

**RELATO DE APLICAÇÃO DE ABORDAGEM COMUNICATIVA**  
**INTERCULTURAL EM PROGRAMA DE ENSINO E APRENDIZAGEM DE**  
**LÍNGUA PORTUGUESA E CULTURA BRASILEIRA FOCANDO OS NOVOS**  
**IMIGRANTES CHINESES NO BRASIL**<sup>1</sup>

**GT1: Comunicação Intercultural e Folkcomunicação**

Ms. Fred Izumi Utsunomiya

Dr. Mariza de Fatima Reis

Ms. Sílvia Cristina C. C. S. Martins

**Resumo**

Os fluxos migratórios no mundo globalizado têm promovido encontros de culturas diversas e apresentado desafios na área de ensino e aprendizagem de idiomas estrangeiros. A estratégia de se utilizar recursos que estimulem a interatividade comunicacional promove o aumento de *feedback* que retroalimenta o processo de aprendizagem. Compreender as variedades culturais étnicas, sociais e linguísticas envolvidas no aprendizado de um código não nativo é fundamental para se propor estratégias motivacionais para o envolvimento e bom aproveitamento do aprendiz. Com o intento de estimular o aprendizado do idioma português aos novos imigrantes chineses que vêm ao Brasil para realizar negócios e se estabelecem na cidade de São Paulo, foi elaborado por professores pesquisadores do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie um projeto-piloto de um curso de extensão para o estímulo do aprendizado da língua portuguesa baseado numa interação

---

<sup>1</sup> Texto apresentado à organização do XII Congresso da ALAIC para o GT1: Comunicação Intercultural e Folkcomunicação.

comunicativa, envolvendo a vivência de aspectos culturais do cotidiano na cidade de São Paulo. O público alvo foi de executivos e trabalhadores chineses com conhecimento básico-intermediário de português e de inglês.

### **Palavras-chave**

Interação comunicativa. Chineses no Brasil. Cultura. Ensino da língua portuguesa como L2.

### **Introdução**

Ensinar e despertar o interesse dos imigrantes chineses que entendem pouco o português a aprender melhor o idioma foi a motivação do projeto desenvolvido por pesquisadores especialistas em comunicação da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Um novo perfil de imigrante chinês tem chegado à cidade de São Paulo: o executivo que veio trabalhar no país e que domina a língua inglesa, mas conhece apenas os rudimentos da língua portuguesa.

Este projeto fundamentou-se no entendimento de que a cultura e a língua estão profundamente ligadas e de que o aprendizado da língua como instrumento comunicativo pressupõe o aprendizado da cultura. O fato da cultura brasileira e a cultura chinesa estarem em patamares culturais mais distantes que a cultura brasileira e a europeia, por exemplo, precisa, sim, ser avaliada a partir de suas diferenças e contrastes. A língua portuguesa e a língua chinesa apresentam pouquíssimos elementos comuns. Além desses contrastes culturais, outras assimetrias como as variáveis econômicas, políticas, tecnológicas existente entre os dois países estabelecem outra lacuna no conjunto de tópicos em comum entre os países. O antropólogo argentino Néstor García Canclini frisa:

Para as antropologias da diferença, cultura é pertencimento comunitário e contraste com os outros. Para algumas teorias sociológicas da desigualdade, a cultura é algo que se adquire fazendo parte das elites ou aderindo aos seus pensamentos e gostos: as diferenças culturais procederiam da apropriação desigual dos recursos econômicos e educativos. Os estudos comunicacionais consideram, quase sempre, que ter cultura é estar conectado. Não há um processo evolucionista e a substituição de algumas teorias por outras: o problema é averiguar como coexistem, chocam ou se ignoram a cultura comunitária, a cultura como distinção e a cultura. (CANCLINI, 2007, p.16)

