

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - FAMECOS  
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - MESTRADO  
PRÁTICAS PROFISSIONAIS E PROCESSOS SOCIOPOLÍTICOS NAS MÍDIAS E NA  
COMUNICAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES

POLIANNE MERIE ESPINDOLA

**ESTEREÓTIPOS NA COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL: O CASO DO  
INTERCÂMBIO CULTURAL NA PUCRS**

Porto Alegre, março de 2010

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social - FAMECOS da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Jacques A. Wainberg

Porto Alegre, março de 2010

POLIANNE MERIE ESPINDOLA

**ESTEREÓTIPOS NA COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL: O CASO DO  
INTERCÂMBIO CULTURAL NA PUCRS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social - FAMECOS da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS.

Aprovada em: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA:**

Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Cristiane Freitas Gutfreind  
(FAMECOS - PUCRS)

---

Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg  
Orientador  
(FAMECOS - PUCRS)

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Silvana Souza Silveira  
(FALE - PUCRS)

---

Dedico esta dissertação a Pietro, meus pais e irmãs.

## AGRADECIMENTOS

A Deus. Aos meus pais, irmãs e família – sem eles eu não teria forças e oportunidade de concluir o mestrado. Ao meu orientador, Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg, pela oportunidade de aprendizado, paciência, apoio e carinho.

A CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, incluindo coordenação, comissão, administração e professores. Em especial aos Professores Antônio Carlos Hohlfeldt, Claudia Peixoto de Moura, Cleusa Scroferneker, Eduardo Campos Pellanda, Francisco Rudiger, José Porto Simões, Juremir Machado da Silva e Neusa Demartini, com os quais tive a oportunidade e prazer de ser aluna.

Aos amigos e colegas de mestrado, em especial Gustavo Buss Cezar, Camila Morales e os demais. Além do Grupo de Estudos UBITEC - Ubiquidade Tecnológica, que, em decorrência dele, inclusive, me possibilitou participar de um projeto interessantíssimo coordenado pelo professor Pellanda entre o MIT – Massachusetts Institute of Technology e a PUCRS.

Aos amigos de jornada Josianne Ana Moser e família, Ilca Lima, Cleber Lima, Jacqueline Krumm. Além de todos os outros que passaram por mim nesta minha marcha gaúcha. Sem esquecer os meus queridos amigos pernambucanos que cultivo desde o Colégio Salesiano até o curso de Relações Públicas na Universidade Católica de Pernambuco.

Aos meus Professores e Mestres da Universidade Católica de Pernambuco, que me instigaram a seguir na árdua caminhada da Academia.

À PUCRS. À Assessoria de Assuntos Internacionais e Interinstitucionais, em especial ao assessor Dario F. Guimarães de Azevedo, Patrícia da Silveira Cunha e Tamara Georgi.

Ao setor de Mobilidade Acadêmica, em especial à responsável Silvana Souza Silveira e sua secretária Caroline de Castro Pires.

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, em especial às professoras Maria Izabel Mallmann e Lucia Helena Alves Muller, com quem troquei experiências entre

Ciências Sociais e Comunicação Social. Além dos meus colegas deste Programa que me acolheram, em especial Décio Vicente Soares, representante discente.

Ao Programa de Pós-Graduação em Educação. Especialmente à Professora Leda Lísia Franciosi Portal e professor Claus Dieter Stobaus pela acolhida e por serem modelo de profissionais.

## RESUMO

Este é um estudo da estereotipia existente na comunicação intercultural. O objetivo é entender a natureza do estereótipo mental e seu papel na comunicação entre interlocutores de culturas distintas. Para tanto, observa os estudantes estrangeiros em programas de intercâmbio no campus da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. O estudo define o conceito de estereótipo e explicita seu papel na comunicação intercultural; verifica sua relevância na construção das narrativas entre culturas; e procura explicar de que forma a cultura e o processo cognitivo influenciam na produção do estereótipo. Deseja também avaliar a percepção dos interlocutores em relação ao estereótipo na comunicação entre culturas. Para tanto, utilizou-se do conceito de sociedade líquida de Zygmunt Bauman para explicar em qual contexto sócio-cultural estamos inseridos, realizando uma analogia com o conceito de “supercrítico” advindo da engenharia. Para contextualizar a sociedade buscou-se desenvolver aspectos acerca do estereótipo e das temáticas adjuntas como: identidade, comunidade, sociedade e coabitação, partindo das ideias de Walter Lippmann, Bruno Mazzara, Ferdinand Tönnies e outros autores da psicologia, sociologia e neurociência.

**Palavras-chave:** Comunicação Intercultural, Estereótipo e Intercâmbio.

## **ABSTRACT**

This is a study of existing stereotypes in intercultural communication. The goal is to understand the nature of mental stereotype and its role in communication between speakers of different cultures. In order to do so, we examine the case of foreign students in exchange programs on the campus of The Catholic University of Rio Grande do Sul. The study defines stereotype and explains its role in intercultural communication, and notes its relevance in the construction of narratives between cultures and explains how culture and cognitive processes influence the production of the stereotype. It also wishes to assess the perception of interlocutors in relation to the stereotype in communication between cultures. For this we used the concept of society net Zygmunt Bauman to explain which socio-cultural context we are in, making an analogy with the concept of "supercritical" situation based on the engineering. To contextualize the society we have tried to develop aspects of the stereotype about the themes and adjuncts: identity, community, society and coexistence, ideas of Walter Lippmann, Bruno Mazzara, Ferdinand Tönnies and others in psychology, sociology and neuroscience.

**Key-words:** Intercultural Communication, Stereotype and Exchange.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1. Estereótipo</b> .....	17
1.1 John Locke e David Hume: uma contribuição histórica.....	19
1.2 A fenomenologia de Alfred Schutz.....	26
1.3 Gustave Le Bon: Crenças e opiniões como geradores de estereótipo.....	34
1.4 Estereótipo: uma visão contemporânea.....	37
1.5 Estereótipo: visão global.....	45
<b>2. Comunicação Supercrítica</b> .....	46
<b>3. Cultura, estereótipo e comunicação intercultural</b> .....	54
<b>4. Identidade, comunidade, sociedade e suas ligações com o estereótipo</b> .....	65
<b>5. Coabitação cultural no contexto da comunicação intercultural e do estereótipo</b> .....	73
<b>6. Estereótipos: O caso do intercâmbio cultural universitário na PUCRS</b> .....	80
6.1 Cartas.....	80
6.2 Os chineses.....	82
6.2.1 Quem são os participantes.....	82

6.2.2 Contexto da entrevista do grupo focal.....	82
6.2.3 As imagens mentais e o choque cultural.....	83
6.2.3.1 Grupo Focal.....	83
6.2.3.2 Questionário.....	89
6.3 Demais alunos de intercâmbio PMA – PUCRS.....	95
6.3.1 Quem são os participantes.....	95
6.3.2 Contexto da entrevista do grupo focal.....	95
6.3.3 As imagens mentais e o choque cultural.....	96
6.3.3.1 Grupo Focal.....	96
6.3.3.2 Questionário.....	99
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>105</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>116</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>120</b>
<b>ANEXO I.....</b>	<b>125</b>
<b>ANEXO II.....</b>	<b>127</b>

## INTRODUÇÃO

“Cada pessoa (...) possui sua própria caverna particular, que interpreta e distorce a luz da natureza. (...) Assim, alguns espíritos têm condições para assinalar as diferenças, outros, as semelhanças, e ambos tendem ao erro, embora de maneiras opostas; por outro lado, o dedicar-se a uma ciência ou a uma especulação particular pode conformar de tal modo o pensamento do homem, que este tudo interpreta à luz daquela”. (BACON, 1999, p. 13).

Este estudo almeja conceituar e avaliar empiricamente o papel que os estereótipos exercem na comunicação intercultural. Para tanto, examina as imagens mentais sobre o Brasil do ponto de vista de um grupo de intercambistas estrangeiros da PUCRS. Entende-se que intercâmbio cultural

é o relacionamento entre povos diferentes. Se você for estudar, trabalhar e viver uma vida rotineira em qualquer outro país do mundo, então, você está fazendo intercâmbio. Quando houver fricção étnica, quando pessoas de diferentes culturas se encontram para viver, aprender e crescer umas com as outras, então, estou falando de intercâmbio cultural. (SEBBEN, 2007, p. 27).

A autora de ‚Estratégias de Internacionalização das Universidades Brasileiras’ (2004) Luciane Stallivieri acrescenta que desde sempre houve essa preocupação de trocas e interações entre as universidades. Com a globalização isso se tornou uma obrigação e uma necessidade:

O caráter internacional das universidades está presente desde a Idade Média com a criação das primeiras escolas europeias. A formação dessas escolas, chamadas de universitas, contava com professores e estudantes de diferentes regiões e países, apresentando, em sua constituição, comunidades internacionais, que se reuniam em busca de um objetivo comum: o conhecimento. (...) a universidade constitui-se em um universo cultural, que abriga a universalidade e a multiplicidade de visões de mundo, posições filosóficas, tendências científicas e políticas, enfim, diferentes modos de pensar do ser humano, oriundo de diferentes partes do planeta. (p.15).

O nosso problema de pesquisa situa-se no fato dos estereótipos mentais modificarem ou não a maneira de comunicação entre interlocutores de culturas distintas. Entre os autores de referência foi utilizada a obra do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (nascido em 19 de novembro de 1925). Ele conheceu o terror da guerra e do trauma do exílio. Essas experiências fizeram dele um crítico ardente do *status quo*, o que nos permite identificar possibilidades de a cultura influenciar na produção do estereótipo, além de contribuir para entendermos a fragilidade e a superficialidade das relações humanas, os estados transitórios das mesmas, sua volatilidade, a desterritorialização das identidades culturais, a individualização, a efemeridade daquelas relações, a insegurança e a ansiedade gerada neste contexto da sociedade atual. Ele denomina este novo ambiente de „modernidade líquida”.

Outro autor que contribui para este estudo é Gilles Lipovetsky (nascido em 24 de setembro de 1944), filósofo francês, teórico da hipermodernidade. Ele é útil pois complementa a visão do autor anteriormente citado. Lipovetsky analisa uma sociedade denominada para ele como sendo pós-moderna, marcada por várias características específicas, entre elas, no campo econômico, a crise no setor público; a perda de sentido das grandes instituições morais, sociais e políticas; e por uma cultura em que predominam ao mesmo tempo a tolerância, o hedonismo e a coexistência pacífico-lúdica dos antagonismos - violência e convívio, modernismo e "retrô", ambientalismo e consumo desbragado.

Utilizamos também como autor de referência outro francês, Dominique Wolton (1947), que contribui para a construção do estudo pelo seu interesse de investigação referente à análise da relação entre culturas, comunicação, sociedade e política.

No primeiro capítulo, o estereótipo é estudado sob diversas óticas, entre elas, a que trata do tema sob a ótica da geração de conhecimento. Em realidade, utilizamos a geração do conhecimento e a tipificação como sendo um fator constituinte e constituído de construção do estereótipo. Apresentamos uma visão histórica da geração de conhecimento a partir de John Locke (1632-1704) e David Hume (1711-1776). O primeiro versa sobre o fato de o conhecimento ser algo racional e acabado. Ideólogo do liberalismo e um dos principais representantes do empirismo britânico, Locke rejeitava a doutrina das ideias inatas e afirmava que estas tinham origem no que era percebido pelos sentidos. Escreveu „Ensaio acerca do Entendimento Humano’, onde desenvolve sua teoria sobre a origem e a natureza de nossos conhecimentos apoiado nas obras de Descartes.

Locke é bastante referido por sua teoria denominada de „Tabula Rasa’. Esta teoria afirma que todas as pessoas nascem sem saber absolutamente nada e que aprendem pela experiência, a tentativa e o erro.

O próximo autor relevante aos nossos propósitos, referido também no capítulo um, é David Hume, filósofo e historiador escocês. Segundo Bertrand Russell, Hume foi o maior dos filósofos britânicos. Ele abriu caminho à aplicação do método experimental aos fenômenos mentais. Teve profunda influência sobre Kant e sobre a fenomenologia. Elaborou sobre o problema da causalidade, ou seja, quando um evento provoca outro evento, a maioria das pessoas pensa que estamos conscientes de uma conexão entre ambos, o que faz com que o segundo siga o primeiro. A perspectiva de Hume nos mostra que os indivíduos possuem uma crença na causalidade. Isso decorre do desenvolvimento dos hábitos na nossa mente.

Em seguida, buscamos na fenomenologia de Alfred Schutz (1899-1959) outra perspectiva e orientação, mas que não deixa de ser uma forma de continuidade aos clássicos

John Locke e David Hume. Alfred Schutz, filósofo e sociólogo da fenomenologia, dedicou-se à metodologia das ciências sociais e às filosofias de Edmund Husserl (fundador da fenomenologia) e Max Weber.

