várias pessoas, por exemplo, falarem ao mesmo tempo. Além disso, o autor ressalta que, do ponto de vista de um representante de cultura monocrônica, pode parecer indelicado o fato de um interlocutor dedicar-se a outra tarefa enquanto dialogam. O autor Trompenaars (1993: 111) se refere a esse aspecto no seguinte trecho:

Estilos sincrônicos ou policrônicos parecem extraordinários para quem não é acostumado a eles. Uma vez comprei uma passagem aérea com uma mulher num balcão em Argentina. A mulher, enquanto preparava meu bilhete corretamente, ficou conversando no telefone com uma amiga e admirando o nenê de uma colega. Pessoas que fazem várias coisas paralelamente podem ofender, sem querer, pessoas que estão acostumadas a fazer uma coisa de cada vez.

Hanke (2005: 4), por sua vez, exemplifica uma situação inversa, relatando um episódio que envolve um coreano (membro de uma cultura policrônica) e seu amigo holandês (membro de uma cultura predominantemente monocrônica):

(...) o holandês não interrompeu a conversa no telefone quando o amigo coreano entrou no escritório, e só o cumprimentou após encerrar o telefonema. Não ter sido cumprimentado espontaneamente durante o telefonema foi, para o coreano, uma ofensa.

Os estudos, principalmente, de Flippo (1996) e Knapp (1995) destacam a forte consciência ecológica como um traço cultural alemão bastante significativo.

Outros traços verificados nas pesquisas de cruzamento cultural desenvolvidas por Hedderich (1997), Zeuner (2002) e Schröder (2003) atribuídos à cultura alemã seriam a tendência à manutenção da privacidade, com uma definida separação entre o trabalho e a vida particular, e um alto grau de racionalidade e pragmaticidade em vários aspectos estudados, como na tomada de decisões e na exposição de fatos em situações de interação.

## 2.5 Comunicação Intercultural

Uma vez conscientizados das especificidades existentes entre quaisquer diferentes culturas e estando a par, mais especificamente, dos traços preponderantes nas culturas envolvidas neste estudo, ocupemo-nos, então, do seguinte questionamento: como pessoas que não compartilham uma mesma experiência cultural podem compreender-se mutuamente numa situação comunicativa? O estudo da comunicação intercultural<sup>17</sup> visa essencialmente a investigar esse fenômeno (Bennett, 1993).

<sup>17</sup> Conceito desenvolvido por Edward T. Hall em *The Silent Language* (1959), tido como o marco dos estudos interculturais (Rogers et alii, 2002).

Adotamos aqui um ponto de vista que entende a comunicação primariamente como troca de informação, seja ela constituída por palavras, idéias ou emoções (Trompenaars e Hampden, 1998: 29). Essa informação, por sua vez, seria mediada por uma linguagem simbólica, cujos significados são atribuídos distintivamente de acordo com cada cultura. Assim, a comunicação intercultural mostra-se como um importante objeto de estudo, principalmente para pesquisas voltadas para o ensino e a aprendizagem de línguas estrangeiras, como é o nosso caso.

De acordo com Souza e Fleuri (2003: 53), a abordagem intercultural envolve a experiência do entrelugar, que, por sua vez, desencadeia um processo de desconstrução de modelos e, consecutivamente, construção de novas perspectivas. Essa “relativização dos saberes” geraria um “descondicionamento ideológico”, ou seja, a ultrapassagem dos etnocentrismos.

O pesquisador Everardo Rocha (2004: 7) aborda a questão do etnocentrismo da seguinte forma:

Etnocentrismo é uma visão do mundo onde o nosso próprio grupo é tomado como centro de tudo e todos os outros são pensados e sentidos através de nossos valores, nossos modelos, nossas definições do que é a existência. No plano intelectual, pode ser visto como a dificuldade de pensarmos a diferença; no plano afetivo, como sentimentos de estranheza, medo, hostilidade etc. Perguntar sobre o que é etnocentrismo é, pois, indagar sobre um fenômeno onde se misturam tanto elementos intelectuais e racionais quanto elementos emocionais e afetivos. No etnocentrismo, estes dois planos do espírito humano – sentimento e pensamento – vão juntos compondo um fenômeno não apenas fortemente arraigado na história das sociedades como também facilmente encontrável no dia-a-dia das nossas vidas.”