O fio condutor deste projeto-piloto foi a identificação e a adoção de uma estratégia comunicativa que facilitasse o aprendizado da língua e da cultura simultaneamente, criando um vínculo entre os comunicadores nessa relação de ensino/aprendizagem. Uma “nova comunidade” foi estabelecida como ponto de partida para o estabelecimento de um sentimento de “pertencimento comunitário” onde as habilidades comunicacionais podem ser exercidas de modo mais natural. Os alunos chineses possuem características peculiares que os diferenciam de alunos estrangeiros ocidentais. Por exemplo, são mais tímidos que os brasileiros, são extremamente disciplinados e estão acostumados a interagir sob uma rígida hierarquia de comando. Essas características tornam-nos aparentemente mais “passivos” no ambiente de ensino, mas essa “passividade” não reflete, necessariamente, desinteresse nem incompreensão. Romper a “passividade” – segundo a visão dos brasileiros – ou “subverter a hierarquia” de acordo com a percepção chinesa é um dos desafios de comunicação intercultural a ser trabalhado, agora num espaço comunitário construído para esse fim, com vistas a

se estabelecer um ambiente propício para o aprendizado por meio da interação comunicativa. Para desenvolver um ambiente de aprendizado que aproxime as culturas brasileira e chinesa de forma a estimular o interesse e facilitar a interação com o uso da língua portuguesa, uma equipe de três professores (um dos quais, estudioso das culturas orientais) preocupou-se em utilizar-se de estratégias de interação comunicativa, como a abordagem de temáticas e universos conceituais de interesse do grupo formado pelos alunos chineses. Com isso, estimulou-se a criação de vínculos de amizade para facilitar o acesso informal dos alunos aos professores – uma das principais barreiras para a interação comunicativa – que é uma subversão do conceito de aprendizagem no universo oriental, no qual a relação aluno/professor é hierarquicamente estabelecida, restringindo as possibilidades de interação. A noção de “pertencimento comunitário”, mesmo em meio a contrastes culturais, é construída a partir de elos comunicacionais. Mas para proceder a essa construção de um ambiente comunitário que proporcione o sentimento de pertença, foi preciso que os professores brasileiros conhecessem um pouco da trajetória histórica que sedimentou o cenário social e cultural atual.

O objetivo deste texto é descrever a experiência de o projeto-piloto intitulado “Curso de aprimoramento da língua portuguesa e compreensão de aspectos da cultura brasileira contemporânea focada na vivência cotidiana na cidade de São Paulo” fundamentado em princípios de interação comunicacional e desenvolvido pelos professores Fred Utsunomiya, Sílvia Cristina Cópia Carrilho Silva Martins e Mariza de Fatima Reis, do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie<sup>2</sup> no final de 2012.

---

<sup>2</sup> A Universidade Presbiteriana Mackenzie é uma instituição de ensino confessional, localizada na região central da cidade de São Paulo, fundada no final do século XIX por missionários protestantes americanos e constitui-se numa das principais universidades não-públicas do país, com cerca de 30 mil alunos matriculados em mais de 40 modalidades de cursos, distribuídos por três *campi*.

Esta experiência voltada para os novos imigrantes chineses, objetivou facilitar o intercâmbio entre as universidades do Brasil e da China, por intermédio de oferta de projetos de extensão universitária na área de ensino e aprendizagem de língua portuguesa e cultura brasileira. A este público-alvo.

Os alunos foram selecionados a partir de contatos pessoais de um dos pesquisadores e apresentavam o seguinte perfil:

- jovens profissionais na faixa etária entre 24 e 35 anos, de ambos os sexos, com curso superior completo, que vivem no Brasil há dois anos, no máximo;
- já falantes de língua portuguesa em nível básico/intermediário que os permitia descrever e narrar fatos do cotidiano, com domínio de língua inglesa que foi utilizada como código de contato.
- motivados a aperfeiçoar habilidades e competências comunicativas para aproveitamento profissional e desenvolvimento de maior percepção sobre comportamento da sociedade brasileira por intermédio de características culturais.

A sequência de exposição do projeto neste texto obedece aos seguintes tópicos:

- contextualização da proposta do curso;
- apresentação da metodologia;
- descrição do curso e de seus participantes e
- considerações finais sobre os resultados obtidos.