Também é referido Gustave Le Bon (1841-1931), psicólogo social, sociólogo e físico francês, conhecido por sua contribuição às ideologias racistas. Na sua obra „As Opiniões e as Crenças’ (2002), reflete sobre a problemática relação entre crença e conhecimento e suas diferenciações. Em uma das subdivisões deste livro o autor elabora sobre o „terreno psicológico das opiniões e das crenças’, ou seja, o prazer e a dor seriam as motivações básicas das opiniões. Já o hábito seria o regulador social de ambos. Em seguida, Le Bon explica como as diversas formas de lógica regem as opiniões e as crenças individuais e coletivas. Ele finaliza explicando como a crença é uma necessidade da vida mental, as intolerâncias geradas por ela, sua independência, certezas, influências, transformação e paroxismos.

Finalizando o capítulo, autores de diversas áreas são referidos, viabilizando concluir a discussão sobre esta temática. Entre eles está Alexander Romanovich Luria (1902-1977), neuropsicólogo soviético, especialista em psicologia do desenvolvimento e cujas teorias foram marcadamente influenciadas por Sigmund Freud. Na avaliação que Luria faz da interação entre o cérebro e os processos mentais humanos, identificou três unidades básicas ou sistemas funcionais: a unidade da atenção; a unidade de codificação e processamento (um sistema funcional para obter, processar e armazenar as informações que chegam do mundo exterior e do próprio corpo) e a unidade de planificação (destinada a programar, regular e verificar a atividade mental).

Outro teórico que contribui ao entendimento desta dissertação é Edgar Morin, antropólogo, sociólogo e filósofo francês, pesquisador emérito do CNRS (Centre National

de La Recherche Scientifique). Também é citado Bruno M. Mazzara, professor italiano da Facoltà di Scienze della Comunicazione, que estuda comunicação interpessoal e internacional. Finalizando, trazemos para o desenvolvimento deste trabalho Walter Lippmann, jornalista americano que pela primeira vez na área de comunicação social, em 1922, no livro „Opinião Pública’, cunhou o termo estereótipo.

No segundo capítulo traçamos um paralelo entre a sociedade líquido-moderna de Zygmunt Bauman e a extração supercrítica da engenharia química, sugerindo uma ótica na qual podemos enxergar a comunicação. Sugerimos nesta presente dissertação, que o estereótipo atualmente está permeado e permeia uma comunicação supercrítica.

A extração supercrítica da engenharia nos apresenta um estado da matéria entre o líquido e o gás, o que nos colocaria em paralelo com a liquidez de Bauman. Porém, a comunicação não seria mais líquida. Ou seja, ela não é maleável e adaptável ao meio, como o autor sugere, mas é expansiva no ar, não é palpável. Ao contrário, a comunicação influenciada e influenciante do estereótipo na comunicação intercultural é ubíqua, convergente e ao mesmo tempo contrastante, e onipresente.

No terceiro capítulo sobre cultura, me apoio nos livros „Negociação Internacional’ de Dante P. Martinelli que aborda as negociações internacionais no contexto econômico mundial atual; „Choque das Civilizações’ de Samuel P. Huntington; nas obras do antropólogo americano Edward T. Hall; dos antropólogos cariocas José Carlos Rodrigues e Gilberto Velho e de Homi K. Bhabha. Neste capítulo são discutidas as dificuldades encontradas por um profissional que negocia com culturas variadas. O capítulo expõe os conceitos gerais e as diferentes visões de negociação, em diferentes culturas; aborda a influência das questões culturais nas negociações e apresenta as principais características e

diferenças entre indivíduos de diferentes culturas. O que nos auxilia na explicitação do papel do estereótipo na comunicação intercultural.

Já no quarto capítulo, de maneira geral, os conceitos de comunidade, identidade e sociedade são apresentados de forma a contribuir para o esclarecimento da estereotipia mental. É citado aqui Denys Cuche, sociólogo e antropólogo da Universidade Sorbonne Paris Descartes, que com suas pesquisas focadas em migração, relações étnicas e interculturais contribui com nosso estudo. Da mesma forma Ferdinand Tönnies – sociólogo alemão que, através do texto de Orlando de Miranda, deixa claro a distinção entre a comunidade (*Gemeinschaft*) e a sociedade (*Gesellschaft*). O que nos permite verificar a relevância do estereótipo na construção das narrativas entre culturas.

No último capítulo teórico, apresentamos maneiras de coabitação, interação e convivência entre culturas e suas interrelações com o estereótipo. Para tanto, resgata-se os autores Zygmunt Bauman, Edgar Morin e Dominique Wolton, fazendo-nos compreender, sob uma ótica diversa, a natureza do estereótipo mental e seu papel na comunicação entre interlocutores de culturas distintas.

Finalizando, temos um cenário do intercâmbio cultural na PUCRS, onde procuramos identificar, conforme a teoria utilizada nesta dissertação, traços de estereótipos entre a comunicação de culturas diferentes – as imagens mentais.

## 1. Estereótipo

“... os homens sempre elaboraram falsas concepções de si mesmos, daquilo que fazem, daquilo que devem fazer e do mundo em que vivem”. (MORIN, 1986, p. 13).

O fim da divisão do mundo em dois blocos gerou certo vazio ideológico, o esfacelamento do poder estatal e outras problemáticas, possibilitando que surgisse uma quantidade considerável de conflitos de base étnica, religiosa, cultural etc. Como também rejeições, pluralismos, fechamento das comunidades em si mesmas, nacionalismos, combate a ocidentalização e repressões.

“... as sociedades contemporâneas assistem a um fortalecimento de referenciais que remetem ao passado, de uma necessidade de continuidade entre passado e presente, da preocupação de dotar-se de raízes e memória. Embora a globalização técnica e comercial instaure uma temporalidade homogênea, o fato é que ela é concomitante a um processo de fragmentação cultural e religiosa, que mobiliza mitos e relatos fundadores, patrimônios simbólicos, valores históricos e tradicionais”. (LIPOVETSKY, 2004. p. 92).

Por outro lado, essa intensificação das interações entre as culturas é uma das facetas mais marcantes da globalização, que proporcionou às pessoas oportunidades crescentes de intercâmbio e novas formas de experiências culturais.

A relevância social do estudo se dá pelo crescimento da interação cultural. Assim sendo, pesquisas a respeito da comunicação intercultural tomaram impulso. Nesta tradição de investigação, a análise de estereotípias culturais, religiosas, étnicas, ideológicas e

nacionais é necessária e por isso muito comum. O conceito de estereótipo provém das palavras gregas *stereòs* = rígido e *típos* = impressão.

Os estereótipos formam parte da cultura de um grupo e, como tais, são adquiridos pelos indivíduos e utilizados para uma eficaz compreensão da realidade. Ademais, a conscientização dos estereótipos cumpre para o indivíduo uma função de tipo defensivo: ao contribuir com o mantimento de uma cultura e de determinadas formas de organização social, garantem o resguardo das posições alcançadas. (MAZZARA, 1999, p. 14).

Bruno Mazzara (1999) aponta como perfil da estereotipia a simplificação das características que um povo cultiva diferentemente do outro, resultando com alguma frequência na cristalização de preconceitos. Ambos acabam predispondo o comportamento dos indivíduos frente ao desconhecido. É uma questão de imaginário social entre grupos humanos. Fica claro que um estereótipo cultural não é neutro, é uma projeção que fazemos sobre o outro. Em boa medida, é um juízo de valor.

“... quando um sistema de estereótipos é bem fixado, nossa atenção é chamada para aqueles fatos que o apóiam, nos afastando daqueles que o contradizem. (...) o que é estranho será rejeitado, o que é diferente cairá em olhos cegos. Não vemos o que nossos olhos não estão acostumados a levar em conta”. (LIPPMANN, 2008, p. 60).

O estereótipo está carregado de sentidos, de tradição. É um rótulo que condiciona o olhar antes mesmo que possamos ver algo. Walter Lippmann (2008) expõe que só tiramos o rótulo, só nos desvencilhamos de nossos estereótipos quando reconhecemos nossas opiniões como experiências parciais, guiadas por estereótipos, para assim tornarmo-nos realmente tolerantes.

Decorre deste fato o interesse que os estudos de comunicação intercultural têm em facilitar o diálogo universal aproximando as partes, especialmente os que se originam de

ambientes muito diversos. Deriva deste esforço, em suma, a construção da tolerância necessária à paz. Quer-se quebrar os estigmas, permitindo a superação de barreiras psicológicas, rancores e ruminções irracionais.

### **1.1 John Locke e David Hume: uma contribuição histórica**

John Locke fundamenta-se na teoria do conhecimento para traçar, em 1690, no „Ensaio acerca do entendimento humano’ (1999), obra onde o autor se deteve por quase 20 anos, uma defesa da experiência como fonte de conhecimento. Para ele, as fontes de conhecimento são a experiência sensível e a reflexão. A experiência sensível nada mais é do que a sensação e posteriormente a percepção - esta última correspondente ao pensamento. Este pensamento denomina-se entendimento e a reflexão, que são combinações e relações entre algo já experimentado através de recordação, discernimento, raciocínio, julgamento, conhecimento, etc, que advém da volição ou vontade – faculdades e habilidades na mente. Para tanto, Locke aponta que nada está no intelecto que antes não tenha estado nos sentidos (sensações<sup>1</sup>); as ideias derivam da experiência, que não são universais posto que procedem da cultura.

---

<sup>1</sup> Representam os principais canais, por onde a informação relativa aos fenômenos do mundo exterior e ao estado do organismo chega ao cérebro, permitindo ao homem compreender o meio ambiente e o seu próprio corpo. São elas: **sensações interoceptivas**: produzem sinais a cerca do estado dos processos internos; **sensações proprioceptivas**: asseguram os sinais referentes à posição do corpo no espaço e **sensações exteroceptivas**: é o maior grupo de sensações que coloca o homem em contato com o meio exterior. Subdivididas em: de contato: paladar e tato; e de distância: olfato, visão e audição. LURIA, Alexander

Os homens são, portanto, supridos com menos ou mais ideias simples do exterior, à medida que os objetos com os quais entram em contato oferecem maior ou menor variedade; estão supridos com as operações internas de suas mentes, à medida que refletem mais ou menos sobre elas; portanto, a menos que dirijam seus pensamentos para esta via e a considerem *atentamente*, não terão mais ideias claras e distintas de todas as operações de sua mente, e em tudo que puder ser observado acerca desse assunto, quer tenham todas as ideias particulares de qualquer paisagem quer das partes dos movimentos de um relógio, deverão encarar e prestar atenção a todos os seus pormenores. (LOCKE, 1999, p. 59-60) (grifo do autor).

Para John Locke a mente não é meramente passiva; a recordação da mente é frequentemente ativa, posto que inicialmente todas as nossas ideias, de diferentes naturezas, são nada mais que ideias simples com uma hipótese de algo a que elas pertencem, e no que elas subsistem. Embora não tenhamos qualquer ideia clara ou distinta – nada mais é do que a ideia do que temos como estereótipo. “As ideias de reflexão são posteriores, porque necessitam de atenção”. (LOCKE, 1999, p. 60).

Os sentidos inicialmente tratam com ideias *particulares*, preenchendo o gabinete ainda vazio, e a mente se familiariza gradativamente com algumas delas, depositando-as na memória e designando-as por nomes. Mais tarde, a mente, prosseguindo em sua marcha, as vai abstraíndo, apreendendo gradualmente o uso dos nomes gerais. Por este meio, a mente vai se enriquecendo com ideias e linguagem, *materiais* com que exercita sua faculdade discursiva. E o uso da razão torna-se diariamente mais visível, ampliando-se em virtude do emprego desses materiais. (LOCKE, 1999, p. 41) (grifo do autor).

Como a percepção é a primeira capacidade da mente empregada por nossas ideias, ela deixa de existir sem alterações que impeçam que as impressões geradas sejam apreendidas. “Primeiro, nossos sentidos, familiarizados com os objetos sensíveis

particulares, levam para a mente várias e distintas percepções das coisas, segundo os vários meios pelos quais aqueles objetos os impressionaram”. (LOCKE, 1999, p. 165). Em realidade o que o autor já reflete em sua época, é sobre o fato de gerarmos estereótipos caso a percepção, que é o primeiro passo na direção do conhecimento, estiver desprovida de sentidos, o que embaçará nossas impressões.

Após reter uma experiência - para que a retenção desta seja „transformada’ em conhecimento - é necessário que contemplemos tal fato e revivamos em nossa mente as impressões acerca de tal experimentação, a memória – que para Locke é o armazém de ideias. “O conhecimento não é obtido das máximas (...) mas por comparar ideias claras e distintas”. (LOCKE, 1999, p. 275). O conhecimento, bem como a verdade, não é absoluto, consiste numa investigação de várias épocas, está sempre entre as convergências e os contrários. “O julgamento supre a falta de conhecimento. (...) Consiste em presumir que as coisas são assim, sem percebê-las”. (LOCKE, 1999, p. 285-286). Tendemos por cognição a prestar mais atenção naquilo que é mais parecido com os nossos pensamentos, caso contrário é gerado o estereótipo. É uma generalização favorável, omitindo a desfavorável, inerentes à natureza humana e os costumes.