Os autores Günthner e Luckman (2000) relacionam os problemas surgidos na comunicação intercultural ao não compartilhamento de um mesmo repertório de gêneros comunicativos ou, em outras palavras, às assimetrias nos estoques de conhecimento envolvidos na interação intercultural. Questionando-se a respeito das semelhanças e diferenças envolvidas na comunicação intercultural, os autores identificam dois problemas centrais. O primeiro diz respeito à reciprocidade de perspectivas que nortearia a percepção humana da realidade. Ela está relacionada ao pressuposto de que as outras pessoas são semelhantes a nós próprios. Em outras palavras, a pressuposição de que, sob circunstâncias semelhantes, o outro sentiria, pensaria ou agiria (Schütz, 1944 Apud Günthner e Luckmann, 2000) do

mesmo modo que si próprio. O segundo princípio se emoldura num conhecimento específico e explícito que modifica a operação do primeiro, reconhecendo que a semelhança e diferença podem conviver, na medida em que, por exemplo, sabemos que homens e crianças possuem aspectos diferentes e semelhantes ao mesmo tempo.

Günther e Luckman continuam desenvolvendo seu raciocínio a respeito de diferenças e semelhanças, afirmando que os estoques de conhecimento das variadas sociedades diferem significativamente uns dos outros. Esse estoque de conhecimento seria transmitido por pais, parentes, professores e meios de comunicação a partir do momento em que o indivíduo nasce.

Mesmo observando que, se tal pressuposto fosse levado ao pé da letra, nenhum problema interacional emergiria numa sociedade fechada e com uma distribuição perfeitamente igual de conhecimentos (o que, de fato, seria impossível), os autores ressaltam que a interação social requer um conjunto disponível de conhecimentos partilhados.

Dessa forma, problemas (como a assimetria de conhecimentos relevantes) relacionados ao uso da linguagem, aos gêneros comunicativos, aos seus estilos de uso, entre outros, podem causar diversos mal-entendidos e falhas de interpretação entre os membros de uma mesma cultura, mas, principalmente, àqueles que não possuem um repertório semelhante de conhecimentos.

Esse conceito de assimetrias de conhecimento mostra-se muito relevante para o desenvolvimento desta pesquisa, pois, de acordo com Günthner e Luckman, os participantes interacionais sabem pouco sobre como modificar o princípio da reciprocidade de perspectivas, pressupondo a existência de conhecimentos partilhados, quando na verdade eles não necessariamente ocorrem. O centro dos problemas na comunicação intercultural seriam então o não compartilhamento do mesmo repertório de gêneros e o não conhecimento adequado das semelhanças e diferenças no uso desses gêneros.

Levando-se em consideração todos os aspectos que envolvem a problemática da comunicação intercultural, vemos que não se trata apenas de uma questão de domínio exclusivo do ensino de línguas estrangeiras, mas podemos pensá-la como um objetivo global da educação nos dias atuais, em que a interação entre culturas diferentes tornou-se cada vez mais frequente. Logo, uma vez que abordamos especificamente o processo de ensinar e aprender línguas/ culturas

estrangeiras, o estudo de trabalhos que focalizam a comunicação intercultural como objeto investigativo mostra-se ainda mais essencial.

Falando em comunicação intercultural, abordamos conseqüentemente a aquisição e o desenvolvimento das competências comunicativa e intercultural.

Para Byram (1997: 3), competência intercultural é

ser capaz de interagir com pessoas de outros países e culturas numa língua estrangeira – ser capaz de negociar um modo de comunicação e interação, o qual seja satisfatório para si mesmo e para os outros interlocutores. O conhecimento da outra cultura está ligado à competência lingüística no sentido de ser capaz de usar a língua apropriadamente, estando consciente de significados específicos, valores e conotações da língua<sup>18</sup>.

Preocupado com a questão da comunicação intercultural, J. Chick (1996) afirma que a causa de mal-entendidos interculturais seria, principalmente, a natureza distintiva dos sistemas de valores e as diferenças nas configurações das relações sociais e das ideologias dominantes de grupos culturais. O autor ressalta ainda que tais dimensões do contexto social formariam convenções comunicativas, conferindo-lhes seu caráter cultural específico. Por isso mesmo, a transferência sociolinguística, isto é, o uso de regras linguísticas próprias de determinada comunidade de fala ou grupo cultural, quando em interação com membros de outra comunidade, é um fator potencial de interferência nessa comunicação.