### **O contexto do curso**

### **Os novos imigrantes chineses**

A partir do processo de abertura econômica da China iniciada por Deng Xiaoping em 1976, iniciou-se um processo de desenvolvimento da economia e da sociedade chinesas que alçou a RPC à condição de superpotência econômica em apenas três décadas. Os meios de comunicação no Brasil começaram a dar destaque sobre a importância política e econômica da China no panorama mundial. Paralelamente a essa expansão econômica, tem havido um novo movimento migratório de trabalhadores chineses para todo o mundo, os quais têm levado consigo, além de seu *background* profissional e tecnológico, a cultura híbrida de uma China milenar, comunista/capitalista. No Brasil, a imigração chinesa iniciou-se há mais de 200 anos. Um fluxo pequeno de chineses veio no início do século XX até seus meados. A grande maioria dos chineses vieram para o país no período de 1960 a 1980, que coincidiu com grandes crises enfrentadas pela China e a abertura econômica. O número de chineses no país chega a 150 mil, entre chineses e seus descendentes, segundo dados do Consulado Geral da China no Brasil (SHU, 2007). Nos últimos anos o chineses têm chegado para desempenhar atividades econômicas, sobretudo comerciais – mas também nos setores industrial e de serviços – e têm se fixado nos grandes centros urbanos, principalmente na região da grande São Paulo. Segundo a revista *Veja* – a mais importante revista semanal do país –, somente de janeiro a abril de 2013, mais de 800 chineses com curso superior desembarcaram no Brasil para desenvolver atividades profissionais (ALEGRETTI e RANGEL, p.102, 2013) e esse número tem sido uma constante nos últimos anos. Esses novos imigrantes chineses, muitos deles desempenhando funções técnicas e gerenciais em multinacionais chinesas, diferem daqueles imigrantes que por aqui chegaram em décadas anteriores, fruto de um longo e complexo processo de diáspora de uma China que atravessou longos períodos de conflito político.

Desde 2010 a RPC é o maior parceiro comercial<sup>3</sup> do Brasil e maior investidor no país (ONAGA, 2010). Profissionais oriundos da China têm chegado discretamente em terras brasileiras. A grande maioria desses imigrantes utiliza o inglês como língua de contato e o seu domínio da língua portuguesa encontra-se num nível básico ou até inferior. A compreensão de uma nova língua e também de uma nova cultura – a cultura brasileira – é um grande desafio a ser enfrentado por esses asiáticos que, apesar de inseridos no processo de globalização econômica e cultural, certamente encontram na nova terra um universo social e cultural muito peculiar. O Brasil, apesar de fazer parte do que poderia ser denominado de “cultura capitalista ocidental”, apresenta seus traços de latinidade, tropicalidade, “terceiro mundismo”, “brasilidade” e, no caso da cidade de São Paulo – o principal destino desses imigrantes –, de uma “paulistanidade”, uma vez que essa cidade metropolitana é uma das mais populosas do mundo e, em sua essência, é multicultural.

Conforme o sociólogo jamaicano Stuart Hall, proeminente pesquisador sobre o tema “estudos culturais e diásporas”:

toda percepção cultural de um movimento de diáspora se apoia sobre uma concepção binária de diferença: por um lado está fundado em uma ideia que depende da construção de um outro e de uma oposição rígida entre o “dentro” e o “fora”. A globalização da economia produz uma globalização cultural que “é desterritorializante em seus efeitos. Suas compreensões espaço-temporais,

---

<sup>3</sup> Produtos importados chineses: eletrônicos, têxteis, materiais elétricos, vestuário, máquinas e equipamentos. Produtos exportados pelo Brasil para a China: soja, minério de ferro, petróleo brasileiro, carnes congeladas, couros, calçados, fumo, cosméticos, frutas secas, suco de frutas, instrumentos e aparelhos para medicina, autopeças, máquinas agrícolas e máquinas para trabalhar couro (POMAR, pp. 7-8, 2010).

impulsionadas pelas novas tecnologias, afrouxam os laços entre a cultura e o lugar” (HALL, p. 36, 2003).