A certeza é dupla: da verdade e do conhecimento. (...) Certeza da verdade aparece quando as palavras reunidas em proposições expressam precisamente o acordo ou desacordo das ideias que significam como realmente é. Certeza do conhecimento consiste em perceber o acordo ou desacordo das ideias, como expressas em qualquer proposição. A isto habitualmente denominamos conhecer, ou estar certo da verdade de qualquer proposição. (LOCKE, 1973, p. 300).

Corroborando com as propostas dele, David Hume, que foi influenciado por John Locke, em 1748 elaborou a obra „Investigação sobre o entendimento Humano’ que versa também sobre o conhecimento. A diferença básica entre eles é que, enquanto Locke apoiava-se no racionalismo, no fato do conhecimento ser gerado a partir da razão, Hume

não acreditava que o conhecimento pudesse ser gerado sem paixão, para ele ela o move e o promove.

Não pode duvidar-se de que a mente é dotada de várias potências (*powers*) e faculdades (*faculties*), de que estas potências são distintas umas das outras, de que o que é realmente distinto para a percepção imediata pode distinguir-se por reflexão; e, por conseguinte, de que existe uma verdade e falsidade em todas as proposições (*propositions*) sobre esse assunto, e uma verdade e falsidade, que não residem para lá do alcance do entendimento humano. Há muitas distinções óbvias deste tipo, como as que existem entre a vontade (*will*) e o entendimento (*understanding*), entre a imaginação (*imagination*) e as paixões (*passions*), que ficam dentro da compreensão de toda a criatura humana. (HUME, 1985, p. 20).

A sensibilidade aí é, pela primeira vez, aceita como um dos vetores geradores de conhecimento. As inferências, „termômetros’ cognitivos da experiência, são motivadas pelos sentidos – costumes do *habitus*<sup>2</sup> do homem. “O costume, pois, é o grande guia da vida humana. Unicamente este princípio nos torna útil à experiência e nos faz esperar, para o futuro, uma série de eventos semelhantes àqueles que apareceram no passado”. (HUME, 1985, p. 49). O conhecimento é um processo em construção, não dissociado da herança genética e cultural do ser humano, apreendido também pelo instinto.

Mas, embora os animais aprendam da observação muitas partes do seu conhecimento, há igualmente muitas partes dele que recebem da mão original da natureza; estas excedem em muito o quinhão da capacidade que possuem nas ocasiões ordinárias e nas quais pouco ou nada melhoram, com a mais longa prática e experiência. A elas damos o nome de instintos (*instincts*) e prestam-se muito à admiração como algo de extraordinário e inexplicável por todas as disquisições do humano entendimento. (HUME, 1985, p. 104).

Para David Hume o conhecimento está sempre em construção (*understanding*). Já em Locke, o conhecimento é fechado e encerrado por si só (*knowledge*). O nosso

---

<sup>2</sup> *Habitus* está no sentido de costume, hábito. Veremos com mais profundidade tal conceito na fenomenologia de Alfred Schutz. SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais: textos escolhidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

pensamento, que é gerador de conhecimento, para Hume, possui liberdade irrestrita posto que é livre para pensar, ter ideias, perceber<sup>3</sup>. Apesar disso, está confinado a limites de composição, transposição, aumento ou diminuição dos objetos que são fornecidos pelos sentidos e pela experiência. O que significa dizer que em realidade esta liberdade não existe, ela é pautada por sensibilidades externas e/ou internas que compõem a mente. A experiência é adquirida através de sensações, que dependem dos sentidos, “... toda a ideia é copiada de alguma impressão ou sentimento (*sentiment*) anterior; e onde não podemos descobrir qualquer impressão, podemos estar certos de que não existe ideia alguma”. (HUME, 1985, p. 78). E a falta de um deles altera ou impossibilita a geração de impressões – que podemos traduzir como: a falta de ideias acerca de um determinado assunto gera impressões estereotipadas. Até mesmo fazendo surgir ideias independentes das suas impressões correspondentes.

Todas as ideias, em especial as abstratas, são naturalmente vagas e obscuras; a mente tem delas apenas um escasso domínio. E são propensas a confundir-se com outras ideias semelhantes; e quando utilizamos muitas vezes algum termo, embora sem um significado distinto, temos a inclinação para imaginar que possui uma ideia determinada a ele anexa. Pelo contrário, todas as impressões, isto é, todas as sensações, quer externas ou internas, são fortes e vivas; os limites entre elas estão mais exatamente determinados, e nem é fácil cair em erro ou engano em relação a elas. Por consequência, quando alimentarmos alguma suspeita de que um termo (...) é empregue sem um significado ou ideia (...), precisamos apenas de perguntar: *De que impressão deriva esta suposta ideia?* E se for impossível assinalar alguma, isso servirá para confirmar a nossa suspeita. Mediante esta tão clara elucidação das ideias, podemos justamente esperar remover toda a disputa que possa surgir acerca da sua natureza e realidade. (HUME, 1985, p.27) (grifo do autor).

---

<sup>3</sup> Percepcionar é um termo utilizado pelo neuropsicólogo Alexander Romanovich Luria para designar as sensações integralizadas entre todos os nossos sentidos. É através da percepção que o indivíduo organiza e interpreta suas impressões para atribuir significado ao seu meio. É a aquisição, interpretação, seleção e organização das informações obtidas pelos sentidos. **Curso de psicologia geral**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. Volume 2: Sensações e percepção.

É certo que existem conexões entre os diversos pensamentos e ideias da mente e que surgem à memória com certa metodologia e regularidade, mas a cultura não pode ser descartada como um dos principais fatores de tal linearidade ou sua ausência – explicitados como fatos particulares que são pontuais e dependem do contexto. Exemplos: história, geografia, astronomias, etc. Salvo ideias correspondentes de forma universal – que Hume exemplifica como fatos gerais: política, filosofia, física, química. Posto que são aplicáveis universalmente. Do contrário, o fato de indivíduos pertencerem a um ambiente diverso pode determinar o perfil diferenciado de conexões de ideias e pensamentos acerca de um determinado objeto ou situação. Por exemplo, têm-se os fatos mistos ou relativos: teologia, moral, ética e crítica.

Entre diferentes línguas, mesmo onde não podemos suspeitar minimamente uma conexão ou comunicação, nota-se que as palavras, que exprimem as ideias mais compostas, correspondem ainda claramente umas às outras: certa prova de que as ideias simples, compreendidas nas compostas, estavam ligadas por algum princípio universal, que tinha igual influência em toda a humanidade. (HUME, 1985, p. 29).

Acrescentando à ideia do autor, a língua deve ser observada não somente com o sentido linguístico e funcional da comunicação, mas também como cultura. Semelhança, contiguidade no tempo e no espaço, causa e/ou efeito também são fatores preponderantes. Ela depende da natureza do raciocínio acerca de uma determinada questão, o que denomina uma relação de causa e efeito; do fundamento do raciocínio e de conclusões acerca das relações de causa e efeito replicadas pela experiência. Presumindo assim que veremos sempre qualidades sensíveis semelhantes e que esperamos que delas se adotem efeitos análogos aos que experimentamos conforme nossa ambiência. Como por exemplo, a causalidade: onde um evento provoca outro, há uma conexão. Além das ideias que a mente

tem das coisas como elas são em si mesmas, existem outras que ela adquire ao comparar uma com outra – de uma cultura sobre outra, por exemplo, de uma língua sobre outra. O entendimento, na consideração de alguma coisa, não se confina a este objeto exato, pois pode impulsionar qualquer ideia como se fosse além de si mesmo, ou, pelo menos, olhar além dela, para ver como ela se revela em conformidade com outra qualquer. Quando formamos quaisquer proposições com nossos próprios pensamentos, podemos (e frequentemente fazemos) formar em nossas mentes as próprias ideias sem refletir, gerando tipificações<sup>4</sup>.

Admite-se que o máximo esforço da razão humana é reduzir os princípios (...) a uma maior simplicidade, e resolver os muitos efeitos particulares numas quantas causas gerais, mediante raciocínios de analogia, experiência e observação. (HUME, 1985, p. 35).

Estereotipar neste caso é tecer analogias; nada mais é do que se familiarizar com dada realidade, de maneira factual e real ou distorcida. “... os argumentos da experiência se baseiam na semelhança que descobrimos entre os objetos (...) e pela qual somos induzidos a esperar efeitos similares (...). De causas que parecem *semelhantes* esperamos efeitos semelhantes”. (HUME, 1985, p. 40) (grifo do autor). Toda a crença acerca de uma questão legítima é proveniente de algum elemento presente à memória ou aos sentidos e de uma conjuntura semelhante entre ele e algum outro objeto.

Sempre que um objeto é apresentado à memória ou aos sentidos, ele imediatamente, pela força do costume, leva a imaginação a conceber o objeto que habitualmente lhe está associado; e esta concepção é aguardada com uma sensação (...) ou sentimento (...), diferente dos devaneios (...) vagos da fantasia

---

<sup>4</sup> Tipificação é o termo utilizado pelo autor David Hume para denominar generalização. Em nossa dissertação será utilizada para designar estereótipos, que pode ser considerada como sinônimo. HUME, David. **Investigação sobre o entendimento humano**. Rio de Janeiro: 70, 1985.

(...). Nisto consiste toda a natureza da crença. Uma vez que não existe nenhuma questão de fato (...) que não cremos com tanta firmeza que não possamos conceber o contrário, não haveria diferença entre a concepção a que se dá o assentimento e aquela que é rejeitada, se não fosse por algum sentimento que distingue uma da outra. (HUME, 1985, p. 52).

Hume aponta como „mote libertador’ dos estereótipos, o poder e vontade inerentes aos indivíduos para alterar as ideias, visto que o conhecimento está sempre em construção, conforme nossas experiências vão acontecendo e modificando/transformando nossas concepções.

## **1. 2 A fenomenologia de Alfred Schutz**

Sendo objetivo da fenomenologia estudar os fatos conforme experimentados na consciência através de ações cognitivas e perceptivas, tentando assim, perceber como as pessoas estabelecem seus significados, faz-se importante citar a obra de Alfred Schutz (1899-1959) – baseada em Edmund Husserl e Max Weber – para entender o processo pelo qual o indivíduo apreende o conhecimento e gera estereótipos.

“... cada indivíduo constrói o seu próprio ‚mundo’. Mas o faz com o auxílio de materiais e métodos que lhe são oferecidos por outros: o mundo da vida é um mundo social que, por sua vez, é pré-estruturado para o indivíduo”. (SCHUTZ, 1979, p. 17).

David Hume (1985) desmistificou muitas questões acerca de como se dá o entendimento humano. Inclusive apontando o fato de que, a natureza e as coisas existem antes mesmo de nós, os hábitos já estão aí sendo repassados de gerações a gerações e vão continuar existindo mesmo depois que deixemos de viver. Alfred Schutz também nos incita

semelhante cenário. Para o autor, o modo de orientação do indivíduo é estimulado por proposições dadas por outros, antecessores a ele, seria o *habitus*<sup>5</sup>, a hereditariedade cultural. “Não existem marcas e signos em si, mas somente marcas e signos para alguém”. (SCHUTZ, 1979, p. 21). Isto quer dizer que em qualquer situação dada, percebe-se a informação conforme a cultura e conforme as experiências pessoais do indivíduo “... experimentamos o mundo com outros e através de outros”. (CORREIA, 2005, p. 20). Conforme a hierarquização de valores culturais, os grupos sociais estabelecem seus domínios de relevância para tipificar o mundo. “Cada experiência ‚armazenada’ na memória contém todas as imagens anteriores pelas quais é modificada, imagens estas às quais se adicionam as que serão armazenadas no futuro”. (CORREIA, 2005, p. 66).

Nem tudo o que está presente numa situação é importante para as pessoas nela envolvidas. Na verdade, alguns dos fatores de uma situação impõem-se aos atores, constituindo assim ‚relevâncias impostas’. Outros são isolados pelo indivíduo, que os considera importantes para ele, no momento; esses assumem uma ‚relevância volitiva’<sup>6</sup>. (SCHUTZ, 1979, p. 22).

A este respeito Schutz analisa três tipos de relevância quanto à importância das experiências. A relevância motivacional é conduzida pelos interesses da pessoa, os interesses dominantes num dado período, numa dada situação. Essa relevância motivacional é conferida quando o indivíduo tem de atentar para certos subsídios da ocasião de modo a compreendê-los, ou aparecem espontaneamente da sua vida volitiva (da vontade, do dia a dia). O indivíduo se sente livre para decidir a ocorrência conforme seus desejos e intentos.

---

<sup>5</sup> Conjunto de disposições interiorizadas pelos indivíduos, adquiridos e que tentam reproduzir consciente ou inconscientemente. E adaptam essas disposições nos contextos onde estão inseridos. SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais: textos escolhidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

<sup>6</sup> Para o autor ‚relevância volitiva’ é a importância que o indivíduo confere a algum fato ou pessoa. Volição é igual a vontade. (idem)

A relevância motivacional tem como premissa elementos já conhecidos. Caso contrário há uma problematização para definir a situação, conforme os interesses do indivíduo solucionar a lacuna ou dificuldade são prioritários. O terceiro e último tipo de relevância é o interpretacional, acontece em decorrência do segundo, a relevância motivacional.