Do mesmo modo que é importante que estejamos atentos à comunicação intercultural, também é primordial que, em se tratando do processo ensino/aprendizagem de LEs, se considere o cruzamento cultural estabelecido nessa situação, na qual aprendizes de uma LE veem-se em contato com o que lhes é, muitas vezes, diferente.

O autor John Keith Chick (1996) enfatiza que outro problema na comunicação intercultural seria a diferença sistemática nas pistas de contextualização<sup>19</sup> usadas pelos interlocutores. Tal afirmação reforça mais uma vez a importância de estarmos atentos a essas pistas, verificando os elos entre os traços lingüísticos e os dados contextuais/ culturais.

---

<sup>18</sup> Tradução da autora.

<sup>19</sup> Gumperz (2001: 152) chama de pistas de contextualização “as constelações de traços presentes na estrutura de superfície das mensagens” que fariam com que os falantes sinalizassem e os ouvintes interpretassem (i) a atividade que está ocorrendo; (ii) como o conteúdo semântico deve ser compreendido.

## 2.6 Língua e Identidade

É interessante observarmos como os conceitos aqui tratados relacionam-se entre si. Como exemplo, podemos verificar que muitas vezes no tópico anterior foram mencionados os termos ‘semelhança’ e ‘diferença’ (que serão, por sua vez, melhor explicitados neste tópico). Isso não se dá por acaso: de fato, tais termos dialogam o tempo todo, uma vez que estamos falando de fenômenos que em sua natureza estão entrelaçados: língua, cultura, identidade. De todo modo, é importante que cada um destes aspectos, aqui tratados e revistos como conceitos, seja abordado individualmente para que estejam claros, em nossas análises e discussões, o embasamento teórico e as perspectivas adotadas neste trabalho.

Versando sobre língua e identidade, Bucholtz e Hall (2004) chamam atenção para dois conceitos-chave: os conceitos de semelhança e diferença (“*sameness and difference*”). As autoras postulam que semelhança e diferença são “processos fenomenológicos que emergem da interação social” e, ao longo de seu estudo, voltam-se para os modos como tais similaridades e diferenças são organizadas em contextos sociais.

Assim, a identidade, segundo Kroskritz (2001: 106), é definida como uma construção linguística de adesão a um ou mais grupos sociais, adesão esta marcada pela identificação com algo tomado como ‘semelhante’. O autor também ressalta que, embora critérios não linguísticos possam ser significantes, a língua fornece critérios muitas vezes cruciais, através dos quais grupos ou membros desses grupos se definem e podem ser definidos pelos outros. Essa noção de identidade contribuirá muito para nossa pesquisa, por estarmos trabalhando com a questão da percepção e interpretação de textos numa perspectiva intercultural, o que está intimamente relacionado a possíveis semelhanças e diferenças nas identidades envolvidas. Em outras palavras, podemos afirmar que o aspecto indetificação é extremamente importante no tocante à questão da interpretação. Woodward (2000: 18), por exemplo, argumenta que anúncios publicitários só serão eficazes em seu objetivo “se tiverem apelo para os consumidores e fornecerem imagens com as quais eles possam se identificar”.

Deparando com os termos “identificar” e “identificação”, é imperativo que revisemos com maior detalhamento o conceito de identidade.

Segundo a supracitada autora (idem: 9), a identidade seria relacional, isto é, ela dependeria de algo fora dela para existir, sendo marcada principalmente pela diferença. Além disso, a identidade também pode ser marcada social e historicamente.

Também a respeito da problemática que envolve os conceitos de identidade e diferença, o pesquisador Ignatieff (Apud Silva, 2000: 13) levanta diferentes aspectos que merecem ser revisados. Vejamos a seguir alguns deles:

- É frequente o envolvimento de reivindicações essencialistas no que tange ao pertencimento ou não a determinados grupos identitários. Tal perspectiva entende identidade como algo fixo e imutável, o que contrasta com a visão relacional de identidade.
- De acordo com a perspectiva que entende a identidade como relacional, a diferença seria estabelecida por marcações simbólicas relacionadas a outras identidades.
- A identidade é marcada também por condições sociais e históricas.
- A conceitualização de identidade envolve a investigação de sistemas classificatórios, como, por exemplo, a divisão simbólica em grupos de oposição como “nós e eles”.
- É interessante observar que, no processo de identificação, algumas diferenças são marcadas, mas outras podem ser obscurecidas.
- Uma vez que as identidades são relacionais, possíveis contradições em seus critérios podem e devem ser negociadas. Assim, discrepâncias entre o nível coletivo e o individual podem ser observadas.
- A conceitualização de identidade também envolve a dimensão psíquica, isto é, a indagação sobre o que faria com que indivíduos assumissem ou não certas posições de identidade.