Dessa forma, o encontro com a cultura “do outro” é inevitável no contexto econômico cultural e social no qual os integrantes dos processos migratórios estão envolvidos e muito da compreensão da cultura alheia é determinado a partir de uma comparação com a sua própria cultura. Esses dilemas e conflitos sempre estiveram presentes nos encontros interculturais que ocorreram em toda a história. O choque com a cultura “do outro” decorre também das desigualdades em termos de “inclusão” e “exclusão”, como coloca Canclini, sobretudo no campo do acesso aos recursos econômicos e educativos, evidenciando, portanto, que os fatores econômicos, políticos e culturais estão intrinsecamente ligados (2007, p.16-17).

Quando as ciências sociais lidavam com um mundo mais ordenado, considerar-se-ia como ecletismo apressado reunir num mesmo parágrafo estes fatos: a) muitas maquiladoras saem dos países latino-americanos para a China, aproveitando os salários mais baixos desse país; ou seja, o regime chinês, visto até uma década atrás como o maior inimigo ideológico do capitalismo, gera desemprego e enfraquece economias ocidentais não mediante desafios ideológicos, eficácia produtiva ou poderio militar, mas graças à maior exploração do trabalho [...] d) as roupas, os celulares, os aparelhos eletrodomésticos e até os adornos de Natal têm em comum etiquetas que anunciam sua fabricação no Sudeste Asiático. Vimos bandeiras nacionais agitadas em celebrações da independência da Argentina e do México



com a etiqueta *made in Taiwan*. [...] Podem-se avaliar as diferenças recentes em muitas sociedades latino-americanas e também nos Estados Unidos. As exportações chinesas para este país aumentaram em 40% nos últimos três anos, de modo que a sociedade estadunidense converteu-se em destino de 25% do que os chineses vendem ao exterior (CANCLINI, 2007, pp. 20-21).

A imprensa brasileira tem tratado desse tema, como a revista Exame, principal revista de negócios do Brasil, que estampou o título “Os chineses chegaram” em 16 de junho de 2010, referindo-se às empresas que aqui estavam se estabelecendo e, conseqüentemente, os executivos e profissionais de primeiro e segundo escalões. Paralelamente, a revista Época Negócios – outra importante revista de negócios do país – apresenta uma capa com o título “Seu próximo chefe será chinês”, em edição de abril de 2012, destacando a importância que os negócios da RPC têm exercido no panorama econômico do país (figura 1).



**Figura 1** – As principais revistas econômicas do Brasil retratam a importância que os negócios da RPC no país

## **A cidade de São Paulo**

O Brasil é um país de enormes contrastes sociais, econômicos e culturais. Essa diversidade peculiar acaba permeando todas as relações comunicacionais. A opção de se escolher a cidade de São Paulo como o “foco da vivência cotidiana” do curso justifica-se pelas seguintes colocações:

- a cidade concentra quase metade das sedes de multinacionais no país;
- São Paulo é uma cidade cosmopolita formada por muitos imigrantes;
- a importância econômica e cultural da cidade no Brasil é inquestionável
- a cidade abriga a Universidade Presbiteriana Mackenzie e os professores da pesquisa.

Fundada em 1554 por padres jesuítas, a cidade de São Paulo é a capital do Estado de São Paulo e é uma das cidades mais populosas do mundo, com cerca de 10 milhões de habitantes. Sua área metropolitana, que engloba outros 38 municípios, abrange cerca de 19 milhões de pessoas, cerca de 10% da população do Brasil. Do ponto de vista de lazer e cultura, a cidade abriga mais de 150 teatros, uma centena de museus, mais de 260 salas de cinemas, além de cerca de 12 mil restaurantes, que oferecem mais de 50 tipos de culinária. Sob a perspectiva econômica, é o principal destino de turismo econômico do país, recebendo por volta de 12 milhões de viajantes a negócio por ano (apenas 10% do exterior), abriga a BOVESPA, a terceira maior bolsa de valores do mundo e o Shopping Aricanduva que, com 500 lojas, é o maior centro comercial da América Latina. Apesar de nunca ter sido sede do governo, é considerada a capital econômica do país, sediando mais da metade das multinacionais que atuam no Brasil e cerca de 40% das 100 maiores empresas de capital privado do país. 17 dos 20 maiores bancos do Brasil têm sede na cidade de São Paulo.