O reconhecimento do problema em si, (...), pede uma interpretação mais aprofundada. No entanto, só se pode chegar a uma nova interpretação colocando-se o problema no contexto mais amplo do conhecimento (...) que vá possibilitar a compreensão do problema. (SCHUTZ, 1979, p. 24).

Para Schutz não se pode registrar nenhuma experiência sem recorrer a estereótipos. É uma questão preestabelecida socialmente. O conhecimento – para ele heterogêneo, parcial, e contraditório – serve como interpretador de vivências retidas na memória<sup>7</sup>. (lembança, retenção, reconhecimento).

Qualquer pessoa nascida ou criada dentro do grupo aceita o esquema ready-made<sup>8</sup> estandardizado do padrão cultural que lhe é transmitido (...) como um guia não-questionado e inquestionável para todas as situações que normalmente ocorrem dentro do mundo social. O conhecimento associado ao padrão cultural traz sua evidência em si próprio – ou, em vez disso, é tido como pressuposto, na falta de evidência do contrário. É um conhecimento de receitas certas para interpretar o mundo social e para lidar com pessoas e coisas de forma a obter, em cada situação, os melhores resultados possíveis com o mínimo esforço, evitando consequências indesejáveis. A receita funciona, de um lado, como preceito para as ações e, assim, serve como um código de expressão: quem quiser obter certo resultado tem de proceder conforme indicado pela receita dada para tal propósito. De outro lado, a receita serve como um código de interpretação: supõe-se que quem procede de acordo com as indicações de uma determinada receita pretende obter o resultado correspondente. Assim, é função do padrão cultural ready-made para o uso, substituindo a verdade, difícil de alcançar, por truísmos confortáveis, e substituindo o questionável por aquilo que se auto-explica. (SCHUTZ, 1979, p. 81).

---

<sup>7</sup> Para o autor significa: lembrança, retenção e reconhecimento. SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais: textos escolhidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

<sup>8</sup> Feitos sob medida. (idem)

A realidade é um objeto em construção, obtida através de experiências que as fazem ter sentido podendo ser aplicada “... numa deriva particularmente antropológica da análise da estranheza, as comunidades concretas e função da ideia de pertença e de distância em relação a cada forma de vida sócio-cultural”. (CORREIA, 2005, p. 47).

Como a sociedade contemporânea é a dos dialetos e comunidades diferenciadas, há certa instabilidade, implicando, também, uma atitude de aceitação natural nas comunidades. Porém, os estrangeiros (leia-se: todos vindos de fora de uma dada comunidade) sentem um choque quanto à forma de pensar que é inadequada fora do seu agrupamento “... o comportamento dos outros pode ser tipificado de acordo com padrões de normalidade, os quais, todavia, devem ser baseados em contextos funcionais de outras subjetividades”. (CORREIA, 2005, p. 55). Normalidade aí está colocada como uma congruência em relação ao comportamento de outros.

A questão da intersubjetividade em Schutz diz respeito, pelo menos, a três níveis de análise: o primeiro concerne às estratificações fundamentais do mundo da vida; o segundo, ao ponto de vista relativamente natural de um grupo, e o terceiro, ao conhecimento dos motivos concretos da ação de outrem, que se relaciona com uma teoria da ação social. A primeira diz respeito às estruturas espaciais, temporais e sociais básicas da nossa experiência na vida cotidiana nos termos dos quais o mundo adquire a sua estrutura significativa, isto é, passa a fazer sentido para mim. (...). O segundo nível de análise da intersubjetividade diz respeito à visão relativamente natural do grupo, ou seja, à sua experiência sedimentada do mundo tida por adquirida e comumente partilhada, com base na qual cada sujeito organiza a sua experiência como membro do grupo. Ou seja, passa pela definição da posição de outro no interior do grupo social e pela análise do modo como entendemos o outro como membro do grupo. Finalmente, o terceiro nível de análise da intersubjetividade diz respeito à compreensão dos motivos da ação de outrem (...). Aqui o problema passa fundamentalmente por saber o modo como o sujeito conhece os motivos do outro para agir de modo que age. Obviamente que tais motivos exigem a compreensão prévia da concepção relativamente natural do mundo, composta de tipificações comuns, graças às quais eu entendo as minhas ações e acredito entender as de outros. (CORREIA, 2005, p. 60-61).

Os indivíduos do agrupamento externo não veem o estilo de vida do agrupamento interno como verdades evidentes. “Não só o seu ‘mito central’, mas também os seus

processos de racionalização e institucionalização são diferentes”. (SCHUTZ, 1979, p. 85). Contudo, é imprescindível perceber que a auto-interpretação pelo agrupamento interno e a interpretação pelo agrupamento externo da concepção „natural do mundo’ dos grupos externos que estão ligados. O agrupamento interno sente-se muitas vezes mal compreendido pelos outros, muitas vezes estabelecendo uma reação de confirmação do grupo externo em relação ao grupo interno, já que este acaba por reforçar as interpretações obtidas gerando estereótipo tanto de um lado quanto de outro, criando um efeito espelhado<sup>9</sup>.

Para o estranho, o padrão cultural de seu grupo de origem continua a ser o resultado de um desenvolvimento histórico não-interrompido e um elemento de sua biografia pessoal, que por esse mesmo motivo tem sido ainda o código não-questionado de referência relativo à sua „concepção natural do mundo’. É óbvio, portanto, que o estranho começa a interpretar seu novo ambiente social em termos do seu pensamento usual. Segundo o código de referências trazido de seu grupo de origem, entretanto, ele tem uma ideia ready-made do padrão supostamente válido dentro do grupo do qual se aproxima, uma ideia que, necessariamente, logo se prova inadequada. (SCHUTZ, 1979, p. 88).

Em seguida, no entanto, ambientando-se com o novo agrupamento e se inserindo, o padrão cultural antes estranho passa a fazer parte de sua vida ganhando um caráter de normalidade. “Sua distância transforma-se em proximidade; as molduras vazias são preenchidas com experiências „vivas’; os conteúdos anônimos transformam-se em situações sociais definidas; as tipologias ready-made desintegram-se”. (SCHUTZ, 1979, p. 88).

Podemos dizer que o membro do grupo interno „bate o olho’ nas situações sociais que lhe ocorrem normalmente e imediatamente capta a receita ready-made apropriada para a sua solução. Nessas situações, a sua ação traz todas as marcas do hábito, do automatismo e da semi-consciência. Isso é possível porque o padrão cultural provê, com suas receitas, soluções típicas para problemas típicos de atores típicos. Em outras palavras, a *chance* de obter o resultado desejado

---

<sup>9</sup> Isso acontece quando um indivíduo enxerga um estrangeiro (no sentido a qual explicitamos: fora daquela comunidade) como se fosse da sua cultura, só que de maneira inversa.

estandardizado, através da aplicação de uma receita estandardizada, é objetiva, isto é, está aberta a qualquer um que se comporte como o tipo anônimo que a receita requer. (SCHUTZ, 1979, p. 91) (grifo do autor).

No estereótipo, os elementos sociais estão estabelecidos dentro de um padrão de familiaridade e de reconhecimento ajustados por uma série de conhecimentos disponíveis cuja procedência é principalmente social.

As experiências diárias vividas e transmitidas pelos e para os indivíduos formam o que a fenomenologia social chama de acervo de conhecimento. O acervo de conhecimento é a união de saberes, informações e operações cotidianas de que o indivíduo possui para interagir com o mundo, interpretá-lo e habituar-se a ele.

“... em face de cada nova situação, o ator agirá do mesmo modo partindo do princípio de que as coisas se apresentarão idênticas àquelas que se apresentaram da última vez. Esta typicalidade, graças à qual se espera que o „que assim foi assim será’, integra a concepção relativamente natural e permite aos atores acreditarem na permanência do mundo da vida, e na sua estabilidade face à erosão provocada pelo tempo: a garantia, em suma, de que algo permanece mesmo quando tudo vai mudando. Prevalece a certeza de que o mundo da vida é um pressuposto que existe antes de mim e vai continuar depois de eu desaparecer”. (CORREIA, 2005, p. 94).

A problemática principal do estereótipo é sua variação de relevância conforme um determinado grupo ou indivíduo classificado como pertinente ou não. A sistemática de relevâncias e estereotipação exercem importantes funções: motivam os fatos e acontecimentos que têm de ser abordados como substanciais, igualmente com a finalidade de determinar de maneira característica os problemas típicos que insurgem ou podem emergir em situações tipificadas como idênticas; modificam as ações sociais singulares de seres humanos únicos em funções peculiares de papéis sociais típicos; funcionam como um plano de interpretação e de orientação para cada indivíduo do agrupamento interno ajudando a compor um universo de alocação comum; aperfeiçoam as possibilidades de

sucesso da interação humana, isto é, o estabelecimento de uma coerência entre o plano tipificado utilizado pelo indivíduo como plano de orientação e o plano tipificado utilizado pelo seu similar como plano de interpretação; acarretam um campo comum no qual as tipificações privadas e as composições de importância dos componentes do grupo particularmente considerados se suscitam, seja por especificação ou por antagonismo. “A tipificação é simultaneamente o discurso existencial autêntico da pessoa e o discurso convencional, sedimentado pela sociedade”. (CORREIA, 2005, p. 115).

Os estereótipos são a configuração que o costume natural do mundo social tem de lidar com o aparecimento do diferente. São as maneiras de constituir simetrias num mundo ameaçado pela contingência. São as formas de certificar que é viável lidar com as diversidades culturais que se apresentam no mundo.

Numa sociedade moderna e complexa, os mapas de orientação são cada vez mais ambíguos, tortuosos e contraditórios. A construção da identidade e a elaboração de projetos individuais são feitas num contexto em que diferentes ‘mundos’, ou esferas da vida social, se misturam e entram muitas vezes em conflito. (CORREIA, 2005, p. 144).

Aquilo que é vivenciado como novidade, na verdade, já é experienciado no sentido de que recorda fatos similares ou iguais antes apreendidos. São experiências com várias possibilidades, conforme referenciais correspondentes, com características típicas. Por exemplo, um círculo, por experiências passadas, pode nos remeter a diversos elementos similares que nos lembram um círculo: uma bola, um anel, um óculos, um prato, uma roda, etc. E estas referências são associativas inclusive conforme a cultura. Além da experiência, da memória e da percepção.

O meio tipificador *par excellence*, através do qual o conhecimento social é transmitido, é o vocabulário e a sintaxe da linguagem cotidiana. O vernáculo cotidiano é, basicamente, uma linguagem de coisas e eventos nomeados, e qualquer nome inclui tipificação e generalização referentes ao sistema de

relevâncias predominante no grupo interno linguístico, o qual considerou a coisa nomeada suficientemente significativa e, portanto, merecedora de um termo isolado. (SCHUTZ, 1979, p. 96) (grifo do autor).

Um último meio tipificador, para Schutz, seria os movimentos corporais que ele divide entre: propositais, expressivos e miméticos. Todos esses movimentos são norteados pela experiência e são percebidos<sup>10</sup> através da cultura - *habitus*. Os primeiros movimentos, chamados propositais, referem-se a gestos (balançar a cabeça em sinal de aprovação ou negação, apontar, acenar, conversar). Já os movimentos expressivos, são exteriorizações de experiências internas, inicialmente sem intenção proposital; a distinção dos movimentos nos sentidos de tempo e espaço, ou seja, se os gestos são curtos ou longos, altos ou baixos, largos ou estreitos, auxiliando na decodificação dos sentidos que os gestos expressaram – esta questão altamente cultural é extremamente tipificadora e estereotipada, determinadas culturas são rotuladas como sendo mais expansivas em relação aos seus gestos que são mais explícitos e largos, por exemplo. E o último movimento, o gesto mimético, como o próprio nome sugere, imita ou representa ações do outro com quem o indivíduo se identifica – podemos observar tal comportamento com a reprodução de gestos passados pelo *habitus*. Comportamo-nos de maneira semelhante aos nossos pares.

---

<sup>10</sup> O mesmo que perceber. Advindo da neurociência. LURIA, Alexander Romanovich. **Curso de psicologia geral**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. Volume 2: Sensações e percepção.

### 1.3 Gustave Le Bon: Crenças e opiniões como geradores de estereótipo.

Para Gustave Le Bon, o estereótipo tem origem inconsciente e é alheio à razão. Quando é verificada pela observação e pela experiência, torna-se um conhecimento. “Saber e crer são coisas diferentes, que não têm a mesma gênese. Das opiniões e das crenças deriva, com a concepção da vida, o nosso modo de proceder”. (LE BON, 2002, p. 19).

A vida orgânica (nutrição, respiração, etc.), a vida afetiva (sentimentos, paixões, etc.) e a vida intelectual (reflexão, raciocínio, etc.) para o autor, constituem as três esferas indissociáveis da vida consciente e inconsciente e que, para nós, nesta dissertação, é constituída e constituinte do estereótipo. Sabe-se que, segundo a teoria associacionista, para Le Bon, as ideias podem se associar de acordo com dois processos diferentes: por semelhança ou associações por contiguidade. Sendo as de semelhança analógicas e as de contiguidade não-analógicas. As nossas representações mentais podem ser de ordem afetiva (inconscientes) ou de ordem intelectual (*habitus* – o hábito é o grande regulador de sensibilidade).