Tais observações muito contribuem para a apreensão da complexidade do tema.

Outra importante contribuição para os estudos que cercam a questão da identidade pode ser encontrada na pesquisa de Stuart Hall (1987; 2001) acerca dessa matéria. O autor apresenta, em seu *A identidade cultural na pós-modernidade* (2001: 10), três concepções de identidade bastante distintas entre si e que têm como base diferentes visões de sujeito, a saber: o sujeito do Iluminismo,

o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno, o qual reflete com maior nitidez a realidade que vivemos na atualidade.

Segundo Hall (idem), o sujeito do Iluminismo baseia-se na concepção de indivíduo unificado e centrado, que surgiria em seu nascimento e, apesar do desenvolvimento, permaneceria o mesmo ao longo de sua existência. O sujeito sociológico, por sua vez, surge como um reflexo da complexidade do mundo, relacionando o sujeito ao mundo sociocultural. Já a concepção de sujeito pós-moderno considera o fato de o sujeito ser fragmentado, composto por diversas identidades, até mesmo aquelas contraditórias entre si. Assim sendo, nessa concepção, o próprio processo de identificação seria “provisório, variável e problemático” (Ibid: 12), estando relacionado a diferentes aspectos. Por isso mesmo, defendemos um ponto de vista que considere as implicações socio-histórico-culturais que envolvem a questão da identidade, levando também em consideração a perspectiva de estudos sobre identidade que atentam para o fato de que indivíduos podem pertencer a vários grupos identitários ao mesmo tempo, de acordo com o contexto e, até mesmo, de acordo com suas escolhas pessoais.

Ainda sobre o conceito identidade, merece destaque a seguinte afirmação de Stuart Hall em seu *Identidade e diferença* (2000: 100) :

a identidade é um desses conceitos que operam “sob rasura”, no intervalo entre a inversão e a emergência: uma idéia que não pode ser pensada da forma antiga, mas sem a qual certas questões-chaves não podem ser sequer pensadas.

Dessa forma, considerando os pontos aqui discutidos com relação à identidade, interessa-nos observar o modo como os sujeitos desta pesquisa podem ou não expressar, em seu discurso, identificação com os anúncios brasileiros e alemães por eles interpretados, considerando as representações simbólicas neles manifestadas. Assim, partimos do pressuposto de que os estudantes entrevistados podem, a partir da interpretação desses sistemas, colocar-se em uma posição de pertencimento ou não a determinado grupo identitário.

Tomaremos, então, a definição de Kroskritz (2001) para identidade, isto é, a construção linguística de adesão a determinados grupos socioculturais a partir de algo reconhecido como “semelhante”, para delimitar categorias que contribuam para nossa análise dos posicionamentos adotados pelos entrevistados ao interpretarem os textos propostos pela pesquisa.

Com base na literatura revisada principalmente acerca de cultura e dos traços culturais brasileiros e alemães e numa pré-análise das entrevistas coletadas, chegamos às categorias *a auto e heteropercepção*; *a visão de trabalho* e *a manifestação de emoção*, as quais serão definidas a seguir.

### **2.6.1**

#### **A auto e heteropercepção**

As construções “nós” e “eles” elaboradas por diferentes grupos culturais em diferentes contextos discursivos são fonte de muitas pesquisas no campo de estudos interculturais. Através dessas construções, os falantes posicionam-se como pertencentes ou não ao grupo citado e, mais do que isso, estabelecem fronteiras virtuais, identificando-se ou não com fenômenos, aos quais são por eles próprios atribuídos normalmente valores como “engraçado”, “estranho”, “diferente”, “legal”, entre outros.