## **Comunicação, cultura e educação**

O conceito de competência comunicativa que o sujeito desenvolve em língua estrangeira possibilita emitir e interpretar mensagens e negociar seus significados, interpessoalmente, em contextos específicos (REIS, 1998). Dessa forma, a necessidade da vivência do conhecimento orientado por atos reais de comunicação interpessoal motivou a laboração de programas de ensino e aprendizagem que preveem desde a década de 80 do século passado a adoção de tarefas de habilidades de *escuta, de fala, de leitura e de escrita* orientadas.

Pesquisas realizadas no Canadá com grupos de ensino do idioma francês como língua estrangeira mapearam primeiramente quatro competências:

- *competência gramatical* relacionada ao domínio do código verbal da língua;
- *competência sociolinguística*, que diz respeito ao conhecimento das regras socioculturais por meio das quais os falantes nativos da língua-alvo se comunicam;
- *competência discursiva*, que auxilia na coerência e coesão entre a forma e significado da produção e da interpretação de textos durante o processo e
- *competência estratégica*, que trata de questões cognitivas inerentes ao processo de aquisição de um segundo código linguístico (REIS, 1998). Esta última, por propiciar estudos na área de cognição, tem por objetivo adequar os programas às características dos sujeitos envolvidos considerando justamente as características subjetivas das performances de escuta, da fala, de leitura e da escrita dos aprendizes na língua materna.

Segundo Reis (2009), pesquisas metodológicas recentes têm levantado hipóteses de variáveis que ocorrem durante o processo de comunicação interpessoal em contexto de aprendizagem de idioma estrangeiro. Entre elas, a

pesquisadora aponta a possibilidade de que a prática de *inputs* customizados – mensagens de interesse do aluno estrangeiro – acelere o processo de ensino e de aprendizagem. Fornecer, portanto, informações culturais sobre o país da língua alvo representa *input* positivo e facilita a contextualização da situação apresentada, delimitando o tempo e o espaço do sentido da mensagem que está sendo compartilhada. Interações comunicativas contextualizadas tendem a desenvolver a autoconfiança que acaba por motivar o aluno a permanecer no processo de troca comunicativa (o aprendizado da língua e dos aspectos culturais). O foco da interação se desloca da estrutura gramatical, muitas vezes ainda não internalizada, para a prática comunicativa a partir do sentido das informações compartilhadas. Considerando-se, portanto, as competências que integram o conceito de competência comunicativa, optou-se pela customização do programa para alunos chineses a seguir relatado, dando destaque às informações culturais sobre a cidade de São Paulo.

Um dos pressupostos do projeto-piloto foi o mapeamento das estratégias necessárias para desenvolvimento das habilidades *de escuta, de fala, de leitura e de escrita* dos cinco alunos chineses durante quatro encontros temáticos culturais de cinco horas cada, durante os meses de novembro e dezembro de 2012, na Universidade Presbiteriana Mackenzie, na cidade de São Paulo, no Brasil, com visitas programadas aos locais relativos aos temas culturais abordados, com a participação dos professores já citados no início do texto.

A vivência cotidiana é o principal foco cultural a ser explorado na pesquisa, por isso, é na cidade de São Paulo que a maioria dos imigrantes que vêm a negócio ao Brasil se estabelecerá. Devido à sua importância econômica, inevitavelmente ela difunde seus valores culturais no relacionamento das pessoas. A vivência cotidiana numa cidade como São Paulo não abrange, necessariamente, manifestações culturais como capoeira, samba, carnaval e outras expressões

artísticas – aspectos da cultura brasileira mais conhecidos no exterior. Por esse motivo, preferiu-se elencar outros aspectos do dia a dia da pessoa que vive na cidade de São Paulo com os quais os imigrantes vão se deparar e que se tornam mais relevantes para a compreensão do modo de ser do brasileiro paulistano<sup>4</sup>.