Quando a inteligência consegue exercer uma influência inibidora na paixão, esta última, pode-se dizer, não era forte. A inteligência só influi numa paixão quando a representação mental de um sentimento é oposta a outro. A luta existe então, não entre representações intelectuais e representações afetivas, mas unicamente entre representações afetivas posta em presença pela inteligência. (LE BON, 2002, p. 69).

Para o autor, a paixão é constituída por sentimentos que adquirem ampla intensidade e podem, por vezes, em certos momentos, invalidar outros sentimentos: ódio, amor, etc. Desejo é o sentimento motriz da paixão e do conhecimento, transformando diretamente nossas opiniões e crenças. “As grandes paixões são, aliás, raras. Efêmeras na maioria das

vezes desaparecem logo que é obtido o objeto desejado”. (LE BON, 2002, p. 68). A paixão desaparece por simples extinção ou se transforma, alterando assim o estereótipo e o conhecimento sobre ele.

Esta paixão é gerada tomando por base a diferença de mentalidade originando diferentes opiniões. “Cada povo possui caracteres coletivos, comuns à maioria dos seus membros, (...). Esses caracteres criam entre elas, (...), opiniões semelhantes sobre certo número de assuntos essenciais”. (LE BON, 2002, p. 74-75). Os fatores internos das opiniões e das crenças são: o caráter; o ideal (síntese das suas aspirações); a necessidade (um dos grandes elementos geradores das nossas opiniões); o interesse e as paixões. Seguidos dos fatores externos: a sugestão (o poder de persuasão exercido); as primeiras impressões (estereótipos); a necessidade de explicações (que contribui para a determinação da gênese de opiniões); os vocabulários, as fórmulas e as imagens; as ilusões e a necessidade. Além das formações de opiniões sob influências coletivas: meio (coletividade, herança cultural), costume (*habitus*), grupos sociais, nacionalidade, regionalidade, etc.

O estereótipo remete afirmação das crenças e opiniões, gerando assim a repetição deste. Para o autor, uma forma de retificação desses estereótipos formados por opiniões se dá pela experiência. “... os elementos criadores das nossas opiniões, das nossas crenças e dos nossos atos são comparáveis a pesos colocados nos dois pratos de uma balança. O mais carregado sempre desce”. (LE BON, 2002, p. 79). Os pesos podem se alterar por situações das mais variadas: o próprio ser e o meio, que podem ser móveis e suscetíveis, com, por exemplo, resíduos ancestrais.

Se os homens não tivessem por guia as opiniões e a maneira de proceder daqueles que os cercam, onde achariam a direção mental necessária à maior parte? Graças ao grupo que os enquadra, possuem um modo de agir e de reagir quase constante”. (LE BON, 2002, p. 83).

Le Bon aponta em seu livro cinco formas de lógica aplicáveis e regente às opiniões e as crenças: lógica biológica (instintos), lógica afetiva (paixão), lógica coletiva (*habitus*), lógica mística (de contradições, irracionais e de paixão) e lógica racional (cognitiva: vontade – atenção – reflexão). “Todas as formas de lógica que precedem, podem-se sobrepor, fundir-se ou contrair-se nos mesmos entes”. (LE BON, 2002, p. 94). Se as crenças forem muito diferentes, a mais forte tende a eliminar as outras, posto que os estereótipos são tendências gerais. “Os impulsos contrários das diversas lógicas que nos conduzem, fazem hesitar, muitas vezes, sobre o procedimento a seguir. Os casos mais simples comportam uma escolha entre várias soluções”. (LE BON, 2002, p. 147).

A crença é mental, intolerante e imbuída de paroxismo. E este paroxismo, é o clímax da intensidade da crença. „As influências irracionais, que provocam os movimentos de opiniões, incessantemente mudam, conforme a luz variável que banha as coisas. Deve-se saber adivinhá-las, quando se as quer dominar e não esquecer que uma opinião qualquer universalmente aceita constituirá sempre, para a multidão, uma verdade’. (LE BON, 2002, p. 254).

Uma crença pode ser tão forte que acaba por inspirar certezas que nada pode abalar. “Um dos mais seguros efeitos da certeza derivada de uma crença é criar certos princípios de moral mais ou menos provisórios, porém muito pujantes, em torno dos quais se constitui uma consciência nova, geradora de uma nova conduta”. (LE BON, 2002, p. 270). O conflito de ideias é a natureza das provas geradoras dos estereótipos. “Compreende-se bem a força das crenças quando se observa que elas escapam a qualquer influência de ordem racional”. (LE BON, 2002, p. 277). Se as crenças fossem inteligíveis à mando da razão, teríamos visto desvanecer-se, há muito, todas as que são absurdas, contra-sensos, inaceitáveis, ignoráveis. “As crenças possuem a faculdade maravilhosa de criar quimeras e,

depois, de lhes submeter os espíritos”. (LE BON, 2002, p. 278). Quando, obedecendo à evolução natural das coisas, a crença chega à condição de cerceamento que antecede o seu declínio, a razão pode, determinadas vezes, implicar nela. No seu momento de triunfo, a crença não arrisca sequer contrastar contra a razão, porquanto esta última não a contraria.

#### **1.4 Estereótipo: uma visão contemporânea**

Em nossa cultura, o termo estereótipo tem uma significação muito negativa. Nossa forma de pensar e fazer juízo sobre a realidade se apresenta menos flexível e livre de estereótipos do que gostaríamos que fosse. No dia a dia quase não discernimos que o estereótipo nem sempre deve ter conotação negativa e que nos auxilia na compreensão comunicacional.

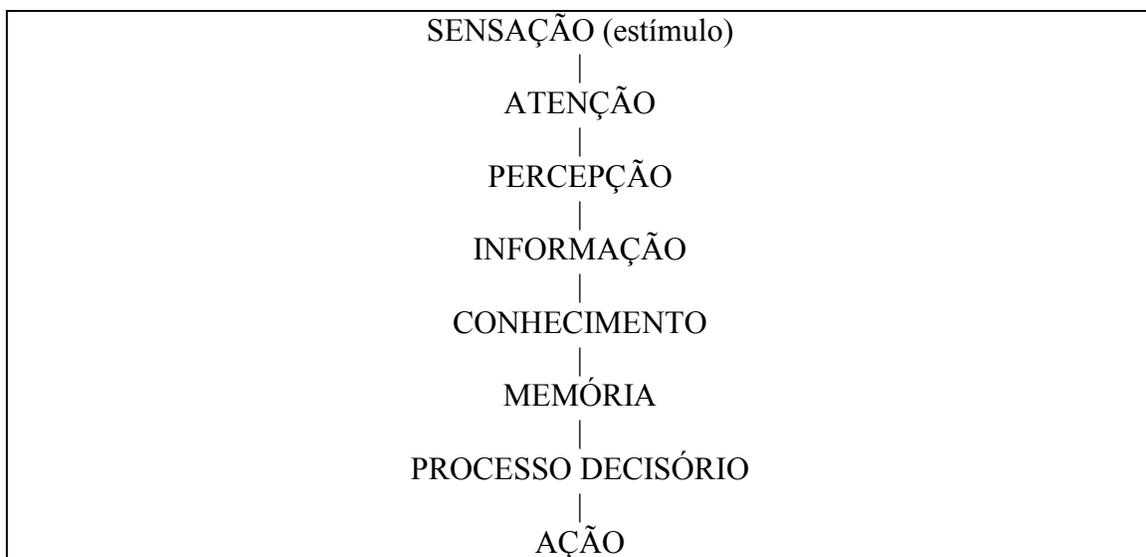
O homem não contempla simplesmente os objetos ou lhes registra passivamente os indícios. Ao discriminar e reunir os indícios essenciais, ele sempre *designa* pela palavra os objetos *perceptíveis*, nomeando-os, e deste modo apreende-lhes mais a fundo as propriedades e as atribui a determinadas categorias. (LURIA, 1979, p. 41) (grifo do autor).

Para visualizar o que o autor citado apresenta como estereotipação, apresentamos um quadro de como funciona a decodificação das informações do autor Roberto Porto Simões, onde temos o estímulo, obtido através das sensações como a força motriz da informação, a qual, em seguida, detemos atenção em cima do objeto que nos prendeu e que nos sensibilizou, gerando uma percepção. Esta é norteadada pela experiência antes vivenciada através da cultura. A informação é então decodificada gerando conhecimento. E esse conhecimento, acreditamos, está sempre em construção e advém também da memória (e

para ela volta). E através de uma carga de percepções, cognições e outros elementos acontece a ação. Ou seja, a estereotipia em si – que neste ato é quase inconsciente e automático. Seguida do processo decisório de se manter ou não a tipificação.

Cognição é uma forma de adaptação ao meio, bem como um mecanismo de troca entre o mundo externo – interação, e nosso modo de ser interno – auto-percepção identitária. (FADIMAN, 1986).

Ao considerar a mente do ser humano um sistema de processamento de informação, admite-se que a mente, além de cognitiva, é também computacional, (...) pensar é processar informação, manipulando símbolos através de uma sintaxe própria. (SIMÕES, 2006, p. 44).



**Fig. 1** Roberto Porto Simões. Informação, Inteligência e Utopia (2006, p. 44-45).

Podia-se pensar que, atualmente, numa sociedade caracterizada pelo predomínio da racionalidade tecnológica e pela aceitação cada vez maior dos valores de igualdade, complacência e convivência democrática, os estereótipos estavam adaptados a conviver com os novos valores de racionalismo e tolerância. Porém cada um de nós atua e pensa em

função de sua própria relação de valores culturais e ideológicos, e que podemos ser mais ou menos maleáveis, mas nunca nos libertamos totalmente de nossas raízes arraigadas.

Como sabemos, o estereótipo é uma questão cognitiva e não apenas cultural. A cultura perpassa sobre a temática, sobre a forma como enxergamos o mundo e o próximo (ou o diferente), mas está muito além.

Walter Lippmann, em seu livro „Opinião Pública’ (2008), explicita que estereótipos são as fortalezas de nossa tradição. “Os fatos que vemos dependem de onde estamos posicionados, e dos hábitos de nossos olhos. Na maior parte dos casos, nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos”. (LIPPMANN, 2008, p. 66).

O processo de interpretação da comunicação recebida em hipótese alguma pode ser considerado um simples processo de assimilação do significado das palavras (...). O processo de decodificação ou interpretação da comunicação é sempre um meio de decifrar o sentido *geral*, implícito na comunicação recebida ou, em outras palavras, um complexo processo de discriminação dos elementos mais importantes do enunciado, a transformação de um sistema desenvolvido de comunicação no pensamento nela latente. (LURIA, 1979, p. 76) (grifo do autor).

O estereótipo é um produto da interação social – *habitus*. A experiência social vai determinar como selecionamos a informação; são resíduos de memória ancestral preservada no inconsciente coletivo – instinto e *habitus*. Os indivíduos têm categorias socialmente salientes, nas quais organizam o mundo: a redução de incertezas gera conhecimento.

Todo o conhecimento opera por seleção de dados significativos e rejeição de dados não significativos: separa (distingue ou desune) e une (associa, identifica); hierarquiza (o principal, o secundário) e centraliza (em função de um núcleo de noções mestras). Estas operações, que utilizam a lógica, são de fato, comandadas por princípios „supralógicos’ de organização do pensamento ou *paradigmas*, princípios ocultos que governam a nossa visão das coisas e do mundo sem que disso tenhamos consciência. (MORIN, 1991, p. 13) (grifo do autor).

Caso a informação seja insuficiente, acontecem as generalizações. O homem recebe um imenso número de estímulos, mas entre eles elege os mais importantes e ignora o restante. Potencialmente ele pode fazer um elevado número de prováveis escolhas, mas enfatiza poucos movimentos lógicos que integram as suas habilidades e inibem outras. Surge-lhe grande número de associações, mas ele mantém apenas algumas imprescindíveis para a sua atividade e abstrai outras que dificultam o seu processo racional de pensamento. “A seleção da informação necessária, o asseguramento dos programas seletivos de ação e a manutenção de um controle permanente sobre elas são convencionalmente chamados de *atenção*”. (LURIA, 1979, p. 01) (grifo do autor).

Uma das origens do estereótipo para Jens Rydgren em ‘The Logic of Xenophobia’ (2004) ocorre quando o indivíduo é confrontado com situações atípicas e/ou ambíguas no cotidiano, costuma-se fazer um pré-julgamento simplificado. Mas, como este estereótipo nos permite orientar o mundo, pode também levar a erros. De toda forma, a realidade é geralmente muito complexa e as categorizações sociais são de grande valia.

O caráter seletivo da atividade consciente, que é função da atenção, manifesta-se igualmente na nossa percepção, nos processos motores e no pensamento. Se não houvesse essa seletividade, a quantidade de informação não selecionada seria tão desorganizada e grande que nenhuma atividade se tornaria possível. Se não houvesse inibição de todas as associações que afloram descontroladamente, seria inacessível o pensamento organizado, voltado para a solução dos problemas colocados diante do homem. (LURIA, 1979, p. 01-02).