A marcação do posicionamento adotado pelo falante (dentro ou fora do grupo citado) pode ser materializada linguisticamente de diferentes formas, como, por exemplo, a partir dos pronomes: “nós”, “a gente”, “eles”. O falante também pode se eximir de tomar uma posição, citando genericamente o espaço físico, através da utilização de expressões como “no Brasil” ou “na Alemanha”; ou citando a língua em questão (“em português”, “em alemão”). Estes são casos exemplares de falantes que não se colocam explicitamente como membros de um grupo formado por “nós brasileiros” ou “nós alemães”.

Esses dados são extremamente relevantes para os estudos centrados em interculturalismo e cruzamento cultural, uma vez que estão relacionados às identidades envolvidas nessa interação e, além disso, ao modo como tais manifestações identitárias se apresentam no discurso.

### **2.6.2**

#### **A visão de trabalho**

A noção de trabalho é um dos aspectos fundamentais para a compreensão não só de traços culturais relacionados a diferentes grupos identitários, mas também para a compreensão de cultura de um modo geral. Drews (2009: 2)

ressalta que, através do trabalho, o homem instaura relações sociais, cria modelos de comportamento, modelos institucionais, assim como desenvolve novos saberes.

Outro dado interessante a esse respeito é que o aperfeiçoamento dessas atividades só é possível graças à transmissão desses conhecimentos desenvolvidos de gerações para gerações.

No subcapítulo destinado à revisão de literatura acerca dos traços culturais brasileiros e alemães, pudemos observar que a visão de trabalho surgiu em diversos momentos (cf. tópico 2.4). Na literatura sobre os traços da cultura brasileira, o trabalho aparece como uma instituição relegada a segundo plano, em detrimento das relações sociais mais pessoais, como entre membros da família ou amigos. Para Holanda (cf. pág. 45), por exemplo, a tendência entre os colonizadores portugueses para o traço “aventureiro” em contraposição ao traço “trabalhador” contribuiu para o desenvolvimento de características como a instabilidade, a improvisação e a adaptabilidade (aspectos recorrentes na literatura sobre os traços da cultura brasileira). Da Matta (2001) menciona ainda o fato de o trabalho ser visto, muitas vezes, como um “castigo” em diferentes contextos na sociedade brasileira, associando essa tendência à herança colonial e escravagista.

Nos traços da cultura alemã levantados em nossa pesquisa de literatura, aparecem como tendências importantes a atitude de seriedade no trabalho e o forte senso de autonomia. Esses traços, em combinação principalmente com a preferência para a clareza e objetividade na elaboração e cumprimento de regras, assim como a preferência por planejamentos, repercutem em diferentes aspectos sociais, entre eles o modo como a língua é utilizada.

### **2.6.3 A manifestação de emoção**

Trompenaars (2000: 70), abordando diferenças culturais, chama atenção para o fato de determinadas culturas serem preponderantemente emotivas ou racionais. O autor ressalta também os graves riscos que podem ser acarretados pela má interpretação das manifestações dessas diferenças. Convém observarmos que alguns autores (como, por exemplo, Stewart e Benett, 1991) associam o traço descrito como baixo contexto de comunicação à tendência ao uso preponderante da razão, enquanto as culturas de alto contexto estariam mais relacionadas aos

aspectos emotivos no uso da linguagem. Isso explicaria a forma mais linear, lógica e objetiva como a língua é usada por determinados grupos culturais, em contraposição à forma mais emotiva, indiretiva e não linear como outros grupos se colocam.

Com relação à manifestação de emoção nas entrevistas realizadas neste estudo, é importante salientar que estão sendo consideradas, principalmente, as manifestações linguísticas de estados como, por exemplo, contentamento, descontentamento, prazer, desprazer, aceitação, aversão, repúdio, entre outras manifestações de ordem similar. Tais dados emotivos referem-se tanto à atitude dos participantes frente aos anúncios por eles interpretados, quanto à interpretação do estado emocional de participantes retratados nos anúncios.

## 2.7

### **Construção do sentido e percepção**

Já vimos que os aspectos relacionados às dimensões linguísticas, culturais e identitárias são de grande importância para o enfoque dado por esta pesquisa.

Passaremos a seguir a lidar mais especificamente com os conceitos relacionados à atividade central desenvolvida neste estudo: a interpretação de textos multimodais (anúncios publicitários), levando sempre em conta as diferenças e semelhanças entre os grupos culturais investigados.

Para isso é fundamental que conceitos como construção de sentido, texto, leitura/ interpretação e percepção sejam aqui revisados.