O quadro abaixo sintetiza informações do curso-piloto:

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <b>Objetivo</b>       | Aprimoramento da língua portuguesa e da cultura brasileira através de estudos de aspectos a partir da exploração de aspectos cotidianos na metrópole de São Paulo   |
| <b>Duração</b>        | 20 horas em 4 encontros aos domingos, de novembro a dezembro de 2012  |
| <b>Programa geral</b> | 4 encontros de 5 horas, divididos da seguinte forma: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1h30 – explanação sobre o tema do dia</li> <li>• 30min – interação e discussão</li> <li>• Intervalo: lanche e interação</li> <li>• Atividade e discussão</li> </ul>                               |
| <b>Temas</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Televisão como espelho da sociedade brasileira</li> <li>• Futebol: uma paixão nacional</li> <li>• São Paulo, uma cidade de imigrantes</li> <li>• Consumo e crescimento da classe média brasileira</li> </ul>   |
| <b>Professores</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fred Utsunomiya</li> <li>• Mariza Reis</li> <li>• Sílvia Martins</li> </ul>  |
| <b>Participantes</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bi Mengyin - 23 anos, estudante de mestrado</li> <li>• Wang Zhaowei - 25 anos, relações internacionais</li> <li>• Jun Zhang - 43 anos, advogado</li> <li>• Tian Shiyuan - 26 anos, professora</li> <li>• Zheng Ruichen - 22 anos, estudante</li> </ul> |

**Quadro 1** – Quadro-resumo do “Curso de aprimoramento da língua portuguesa e compreensão de aspectos da cultura brasileira contemporânea focada na vivência cotidiana na cidade de São Paulo”.

<sup>4</sup> “Paulistano” é o adjetivo que se refere à cidade de São Paulo. “Paulista” é o termo para o Estado de São Paulo. “São Paulino” é o torcedor do time de futebol “São Paulo Futebol Clube”.

### **Relato de experiência**

O primeiro encontro, que teve a participação de quatro alunos, apresentou o tema “A televisão brasileira como espelho da sociedade”. Apresentaram-se algumas características da sociedade brasileira representadas em programas de auditório, especificamente dos apresentadores brasileiros de televisão como Faustão, Gugu Liberato e Sílvio Santos (Figura 2), que são um fenômeno de popularidade e de vendas de produtos. Durante o processo de informações culturais sobre os programas, solicitou-se aos participantes que anotassem as mensagens percebidas para a seguir, serem compartilhadas com o grupo. Foi apresentada uma palestra de cerca de 40 minutos, com apoio visual e explicações simples sobre a televisão no Brasil e sua influência na formação cultural e ideológica dos brasileiros. O fenômeno da Rede Globo de Televisão, que detém os maiores índices de audiência contínua em domicílios do país por décadas e o papel das telenovelas nesse processo. Foram apresentados trechos de novelas e dos programas de auditório. A oportunidade de se ouvir o português brasileiro coloquial foi muito interessante para os alunos. Alguns termos, expressões e pronúncias foram explicados, com bom proveito da atividade. Os alunos com mais dificuldade de compreensão estrutural da LA (língua alvo) não participaram da discussão em grupo, mas continuaram sendo expostos à habilidade de escuta, trazendo informações comparativas da televisão chinesa utilizando estruturas mais básicas. Houve um debate sobre o tema, no qual os alunos que possuíam maiores conhecimentos da língua se destacaram. No entanto, a interação de todos os alunos foi considerada satisfatória.





**Figura 2** – Os apresentadores de programas de auditório na televisão brasileira: Fausto Silva (Faustão), Augusto Liberato (Gugu) e Senor Abravanel (Sílvio Santos).

O número de participantes aumentou no segundo encontro que aconteceu no Museu do Futebol, no Estádio do Pacaembu, também num domingo, e que apresentou como tema: “Futebol, uma paixão nacional”. Foi encaminhado, antes da visita, material escrito sobre o Museu do Futebol a fim de estabelecer repertório comum que facilitasse a prática comunicativa interpessoal das informações culturais. Durante a atividade, os alunos interagiram com jogos que simulavam faltas em campo e demonstraram interesse sobre prováveis penalidades que poderiam decorrer dos resultados das jogadas. Interagiram nas salas sensoriais, principalmente as que simulavam torcidas organizadas gritando “gol”. Perguntaram sobre determinados ícones do futebol brasileiro e reagiram aos estímulos das mensagens que liam, pedindo explicações sobre a diferença dos prefixos “sub”, “super”, “hiper”, demonstrando reação estruturante na LA em experiência concreta de utilização comunicativa. Palavras como “Bahia”, “honesto”, “desonesto” (expressões que constavam em salas das imagens do século passado) também despertaram o interesse dos alunos. No início da visita ao Museu, foi solicitado o registro de cinco informações culturais que chamassem a atenção dos participantes da atividade, objetivando o compartilhamento com os