O procedimento de decodificação da comunicação que nos chega pode ser intensamente distinto, dependendo da forma como é dada a comunicação e dos modos através dos quais se comunica a informação, bem como do conteúdo da comunicação e do grau de conhecimento nela inseridos. O grau de conhecimento contido no material comunicável quase chega a ser o fator mais importante que determina a estrutura

psicológica do processo de decodificação da comunicação interpretável. A palavra é sempre polissêmica, ela se constitui de fato em uma metáfora. Para compreender a fala de outrem não basta entender suas palavras – temos de compreender o seu pensamento. Variações no contexto implicam variações no sentido. Mas nem mesmo isto é suficiente – também é preciso que conheçamos a sua motivação. O sentido não é o mesmo para diferentes sujeitos na mesma situação; a palavra é sempre carregada de conteúdo e sentido ideológico e vivencial.

A decodificação da comunicação exige antes de tudo que se proceda à seleção semântica dentre os muitos significados da palavra empregada em determinado texto. Um dos fatores que permite fazer a escolha do sentido adequado da palavra é a entonação com a qual esta é pronunciada. Outro fator que determina a escolha do sentido adequado da palavra é o contexto. O processo de escolha correta do sentido de uma palavra pode encontrar uma série de dificuldades que devem ser levadas em conta. A primeira destas dificuldades, que se manifesta com clareza especial no estudo de uma língua estrangeira e na assimilação de um novo objeto, é o conhecimento deficiente do léxico. O segundo obstáculo à escolha correta do significado da palavra entre as possíveis alternativas é o predomínio do pensamento figurado-direto, que torna um dos significados mais concretos da palavra o mais provável. Nossos sentidos, familiarizados com os objetos sensíveis particulares, levam à mente, várias e distintas percepções das coisas, segundo os vários meios pelos quais aqueles objetos os impressionaram (sinestesia<sup>11</sup>).

---

<sup>11</sup> Formas mais profunda de interação sob as quais os órgãos dos sentidos trabalham em conjunto. LURIA, Alexander Romanovich. **Curso de psicologia geral**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. Volume 2: Sensações e percepção.

Os estereótipos influenciam grande parte das informações sociais. É uma tendência de maximizar diferenças entre grupos diferentes e de minimizar as diferenças intragrupos. (PEREIRA, 2002). Simular comportamentos e compartilhá-los socialmente faz o indivíduo se sentir inserido num agrupamento. Assim, ele é menos suscetível a sofrer. Os indivíduos são motivados socialmente à convivência para manter a sobrevivência de um grupo. Há benefício nas relações entre semelhantes, dá sentido de pertencimento no cumprimento de normas do grupo, simulação de comportamentos, etc. (FISKE, 2000).

Acreditamos que as pessoas tendem a se identificar e identificar os seus valores com o seu grupo. Há uma tendência natural à autovalorização e à valorização do grupo ao qual o indivíduo faz parte. Em contrapartida, há uma desvalorização do outro. De acordo com os códigos culturais compartilhados, forma-se uma opinião estereotipada antes mesmo de uma observação. É como uma codificação de si e do outro. O sentimento de pertencimento de um grupo surge também à medida que ele se diferencia de outros. Há uma tendência a minimizar as diferenças dentro de seu próprio grupo e maximizar a diferença percebida dentro de outros grupos sociais. É normal pré-julgar as pessoas em categorias, mas isto pode gerar intolerância, bem como ambivalências.

A simplificação de uma pessoa acontece na ordem do que imaginamos que o outro é e o indivíduo que suponho ser. É uma questão de imaginário *versus* simbologia: quem imaginamos ser (nós mesmos), quem imaginamos ser o outro; *versus* quem supomos ser de maneira simbólica e quem supomos ser o outro. O que observamos é inseparável da forma como o enxergamos. Positivamente, devemos utilizar o estereótipo como sendo algo nem bom nem ruim, apenas diferente. Uma proposta é incentivar o olhar positivo às diferenças. (PIPER, 2004).

Seu efeito mais importante está na busca e valorização dos dados da experiência, com os quais estão por si só alterados em função dos estereótipos correntes a partir do mesmo momento de sua percepção por parte dos sentidos.

As mais sutis e difundidas de todas as influências são aquelas que criam e mantêm o repertório de estereótipos (...). E estas percepções, a menos que a educação tenha nos tornado mais agudamente conscientes, governam profundamente todo o processo de percepção. (LIPPMANN, 2008, p.68).

Para entender em profundidade os modos de funcionamento dos estereótipos sociais é necessário levar em consideração algumas de suas propriedades. A primeira é que os estereótipos são socialmente compartilhados, e geralmente utilizados para explicar as diferenças reais ou imaginárias entre grupos. Surgem como um meio de explicar e justificar as diferenças. (STEREOTYPE, 2009). Para alguns, o estereótipo, bem como o preconceito, pode ser considerado uma tendência típica do indivíduo, cada um com os quais elabora seus próprios estereótipos e se deixa influenciar por eles em menor ou maior medida. A segunda propriedade é o nível de generalização, quer dizer, é julgar que as características negativas atribuídas a um objeto do estereótipo estão mais ou menos homoganeamente distribuídas nele. Determinada certa imagem negativa de um grupo, pode-se estar convencido de que quase todos os indivíduos possuem as mesmas características, na mesma medida, geradas pelo estereótipo. Outra propriedade está relacionada com a menor ou maior rigidez dos estereótipos: são dificilmente mutáveis, pois estão arraigados na cultura e na personalidade. Outras características são: a forma abusiva que se apresentam quando uniformizam o ‚alvo‘ e extremista, pois se apresentam de maneira superlativa, além de ser negativo com maior frequência, tornando-se automático. Alguns efeitos contraproducentes são: justificação de preconceitos mal fundados; ignorância; falta de vontade de repensar atitudes e

comportamentos estereotipados; opiniões errôneas; obstáculos para interação; percepção errada; valoração distorcida; racismo; opressão; discriminação e hostilidade mascarada ou sutil.

As causas excepcionais do estereótipo estão na forma como se utilizam as minorias como bode expiatório, por exemplo, ou como é gerado pelo sentimento de pertencimento sócio-cultural. Até mesmo por uma simplificação do mundo (necessidade psicológica), uma hostilidade com o diferente (fundamento biológico) ou uma construção social, gerando segregação, xenofobia ou isolamento. O distanciamento, por exemplo, se apresenta de modo sutil: não podendo tolerar a contradição entre os próprios valores igualitários e um antigo e enraizado sentimento de resistência frente ao diferente, o indivíduo tenta evitar o contato, limitando as interações e adotando condutas que marcam o distanciamento e salientam o não estreitamento de vínculos. (MAZZARA, 1999).

As estratégias de defesa contra os estereótipos são: reprodução dos estereótipos – nem sempre de forma negativa –, distanciamento, distorção, caracterização típica, previsão e orientação, apontamento de tendências, características supervalorizadas e a tendência à confirmação da estereotipia.

Se a experiência contradiz o estereótipo, uma das duas coisas acontece. Se o homem não é mais maleável, ou se algum interesse poderoso torna altamente inconveniente reorganizar seus estereótipos, ele despreza a contradição como uma exceção que prova a regra, desacredita a testemunha, encontra uma falha em algum lugar, e trata de esquecê-lo. Mas se for curioso e aberto, a novidade é trazida para dentro do quadro, permitindo-se que o altere. (LIPPMANN, 2008, p. 69).

Uma das problemáticas do estereótipo é que a diferença encontrada se aplica universalmente a qualquer membro da cultura. Agimos como se todos os membros de uma cultura ou grupo partilhassem a mesma característica, por razões históricas e sociais, com

um cunho do sistema cognitivo. Isto pode dar uma falsa sensação de compreensão. Por outro lado, há estratégias de convivência com o diferente: assimilação, fusão, adaptação, interação e pluralismo cultural.

### 1.5 Estereótipo: visão global

Após mapear o cenário do estereótipo, fazendo um resgate histórico de sua formação, apresentamos neste estudo uma tabela que explicita, numa tentativa de sintetizar, através de palavras-chave, diversas facetas da tipificação, suas causas, consequências, perfis, etc.

<b>O que é:</b>
Analogia, Categorização, Crença, Generalização, Hierarquização, Impressão rígida, Julgamento, Juízo de valor, Pré-julgamento, Projeção, Rotulação, Simplificação, Tipificação.
<b>Como se forma:</b>
Ambiguidade, Analogia, Assimilação, Auto-explicação, Categorização, Causa e efeito, Cognição, Costume, Contiguidade, Conclusão, Crença, Decodificação, Estandarização, Estranheza, Estratificação, Experiência, Generalização, <i>Habitus</i> , Herança (cultural e genética), Hierarquização, Hipótese, Ideia, Imaginação, Impressão, Incerteza, Incompreensão, Incongruência, Instabilidade, Instinto, Interpretação, Intolerância, Julgamento, Memória, Mito, Motivação, Observação, Paixão, Pensamento, Percepção, Pertença, Polissemia, Proposição, Raciocínio, Recordação, Reflexão, Relevância, Replicação, Seleção, Semelhança, Sensação, Simplificação, Simulação, Sinestesia, Subjetividade, Tipificação, Vontade.
<b>O que gera:</b>
Automatização, Autovalorização, Caracterização, Confirmação, Contradição, Distanciamento, Discriminação, Distorção, Extremismo, Gueto (voluntário ou involuntário), Hostilidade, Ignorância, Intolerância, Isolamento, Justificação, Limitação, Opressão, Preconceito, Previsão, Racismo, Segregação, Supra ou supervalorização, Tendência, Ubiquidade, Uniformização, Universalização, Valoração, Xenofobia.
<b>Formas de coabitação:</b>
Adaptação, Assimilação, Conhecimento, Compreensão, Experiência, Fusão, Interação, Interpretação, Modificação/transformação da concepção, Pluralismo, Vontade de alterar ideias.

## 2. Comunicação Supercrítica

“Tendemos a viver num mundo de certezas, de solidez perceptiva não contestada, em que nossas convicções provam que as coisas são somente como as vemos e não existe alternativa para aquilo que nos parece certo. Essa é nossa situação cotidiana, nossa condição cultural, nosso modo habitual de ser humanos”. (MATURANA, 2001, p. 22).

A comunicação entre culturas distintas é permeada por dificuldades como a de aceitação à cultura do outro e a manutenção da sua identidade. Esta dualidade é decorrente dos moldes atuais onde todas as coisas tendem a permanecer em fluxo, voláteis, desreguladas e flexíveis, múltiplas e contraditórias.

Em nossa sociedade, tudo circula, mas é preciso que o indivíduo compreenda e saiba de onde falam uns e os outros, a partir de qual competência e para qual visão de mundo. A sociedade ocidental gera grande volume de informação, que pode acarretar em simplificações devido grande fluxo de notícias e conhecimentos. O desafio então é de desmistificação do estereótipo perante o outro. Esta tipificação está diretamente ligada com o plano neurológico cerebral, com as imagens mentais que produzimos. De maneira geral, a geração do estereótipo no nosso cérebro apresenta os planos: cognitivo - exemplificada pelo *habitus*, que é o conjunto de disposições interiorizadas pelos indivíduos, que se adaptam (consciente e inconscientemente) nos contextos onde estão inseridos; psico-afetivo - para além do objetivismo e do subjetivismo, sem excluir um ou outro; e o plano social - intimamente ligado à identidade e que se modifica através das culturas. Não há como analisar um fato despido da cultura. (LURIA, 1976).

Para o sociólogo Zygmunt Bauman, estamos vivendo na liquidez das interações. Em uma série de livros, o autor expõe sua opinião a este respeito “... as organizações sociais (...) não podem mais manter sua forma por muito tempo (...), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo que leva para moldá-las...”. (BAUMAN, 2007, p. 07).

Em seu livro „Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos’ (2004), o autor fala das tensões que envolvem as relações, a individualização e a ambivalência dos nossos tempos. Tudo isso influencia diretamente na geração e manutenção do estereótipo. “A pós-modernidade é terra fértil para a proliferação do efêmero”. (MARTINS, 2008, p. 75). E estas tensões e efemeridades, características de nossa atualidade, envolvem a relação entre pessoas, de acordo com a disposição para a interação e a necessidade de convivência e coabitação.