### 2.7.1

#### **O texto e a construção do sentido**

Antes de tudo, é necessário o esclarecimento de que entendemos “texto” do mesmo modo defendido por Halliday (1989): como um processo. Leffa (1999) usa a seguinte metáfora em sua definição de texto:

(...) vemos o texto como uma rede colocada na base do processo, pretensamente protegendo o leitor na eventualidade de uma queda; acima do texto, vemos o leitor, pairando em algum lugar do espaço, assumindo riscos maiores ou menores nas suas evoluções, com maior ou menor grau de confiança na segurança da rede.

Para a autora a construção do significado é feita a partir do leitor, num processo que chama de compreensão de texto “ilusoriamente consciente”, dado que pode estar atribuindo a ele significados que podem ser considerados inexistentes para outro leitor.

Para Wittgenstein (Apud Martins, 2001), compreender é estabelecer relações. Nesse sentido, para se entender melhor o processo complexo de leitura, devem ser considerados, além dos aspectos essenciais do texto, aspectos relacionados ao leitor, à comunidade discursiva (ou comunidades discursivas) que envolve(m) o processo, e também, como esses aspectos se autoinfluenciam. Assim, a abordagem interativa, ou seja, a que não é centrada nem no texto nem no leitor de forma isolada, mas no processo da leitura como interação, é a que se adequa ao viés escolhido por este estudo. Segundo essa abordagem, o ato da leitura deixa de ser encarado como uma atividade individual, para ser visto como um comportamento social. Nessa perspectiva, o significado não se encontra nem no texto, nem na mente do leitor, mas nas convenções de interação social em que ocorre o ato da leitura.

Já que estamos lidando especificamente com a leitura de anúncios publicitários, também se mostram esclarecedoras algumas observações encontradas em estudos sobre estética da recepção (Alasuutari, 1999; Hall, 1980). Baptista (1997) define recepção como o “lugar onde ocorre a interação entre sujeitos”, entendendo os estudos de recepção como os “estudos do processo de comunicação, a partir do lugar-momento do encontro de sujeitos-campos de força”. Para a autora, comunicação seria, portanto, um encontro entre mundos, a partir desse lugar-momento (ou seja, a “recepção”), no qual ocorre a negociação dos sentidos.

Conjugando esse pensamento com as observações de Singer (1993: 57) a respeito das percepções, podemos dizer que a construção de significados do texto se dá no momento do encontro entre texto e leitor, tendo como pano de fundo todo o conjunto de percepções envolvidas não só na perspectiva do texto enquanto um produto elaborado em determinado contexto sócio-cultural, mas também do leitor e suas próprias percepções de mundo. Nesse processo de significação e ressignificação, mostra-se extremamente relevante a observação da construção da

coerência textual no ato da leitura. A noção de coerência textual está imbricada nessa questão, dado que, segundo elucida Koch (2003: 21),

(...) esta não se constitui numa propriedade ou qualidade do texto em si, mas está intimamente relacionada a aspectos contextuais e culturais. A autora ressalta que para a construção da coerência, devem ser considerados não só os elementos lingüísticos, mas também o conhecimento enciclopédico (do leitor) conhecimentos e imagens mútuas, crenças, convicções, atitudes, pressuposições, intenções explícitas ou veladas, situação comunicativa imediata, contexto sociocultural e assim por diante.

A autora (Ibid: 7), cita, então as teorias sociointeracionistas, assim como as teorias da atividade verbal, para explicar o texto, tanto em seu aspecto processual, quanto de realização. Ressalta, então,

a existência de um sujeito planejador organizador que, em sua inter-relação com outros sujeitos, vai construir um texto, sob a influência de uma complexa rede de fatores, entre os quais a especificidade da situação, o jogo de imagens recíprocas, as crenças, convicções, atitudes dos interactantes, os conhecimentos (supostamente) partilhados, as expectativas mútuas, as normas e convenções sócio-culturais.

Ainda segundo Koch, a construção textual exigiria “a realização de uma série de atividades cognitivo-discursivas que vão dotá-lo de certos elementos, propriedades ou marcas, os quais, em seu inter-relacionamento, serão responsáveis pela produção de sentidos”. (Idem)

Considerando os padrões de textualidade, intencionalidade e aceitabilidade<sup>20</sup>, destacados por Beaugrande e Dressler (1981 apud Koch, 2003), vemos que os padrões culturais e a percepção são fatores primordiais na construção do sentido textual.