demais participantes durante o almoço realizado na Praça de Alimentação do Shopping Higienópolis, próximo ao Museu. Os alunos quiseram entender sobre a relação paixão e futebol dos brasileiros. Ao final da aula, os alunos pediram material de apoio para leitura e gramática e decidiram eleger uma representante do grupo para comunicação *on line* com os professores participantes.

O terceiro encontro foi elaborado a partir do histórico sobre as imigrações e migrações brasileiras e seus reflexos no artesanato do país com vivência na feira da Praça da República. Em sala de aula, foram apresentadas imagens sobre a feirinha da Praça da República e do seu entorno junto a informações sobre as variações regionais dos artesanatos vendidos. Cada integrante do grupo leu um texto com material informativo sobre o tema para treino de pronúncia e prática de compreensão de informações orais, objetivando prática de interação comunicativa em língua portuguesa do Brasil pelo máximo de tempo possível. A atividade demandou a elaboração de frases completas para vivência da estrutura do código em contexto. A seguir, o grupo teve oportunidade de praticar novamente as informações durante a visita à feira de artesanato. Reconheceram as imagens apresentadas em sala, envolveram-se com os produtos, perguntando sobre as regiões brasileiras que os originaram. Durante o almoço, foram compartilhadas as informações adquiridas, com a prática de perguntas e transferência de informações para suas experiências pessoais. Concluíram que alguns deles tinham sido migrantes dentro da China por haverem mudado de região. Durante a interação em grupo estendida, foram detectadas dificuldades em relação à entonação, à pronúncia dos ditongos no meio e no final das palavras e nos encontros consonantais (especificamente BR). Foi solicitada uma síntese da experiência para ser discutida no encontro seguinte como nos encontros anteriores.



O quarto e último encontro teve como tema o crescimento da classe média brasileira e o comportamento do consumidor, sem visita externa. A aluna líder do grupo trouxe a síntese solicitada sobre a atividade na Praça da República que funcionou como “aquecimento” das práticas comunicativas com os demais participantes. A seguir, os alunos leram o texto sobre as informações culturais relativas ao tema, objetivando comunicação interpessoal a partir das mensagens e prática de pronúncia. Potencializou-se o treino de pronúncia e entonação de ditongos por intermédio de verbos no tempo passado reforçando a estrutura necessária para narrativa.

Na medida em que os participantes adquiriam repertório cultural sobre a cidade de São Paulo e se sentiam seguros para se comunicarem na LA, eles começaram a perguntar sobre conjugação verbal de tempos compostos, que lhes permitissem argumentar sobre suas opiniões. Primeiramente foi explicada a diferença entre os tempos passados e presente e seus marcadores temporais em língua inglesa, cuja estrutura é mais próxima da língua portuguesa do Brasil, se comparada com o mandarim.

### **Considerações finais**

Após a execução deste programa piloto de 20 horas/aula pode-se mapear preliminarmente que, por não haver correspondência na estrutura verbal de desinências de tempo e pessoa entre mandarim e língua portuguesa do Brasil, os alunos tendem a se utilizar da lógica estrutural da língua inglesa como interlíngua, destacando-se o fato de os marcadores de tempo servirem como apoio semântico para as explicações em termos cognitivos. A apreensão dos significados das palavras, relacionada à competência semântica, depende do entendimento da lógica do uso de sufixos e prefixos a qual facilita a contextualização das palavras na frase. Aspectos de utilização de coesão e

coerência textuais relacionadas à competência discursiva foram atingidos pela maioria dos alunos a partir da leitura dos textos e do compartilhamento das informações culturais sobre a cidade de São Paulo em grupo, provando a relevância do desenvolvimento da competência sociolinguística a partir de mensagens que vão ao encontro do interesse dos falantes.