Lipovetsky (2004) caracteriza a sociedade como sendo hipermoderna, mas sem deixar de possuir perfis semelhantes à sociedade líquida de Bauman. Para ambos a dita pós-modernidade ou hipermodernidade não significa uma ruptura da modernidade, mas um esboroamento dos freios institucionais que se opunham à emancipação individual. A sociedade é caracterizada pelo movimento, pela fluidez e pela flexibilidade. “No fundo, trata-se de compreender que a pós-modernidade se apresenta na forma do paradoxo e que nela coexistem intimamente duas lógicas, uma que valoriza a autonomia, outra que aumenta a dependência”. (LIPOVETSKY, 2004, p. 21). De certa forma, apesar de realizada em aspectos diferenciados, Bauman e Lipovetsky dividem a mesma opinião quando falam sobre sociedade: o paradoxo de um é a ambivalência do outro; a liquidez de um é a fluidez e flexibilidade do outro; as tensões de um complementam a coexistência do outro. Os dois concordam que a tecnologia e a construção mundial atual alteram a linguagem, a forma como enxergamos os outros, nós mesmos e como nos relacionamos. Os valores hoje em dia

são recriados constantemente. E estas revalorizações constantes alteram e são alteradas, também, pelas imagens mentais de uma cultura sobre outra.

Neste estudo sugerimos que nas relações moldadas pelo estereótipo, que são permeadas pelas tecnologias e trocas simbólicas maximizadas, a comunicação se dá no âmbito supercrítico. Ou seja, a comunicação é realizada em uma sociedade altamente efervescente em suas interações, produções, criações e estímulos. Não somos mais fluidos como sugere Bauman ou Lipovetsky, somos supercríticos. Sugerimos tal terminologia nesta presente dissertação como forma de analogia com determinado estado da matéria advinda da engenharia e também com o estado crítico das interações humanas.

Na engenharia química têm-se um tipo de extração chamada de supercrítico. Este tipo de subtração serve neste estudo como uma maneira analógica de contextualizar a sociedade e como as pessoas interagem na atualidade. A comunicação e os estereótipos, propomos, são supercríticos, pois, na medida em que se espalham facilmente, são extremamente mutáveis. Para tanto apresentamos o conceito de supercrítico nos estudos da engenharia:

Um fluido supercrítico exhibe propiedades fisicoquímicas entre las de un líquido y la de un gas. Su densidad relativamente alta y parecida a la de los líquidos, le da un buen poder solvente, y la transferencia de masa relativa a la de un líquido es mayor. Similarmente las viscosidades de los fluidos supercríticos están en un factor de 1 a 100 más bajos que los líquidos. Las solubilidades se incrementan casi exponencialmente con la densidad, pequeños cambios en la presión pueden resultar en variaciones muy grandes de la solubilidad, lo que da al ingeniero de diseño la capacidad de ajustar a su conveniencia la presión y temperatura, favoreciendo en forma eficiente y selectiva la extracción<sup>12</sup>. (ORTIZ, 2003).

---

<sup>12</sup> (Tradução da autora) Um fluido supercrítico exhibe propriedades físico-químicas entre as de um líquido e um gás. Sua densidade relativamente alta e parecida com a dos líquidos, com um bom poder solvente, e a transferência de massa relativa a de um líquido é maior. Similarmente as viscosidades dos fluidos supercríticos estão em um fator de 1 a 100 mais baixos que os líquidos. As solubilidades se incrementam quase exponencialmente com a densidade, pequenas trocas na pressão podem resultar em variações muito grandes de solubilidade, o que oferece ao engenheiro de desenho a capacidade de ajustar o convencionalismo da pressão e temperatura, favorecendo em forma eficiente e seletiva a extração. (ORTIZ, 2003).

Assim como na extração supercrítica advinda da engenharia, onde se extrai o óleo essencial de plantas e flores, por exemplo, sugerimos que atualmente estamos num estágio onde não agimos segundo a liquidez, mas estamos caminhando para interações quase que gasosas. É essa fluidez que, suportando forças tangenciais, sofre uma constante mudança de formas, de estereótipos, quando submetidos a tal pressão social. Os fluidos não fixam o espaço nem prendem o tempo. Estão sempre aptos a mudar. Temos, por exemplo, o caso dos alunos de intercâmbio, que possuem imagens mentais em relação aos brasileiros e que, após a experiência, tendem a mudar ou adaptar os estereótipos pré-existentes.

Os fluidos se movem facilmente. Elas „fluem’, „escorrem’, „esvaem-se’, „respingam’, „transbordam’, „vazam’, „inundam’, „borrifam’, „pingam’; são „filtrados’, „destilados’; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos - contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho. (...) A extraordinária mobilidade dos fluidos é o que os associa à ideia de „leveza’. (...) Associamos „leveza’ ou „ausência de peso’ à mobilidade e à inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leve viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos. (BAUMAN, 2001, p. 08).

A habilidade de conviver com a diferença, e ao mesmo tempo não saber como conviver com os estereótipos, é característico da contemporaneidade e desta fluidez supercrítica. A insuficiência de enfrentar a pluralidade de seres humanos e a ambivalência de todas as decisões classificatórias, ao contrário, se autoperpetuam e reforçam: quanto mais eficazes as tendências a homogeneidade e ao esforço para eliminar a diferença, tanto mais difícil sentir-se à vontade em presença de estranhos, tanto mais ameaçadora a diferença e tanto mais intensa a ansiedade que ela gera.

Não há limites ao que pode ser extraído de qualquer momento - por mais breve e „fugaz’ que seja. Esta característica de fugacidade, instantaneidade, gera uma aparência de infinitas interpretações aos momentos.

O medo é reconhecidamente o mais sinistro dos demônios que se aninham nas sociedades abertas de nossa época. Mas é a insegurança do presente e a incerteza do futuro que produzem e alimentam o medo mais apavorante e menos tolerável. Essa insegurança e essa incerteza, por sua vez, nascem de um sentimento de impotência: parecemos não estar mais no controle. (BAUMAN, 2007, p. 32).

Esse medo, essa incerteza de interpretação, sugere uma comunicação da mais pura efervescência, como sugerimos ser a comunicação supercrítica. Neste caleidoscópio de diferenças que geram os estereótipos, tudo é altamente rápido e recriado na velocidade de nossas tecnologias de comunicação.

A diferença é algo com que se pode viver na medida em que se acredita que o mundo diferente é, como o nosso, um „mundo com uma chave”, um mundo ordenado como o nosso, apenas um mundo ordenado habitado por amigos *ou* inimigos, sem híbridos para distorcer o quadro e confundir a ação e com regras e divisões que podemos ainda desconhecer, mas que podemos aprender se necessário. (BAUMAN, 1999, p. 68) (grifo do autor).

Esta citação proposta acima, às avessas, só confirma a tendência de uma comunicação supercrítica que apresentamos. Pois vivemos numa sociedade de diferenças, onde amigos e inimigos convivem lado a lado. Não podemos escolher um lugar de segurança absoluta, na medida em que não há ordenação espacial entre conhecidos e desconhecidos, estrangeiros, habitantes, coabitantes, diferentes e iguais.

O estudo do estereótipo cultural é relevante neste atual cenário mundial, justificado pelas fronteiras estatais crescentemente porosas, a interação entre os povos através do turismo, migrações, comércio, intercâmbios ou consumo de bens simbólicos. Por isso é socialmente importante considerar nesta pesquisa sobre estereotipia as barreiras nos encontros que ocorrem entre interlocutores culturalmente distintos.

Poderíamos pensar que na sociedade hipermoderna, caracterizada por um predomínio da racionalidade e por uma maior aceitação dos valores de igualdade e

convivência democrática, os estereótipos estavam destinados a perder a autoperpetuação. Sabemos, no entanto, que não podemos pensar sem estereótipos.

Pode-se dizer que o estereótipo frente ao diferente encontra força na ação conjunta de três fatores. Em primeiro lugar está a necessidade de simplificar a realidade. Um segundo fator é a necessidade de pertencimento a um lugar que faz com que o indivíduo tenha uma identidade, reconheça seu similar, mas possui certa aversão ao outro ou o observe como exótico, mesmo que inconscientemente. Em terceiro lugar estão as razões de tipo histórico e social que definem as posições e funções de cada grupo humano em nível global.

Exemplos comuns de tais estereótipos são afirmações do tipo: alemães frios, ingleses reservados, italianos simpáticos, franceses detentores de grande sentido estético, etc. As características nacionais imaginadas, na ausência de informações consistentes, funcionam como instrumento de previsão e orientação. Assim, ao encontrarmos um europeu, por exemplo, saberemos que não podemos fazê-lo perguntas pessoais, evitando que nossa latinidade nos ponha em uma situação embaraçosa. (HUNTINGTON, 1997).

O conteúdo do estereótipo expressa tendências de comportamento de grupos humanos inteiros. É, por decorrência, um aspecto da natureza humana que interessa uma multiplicidade de áreas de conhecimento.

Para Dominique Wolton, comunicação implica uma relação com o outro, uma valorização de alteridades. Comunicar visa sempre à negociação. Sendo assim, a tolerância é uma grande questão comunicacional, política e cultural “... a comunicação reduz as distâncias, cria uma aproximação se tivermos os mesmos códigos culturais. Mas caso não tenhamos os mesmos códigos culturais, pode gerar conflitos”. (WOLTON, 2008). Neste sentido, Wolton aponta que a coabitação cultural deve ser adotada como ponto essencial da

comunicação. “Há progresso na comunicação quando permite entender o outro, mas há uma perversão quando mistura tudo”. (WOLTON, 2008). Para ele, é preciso que seja mantida a diversidade na comunicação, uma revalorização das identidades. Nem sempre concordamos, mas temos que negociar e assim chegar a uma coabitação – que supõe igualdade, respeito mútuo e a vontade de se chegar a um consenso mínimo.

A questão da comunicação e da coabitação está muito associada com a cultura, já que “... a maneira de construir a informação, de apresentá-la, de prever os meios de acessá-la, não é universal, ela está ligada aos esquemas culturais”. (WOLTON, 2003, p. 96). A capacidade de conviver com a diferença, sem falar na capacidade de gostar dessa vida e beneficiar-se dela não são fáceis de serem adquiridas e não se fazem sozinhas.

A comunicação supercrítica é uma comunicação de contrários e coexistentes, é uma comunicação de limiares. Calcada de estereótipos, que deve ser prudente para que aconteça coabitação entre as questões de identidade, alteridade e comunicação. “Mostram os físicos que, quando um corpo se acha nas proximidades do seu ponto crítico, uma insignificante variação de temperatura subitamente o faz passar do estado gasoso ao estado líquido, ou inversamente”. (LE BON, 2002, p. 291). Depois de oscilações diversas e de um uso prolongado, a comunicação chega, por vezes, a um ponto crítico e podem ser então subitamente transformadas.

Assim, contribuimos para despertar o sentido de que mesmo que a comunicação pareça ser algo inerente à própria natureza humana, sendo natural tomar o conhecimento dado pelos sentidos como verdadeiros, é necessário levar em consideração que as percepções obtidas mediante os sentidos são parciais, posto que a tendência natural é reduzir o complexo ao mais simples, implicando uma visão restritiva favorável, onde os estereótipos consideram apenas o que é conveniente, levando assim ao erro da conformação

do indivíduo, onde este determina as coisas conforme estão acostumados. Implicando assim às ambiguidades das palavras e na comunicação entre as pessoas, o que é compreensível pelos hábitos arraigados da mente, gerando assim estereótipos, que seriam uma obstrução influenciada ao acesso a verdade. A observação em si não ultrapassa os aspectos visíveis das coisas. A verdadeira interpretação deve ser realizadas com instâncias e experimentos oportunos e adequados. Assim sendo, a comunicação sugerida como supercrítica nesta dissertação encontra todo sentido de existir.

### 3. Cultura, estereótipo e comunicação intercultural

“... na medida em que são sistemas de codificação, cada cultura equipa os homens com uma lente específica, através da qual transparecerá um mundo particular”. (RODRIGUES, 1989, p. 143).

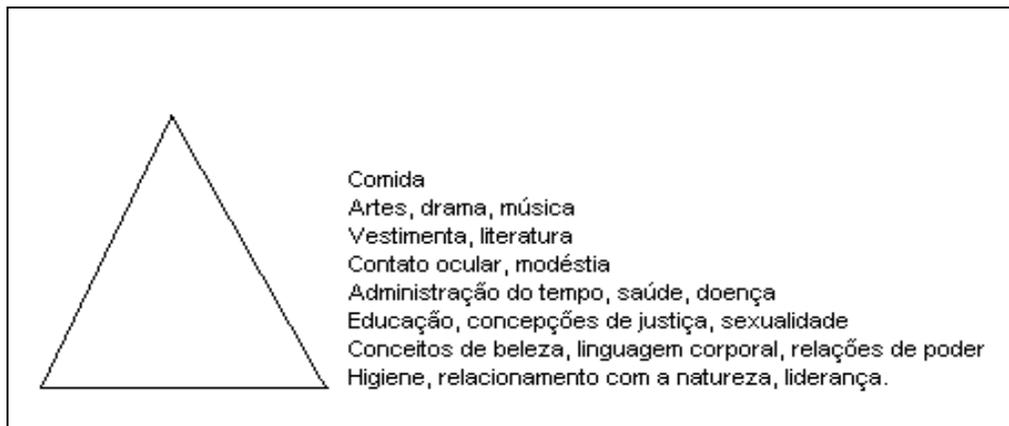
Cultura é o processo de produção de acontecimentos que contribui para entender, reportar ou modificar o sistema social. É também um conjunto de ações, de memórias coletivas de um povo, de experiências. A crença, o conhecimento, os costumes, os valores, a língua, os hábitos, as tradições e as opiniões fazem parte de uma cultura e da forma como uma população vivencia os mais diferentes aspectos desta cultura. (LARAIA, 2006).