Apesar de chamar atenção para o fato de que, em princípio, cada pessoa é culturalmente única, e para o fato de que as culturas estão num processo contínuo de mudanças, Singer (1987) parte da premissa de que existiria um padrão de

---

<sup>20</sup> Intencionalidade – diz respeito ao propósito dos produtores de textos de fazer com que o conjunto de ocorrências verbais possa constituir um instrumento textual coeso e coerente, capaz de realizar suas intenções;

Aceitabilidade – refere-se à atitude cooperativa dos interlocutores, ao concordarem em “jogar o jogo”, de acordo com as regras e encaram, em princípio, a contribuição do parceiro como coerente e adequada à realização dos objetivos visados.

percepções aprendidas, relacionadas a um grupo de identidade, isto é, o conceito já anteriormente mencionado de percepções “*group related*”. O autor se refere a esse conjunto de percepções, que incluem a linguagem verbal e a não-verbal, atitudes, valores, sistemas de crenças e descrenças e comportamentos, que são aceitos e esperados por um determinado grupo, como cultura.

Dessa forma, aprender uma língua estrangeira envolve a aprendizagem desse padrão de percepções que permitiria ao aprendiz estabelecer uma comunicação nessa língua / cultura-alvo. Com isso, há a necessidade da exposição dos alunos a textos que os levem ao encontro desses padrões, para que possam desenvolver a habilidade de interpretá-los sob uma perspectiva etnorelativista, considerando a variedade de enquadres culturais em jogo no processo. Sendo assim, optamos por anúncios publicitários impressos em língua portuguesa e alemã como um meio de analisarmos a questão da percepção relacionada a diferentes enquadres culturais, verificando também a contribuição que tal enfoque pode prestar a um ensino que tenha como preocupação básica as questões de inter e multiculturalidade envolvidas nesse processo.

Trataremos, dessa forma, a seguir, das implicações relativas ao gênero textual publicidade e de seu imenso potencial como recurso pedagógico em aulas de línguas estrangeiras.

## 2.8

### **O gênero textual publicidade e seu potencial pedagógico**

Como este é um estudo centrado principalmente na interpretação e percepção de textos por parte de aprendizes de PLE e de ALE, a partir de uma perspectiva que entende como essencial o encontro cultural existente nesse processo, a seleção de um *corpus* de textos que possa servir a esse intuito é de suma importância.

A opção pelo anúncio publicitário deve-se ao fato de se tratar de um gênero textual representante da cultura de um determinado grupo, trazendo a língua contextualizada num dado momento sócio-histórico e constituindo-se de elementos verbais e não-verbais que atuam em conjunto na construção de seus significados. De acordo com Schröder (2001), o anúncio publicitário pode ser

comparado a um sismógrafo que capta o desenvolvimento de posicionamentos, valores, discursos, tabus e comportamentos nas sociedades modernas.

De fato, a relação entre os anúncios publicitários e o contexto cultural no qual foram produzidos pôde ser verificada na dissertação *O anúncio publicitário como recurso pedagógico contextualizador do Alemão como Língua Estrangeira* (Vaz Ferreira, 2005). Nessa pesquisa, pudemos constatar que elementos da cultura subjetiva transpareceram, a partir da análise da combinação entre os componentes verbais e não-verbais nos anúncios.

É nesse sentido que o anúncio, como destaca Schröder, constitui-se um veículo bastante apropriado para a sensibilização de aprendizes de LEs para o forte elo que liga a língua à cultura.

### **2.8.1** **A publicidade como comunicação**

No ambiente da mídia, há uma grande variedade de gêneros discursivos. Para Pinheiro (2002), uma importante característica dos gêneros midiáticos é o seu “caráter volúvel” (Pinheiro, 2002, p. 268), sendo que essa variedade reflete a dinâmica da sociedade e da cultura, nas quais são representativos. Ou seja, nesses gêneros verifica-se uma hibridização que pode ser explicada pela especificidade das situações para as quais os textos são produzidos (Ibid, p. 271).

Segundo Guy Cook (1992), a principal característica diferenciadora de um tipo discursivo é a sua função, e, destacando a publicidade como um tipo discursivo, ressalta que sua função seria sempre a de persuadir um determinado público a adquirir determinados produtos ou serviços.