Objetivando o aprofundamento da pesquisa a fim de elaborar estratégias que permitam a otimização de programas similares, observaram-se e consideraram-se as seguintes características de performance das habilidades orais e escritas dos alunos chineses: as dificuldades de *fala* e de *escuta* se caracterizaram pela diferença de articulação fonética que existe entre as duas línguas. As frases mais elaboradas tiveram que ser pronunciadas lentamente, por vezes repetidas para que pudessem acompanhar o sentido da informação. Fez-se necessário o treino de entonação e de expressão estrutural completa, utilizando-se o sujeito, o verbo e o complemento. Os alunos tendiam a dar respostas curtas, se não tinham repertório para compartilhar; a *leitura* provou ser de interesse por possibilitar o treino da pronúncia e entonação significativa e a atividade de *escrita*, solicitada como tarefa domiciliar, não teve adesão.

Conclui-se, preliminarmente, que a estratégia de utilização de estímulos culturais sobre a cidade de São Paulo foi fator motivador para que eles se expusessem na prática comunicativa. O esforço de aproximação para estimular um convívio informal foi importante para quebrar uma hierarquia de ensino paradigmática na mentalidade oriental, horizontalizando-se o relacionamento professor/aluno. O fato de as informações culturais despertarem interesse no aluno estrangeiro e provocarem a exposição de suas habilidades orais e escritas em relações interpessoais tende a ser estratégia para elaboração de conteúdos em programas de ensino para alunos estrangeiros, conjugando informação e comunicação interpessoal, levantando a hipótese de que é válida a elaboração e



programação de cursos que atendam aos interesses dos alunos, facilitando o desenvolvimento de competências que permitam comunicação para compartilhamento de mensagens não só de aquisição e interpretação de informações.

Por fim, a própria experiência de interação dos professores com os alunos chineses foi muito proveitosa no aprofundamento da compreensão da cultura chinesa e no aprendizado da condução dos processos educacionais para o desenvolvimento de competências comunicativas em LE.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alegretti, F. & Rangel, C. (24/04/2013). Brasil para todos. *Veja*, edição 2318, ano 46 (17), 100-108, São Paulo: Editora Abril.
- Canclini, N.G. (2007). *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Tradução de Luiz Sérgio Henriques. (2 ed.) Rio de Janeiro: Editora UFRJ,
- Hall, S. (2003). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil.
- Onaga, M. (16 outubro, 2010). Os chineses estão entre nós. *Revista Exame*, (970). São Paulo: Editora Abril.
- Pomar, W. (2010) *Os chineses chegaram*. Textos para debate. São Paulo: Secretaria de Relações Internacionais do Partido dos Trabalhadores – Brasil.
- Reis, F.M. (1998). *A importância da competência gramatical no ensino comunicativo (em língua inglesa)*. São Paulo: Oficina de Textos.
- Shu, C.S. (2009). Chineses no Rio de Janeiro. *Leituras da História*, Edição 17, 44-46. São Paulo: Editora Escala.



### **Informações sobre os autores**

**Fred Izumi Utsunomiya**, Mestre em Ciências da Comunicação, doutorando em Letras. Professor adjunto e pesquisador da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Vice-Líder do grupo de pesquisa do CNPq Comunicação, Cognição e Contextos. [fred@nacl.com.br](mailto:fred@nacl.com.br)

**Mariza de Fatima Reis**, Mestre em Comunicação e Letras e Doutora em Comunicação e Semiótica. Professora adjunto e pesquisadora da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Comunicação, Cognição e Contextos. [mariza.reis@mackenzie.br](mailto:mariza.reis@mackenzie.br)

**Sílvia Cristina Cópia Carrilho Silva Martins**, Mestre em Educação, Arte e História da Cultura, doutoranda em Letras. Professora Associada e pesquisadora da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Participa do Grupo de Pesquisa do CNPq: Comunicação, Cognição e Contextos. [silviam@mackenzie.br](mailto:silviam@mackenzie.br)