Gillian Dyer (1982: 77), observando o modelo de valores culturais em anúncios publicitários, afirma que não devemos procurar na publicidade efeitos que não estão lá, nem reivindicar para ela uma influência decisiva sobre o nosso modo de ver o mundo; todavia, por outro lado, não devemos também subestimar a contribuição que o mundo da publicidade faz à dimensão cultural de nossas sociedades.

Mais um fator a ser destacado nesse gênero é a variedade de recursos de que dispõe para que sua função persuasiva seja desempenhada. Dessa forma, a publicidade lança mão tanto de recursos retóricos (figuras de linguagem, técnicas

argumentativas para difundir, persuadir, motivar, etc), quanto de recursos icônicos (imagens, cores, formas, diferentes padrões de fontes, logotipos, entre outros).

Considerando, então, o gênero textual como um recorte sócio-histórico-cultural de uma dada sociedade, podemos pensá-lo como um veículo que representa ideologias e modelos culturais da sociedade em questão. É nesse sentido que o anúncio pode servir como um recurso capaz de apresentar dados contextuais não só da situação imediata nele retratada, mas da cultura que o produz e consome. Além disso, a análise do conteúdo de anúncios publicitários implica um olhar atento tanto para os aspectos verbais, quanto para os não-verbais desses textos. De fato, as imagens são tão ou mais importantes, nesse gênero, que os elementos verbais, pois são mais facilmente apreendidas e têm, muitas vezes, mais impacto do que as palavras. Elas também oferecem grande oportunidade de comunicação por ativarem a imaginação e motivarem o público espectador. Em outros casos, chamam a atenção para o texto verbal, atuando como um ponto de reforço da mensagem, construindo em conjunto com o mesmo seus significados.

Além de todos os aspectos acima mencionados, principalmente o fato de o gênero ser representativo da cultura de um determinado grupo, muitos outros fatores advogam a favor de nossa opção por esse gênero.

Jonathan Picken (1999: 249), em seu artigo “State of the ad: the role of advertisements in EFL teaching”, apresenta e discute diferentes argumentos a favor do uso de publicidade em aulas de Inglês como Língua Estrangeira (ILE), enfocando as possibilidades de sua exploração. De acordo com sua pesquisa, o gênero mostrou-se adequado ao trabalho em sala de aula de LE por, entre outras qualidades, ser acessível e bastante flexível, referindo-se à variedade no uso de elementos verbais e visuais, a variedade de formatos, tamanhos, técnicas utilizadas, entre outros. O autor concluiu, no entanto, que, apesar de a publicidade ser um fenômeno inevitável na vida das sociedades de consumo de hoje, fazendo parte de nosso dia-a-dia, ela não se encontra presente na mesma proporção em nossas salas de aula.

Outro aspecto importante a ser abordado é o tocante à presença do gênero em questão não só em livros didáticos, mas em aulas de PLE e ALE.

A partir de pesquisa feita junto a professores de ALE no estado do Rio de Janeiro, Vaz Ferreira (2005: 76) observou que a maior parte dos professores entrevistados, quando indagados a respeito dos recursos visuais presentes nos

materiais didáticos por eles utilizados, mencionou fotos, mapas, gravuras, desenhos ou ilustrações representando o vocabulário estudado na lição, não havendo menção a imagens em anúncios publicitários. Outra constatação dessa pesquisa foi a de que esses recursos estariam sendo utilizados, independentemente do propósito dos autores, como meras ilustrações, “não havendo um trabalho mais efetivo ou aprofundado acerca dos significados expressos por essa modalidade não-verbal” (Idem, 84). No que diz respeito ao uso do gênero em aulas de PLE, a autora Rasuk (2004) conclui, em sua pesquisa, que o número de anúncios publicitários presentes em livros didáticos é muito pequeno e que o seu potencial linguístico, visual e intercultural é muito pouco explorado, nas raras vezes em que são utilizados. De todo modo, um estudo mais específico com um levantamento sobre os diferentes gêneros presentes em livros didáticos de PLE e ALE, assim como o seu uso efetivo em sala de aula seria bastante relevante (1) para que tivéssemos uma visão mais clara sobre a perspectiva dada por esses materiais para o trabalho com textos autênticos e (2) para que novos estudos a respeito de outros gêneros, diferentes da publicidade, pudessem ser desenvolvidos.