Culture is an intriguing concept. Formally defined, *culture* is the deposit of knowledge, experiences, beliefs, values, attitudes, meanings, hierarchies, religion, timing, roles, spatial relations, concepts of the universe, and material objects and possessions acquired by a large group of people in the course of generations through individual and group striving. (LARRY, 1988, p. 19) (grifo do autor).<sup>13</sup>

Neste estudo, apresento o “Modelo do iceberg” sobre cultura, como forma de ilustrar que a complexidade do estereótipo o põe em águas profundas - 20% do que se enxerga do iceberg nos oculta 80% do que está imerso. Tal ilustração para a pesquisa é advinda da psicologia, através do modelo topográfico de Freud sobre consciente e inconsciente, onde “... a cultura vai bem além do que se pode observar na superfície”. (SEBBEN, 2007, p. 58).

---

<sup>13</sup> (Tradução da autora) Cultura é um conceito intrigante. Formalmente definida, *cultura* é o depósito de conhecimento, experiências, crenças, valores, atitudes, significados, hierarquias, religião, horários, relacionamentos, conceitos universais, objetos materiais, adquiridos por um grande grupo de pessoas por gerações. (LARRY, 1988, p. 19) (grifo do autor).



**Fig.2** Modelo iceberg. SEBBEN, Andréa Simões. **Intercâmbio cultural: um guia de educação intercultural para ser cidadão do mundo**. 2. Ed. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007, p. 58.

Martinelli (2004) acredita que as diferenças na cultura influenciam o indivíduo a entender as particularidades do outro, tornando-o habilidoso com a vivência e com o contato diário com a realidade, com o contexto do outro, como saber se comportar e pensar como o outro.

O que mais marca numa relação intercultural são as diferenças. Estereótipos, preconceitos e racismos fazem parte deste contexto de interação entre as pessoas. Estereótipos são elaborados para definir-se ou definir o outro, apresentam uma imagem idealizada, uma esquematização onde as qualidades do objeto são reduzidas, englobam todos em um único conceito. Conforme Zygmunt Bauman (1999, p. 152), na contemporaneidade, uma de suas características é a intolerância cultural, uma “... insuportabilidade de e pela impaciência com toda *diferença* e suas inevitáveis consequências: a diversidade e a ambivalência”. (grifo do autor).

O sofrimento nos ameaça a partir de três direções: de nosso próprio corpo, condenado à decadência e à dissolução, e que nem mesmo pode dispensar o sofrimento e a ansiedade como sinais de advertência; do mundo externo, que pode voltar-se contra nós com forças de destruição esmagadoras e impiedosas; e, finalmente, de nossos relacionamentos com os outros homens. O sofrimento que

provém dessa última fonte talvez nos seja mais penoso do que qualquer outro. (FREUD, 1997, p. 25).

Apesar de a comunicação intercultural ter estes tipos de entraves, por outro lado, as interações acontecem entre pessoas e grupos que partilham coisas em comum. Um estudante chinês, por exemplo, tem interesses semelhantes aos de um estudante brasileiro. Muitas vezes, é mais facilmente compreendida uma comunicação entre pessoas de diferentes culturas, mas que estão em instâncias similares. Ele tem muito mais o que falar e discutir com um estudante brasileiro que com um empresário de seu país natural. Portanto, interesses são parecidos e deve-se destacar este ponto, deixando de lado diferenças. (HUNTINGTON, 1997).

Essa característica se mostra muito presente no caso de intercâmbio cultural nas universidades. Pela predisposição e semelhanças referentes às temáticas estudadas, faz das interações experiências mais positivas e convergentes. Por outro lado, como questão de adaptação, as pessoas também apresentam características simbióticas com o outro numa forma de adequação e ajustamento.

Contra o sofrimento que pode advir dos relacionamentos humanos, a defesa mais imediata é o isolamento voluntário, o manter-se à distancia das outras pessoas. A felicidade passível de ser conseguida através desse método é, como vemos, a felicidade da quietude. (...). Há, é verdade, outro caminho, e melhor: o de tornar-se membro da comunidade humana e, com auxílio de outra técnica orientada pela ciência, passar para o ataque à natureza e sujeitá-la à vontade humana. (FREUD, 1997, p. 26).

A vida em sociedade se faz desta forma, interagindo com o outro e ao mesmo tempo preservando sua identidade. Estas habilidades de interação com o outro estão presentes em todas as culturas e são socialmente transmitidas. E, se quisermos coabitar com o outro “... a primeira batalha que devemos travar é contra nós mesmos”. (TZU, 2000, p. 09).

O estereótipo é um dos mais importantes assuntos da temática de comunicação intercultural e serve para entender as relações entre culturas diferentes. Uma de nossas classificações de cultura são aquelas tidas como culturas ADC (Altamente Dependentes de Contexto) e culturas LDC (Levemente Dependentes de Contexto). As culturas ADC dependem de contextos sociais de todas as espécies e tomam decisões em grupo. Com povos que, pela sua cultura, possuem uma comunicação altamente dependente de contexto, as informações são dadas nas entrelinhas e as declarações podem não ser tão claras e explícitas. Neste caso usa-se muita figura de linguagem e silêncio. Os símbolos são muitos, há muita formalidade e protocolo. Culturas individualistas se utilizam desta comunicação através de suas normas, tendendo a produzir a autonomia dos indivíduos. Numa cultura *„high-context“* é exigido um conhecimento explícito de pontos de vista, saberes, crenças e contextos. Culturas orientais são exemplos deste tipo de comunicação.

Já nas culturas LDC nem sempre as questões sociais interferem no dia a dia ou nas decisões. Estas podem ser tomadas individualmente. A comunicação não-verbal é importante, mas a verbal é a maneira principal de comunicação nas negociações, levando em consideração o tom de voz, o vocabulário e expressões utilizadas, e a articulação e pronúncia das palavras. A comunicação é menos informal e este tipo de entendimento se faz com informações codificadas. A ambiguidade é prejudicial neste relacionamento, pois as respostas tendem a ser objetivas para que não haja este tipo de problemática. Tudo é regulado através de leis, fatos e estatísticas. As regras focalizam a interdependência dos indivíduos, ressaltando seus empenhos sociais. Culturas norte-americanas, algumas europeias e a maioria latino-americana tendem a ser *low-context*. (MARTINELLI, 2004).

Numa cultura *„high-context“* a comunicação exige um grau elevado de conhecimento implícito dos participantes, a falta deste conhecimento pode provocar mal-

entendidos. Seguindo estes preceitos de observância no contexto sócio-cultural, diferentes culturas têm normas e atitudes diferentes no que diz respeito à cinesia<sup>14</sup>. A linguagem corporal é uma forma de comunicação. Como por exemplo, o espaço pessoal e a distância que as pessoas mantêm entre si durante a conversação. Chamada também de proxêmica. “O espaço comunica. A percepção do espaço está intimamente relacionada com a cultura e a forma como percebemos e falamos do mundo”. (SILVESTRE, 2009).

Edward T. Hall categoriza os espaços entre os indivíduos entre: íntimo, pessoal, social e público. Para o antropólogo, os sistemas culturais variam a estrutura do comportamento, variando também a comunicação, estabelecida simultaneamente em vários planos, do inteiramente consciente ao inconsciente.

Temos que aprender a decifrar as mensagens ‚silenciosas‘ com tanta facilidade como as comunicações escritas ou faladas. Somente através de um esforço desta natureza, poderemos esperar entrar em comunicação com as outras etnias (quer no interior quer no exterior das nossas fronteiras), como cada vez mais nos é exigido que nos tornemos capazes de fazê-lo. (HALL, 1986, p. 17).

A percepção do espaço não sugere apenas o que pode ser percebido, mas, além disso, o que pode ser suprimido. Segundo as culturas, os indivíduos aprendem, sem o saberem, desde a infância a eliminar ou a manter com atenção tipos de conhecimento muito diversos “... as necessidades do homem no espaço variam em função do seu meio ambiente”. (HALL, 1986, p. 19). Os níveis proxêmicos, conforme Hall (1986, p. 119) são:

“... *infracultural* refere-se ao comportamento e está enraizado no passado biológico do ser humano. O segundo, *pré-cultural*, é fisiológico e pertence essencialmente ao presente. Um terceiro nível, *microcultural*, é aquele onde se situa a maior parte das observações proxêmicas. (grifo ao autor).

---

<sup>14</sup> Gestos, expressão facial. HALLIDAY, M. A. K.. **Construing experience through meaning: a language-based approach to cognition**. London: Continuum, 1999.

O indivíduo se encontra programado pela cultura de modo intensamente redundante. Os cérebros numa cultura particular estão planejados de determinadas maneiras específicas enquanto noutra cultura podem-se desenvolver de forma diferente, pois os padrões são fundamentalmente diferentes. Se assim não fosse, não seríamos capazes de falar, nem de agir. Tais atividades exigiriam um tempo excessivo. Grande parte do que não é dito é implicitamente admitido. Mas a configuração da mensagem implícita varia segundo as culturas. (HALL, 1986) (DONALD, 1999). “Para cada animal, há dois mundos, numa relação certamente muito complicada: um exterior e preexistente; outro, interior e construído”. (RODRIGUES, 1989, p. 130). Os símbolos e sinais são socialmente programados e com conversões estabelecidas entre indivíduos de mesmo grupo.

Também referente ao grau de observância (ADC/LDC), as metafunções da linguagem são instrumentalizadas de modo diferente, dependendo da cultura. A metafunção ideacional – que é a linguagem usada para organizar, compreender e expressar as nossas percepções de um modo físico e interior; a metafunção interpessoal – a linguagem como práxis da intersubjetividade, o uso da linguagem como recurso para interagir com o outro; e a metafunção textual – a linguagem é usada para relatar aquilo que é dito ou escrito, envolvendo também a linguagem visual e verbal. (HALLIDAY, 1999).

Conforme o grau de dependência de uma cultura sobre seu contexto social há uma tendência ao essencialismo ou universalismo cultural. Estes são dois grandes exemplos de observâncias de diferenças culturais, que interferem no estereótipo gerado sobre o outro. As civilizações têm algumas características em comum e muitos valores conflitantes. Tomando esta informação como certa, pode-se dizer que o que está sobressaindo-se atualmente é o essencialismo, que é a essência que se contrapõe à essência do outro. Os países e culturas

são unidos por uma globalização cultural, comunicacional, econômica, mas que mesmo trocando informações, produtos e serviços, não abandonaram sua identidade. (O CHOQUE, 2006). Outro fator importante sobre a questão cultural é o tipo de cultura como fator de influência numa comunicação intercultural:

Os valores culturais distinguem também sociedades hierárquicas, que ressaltam as diferenças entre „*status* social’, e as igualitárias, que o fazem. Em sociedades hierárquicas, o *status* social implica poder, que pode ser exercido de forma *explícita* ou *implícita*. De acordo com os valores dessas sociedades, os membros de classes inferiores devem respeitar os pertencentes a classes superiores. (MARTINELLI, 2004, p. 93) (grifo nosso).

O autor fala a respeito das hierarquias que sociedades desse tipo têm. É uma relação de autoridade largamente reconhecida, ultrapassando fronteiras. Outra dicotomia apontada por Martinelli (2004, p. 93) é o individualismo *versus* o coletivismo:

O individualismo e o coletivismo distinguem as culturas que centram os indivíduos acima da coletividade daquelas que enfatizam a coletividade e não apenas o indivíduo. Em culturas individualistas, as normas tendem a produzir a autonomia dos indivíduos, e as instituições sociais e econômicas apenas validam as instituições legais que protegem os interesses individuais. (...) já em culturas coletivistas, as normas centram-se na interdependência dos indivíduos, enfatizando suas obrigações sociais. As instituições econômicas e sociais protegem as diferentes classes sociais e não os indivíduos isoladamente, através de leis que privilegiam os interesses coletivos e não apenas os individuais.

O entendimento entre comunicações interculturais se dá pelo grau de empatia que se tem pela criação de concepções ou imagens acerca do outro, atitudes, preconceitos e estereótipos, conforme discutido por Canclini (2003), Simões (1983), Ianni (1999) e Oliveira (1999).

Todo processo de *comunicação* no campo *intercultural* relaciona-se com essas pré-disposições. *Imagens* e *atitudes* desempenham um *papel decisivo* na mudança do *conteúdo* e *forma* dos *diálogos*, *determinam o processo* de aclimação ou de compreensão, o conteúdo e a forma diplomática, as reportagens jornalísticas ou particulares sobre países estrangeiros e muitos outros aspectos do diálogo intercultural. Não só entre indivíduos, mas também entre grupos inteiros e até nações e populações que se podem detectar dois tipos, os *xenófilos* e os *xenófobos*, aqueles que se mostram abertos e aqueles que se mostram fechados à

abordagem de pessoas e grupos estrangeiros. (FISCHER, 1980, p. 571) (grifo nosso).

É de extrema importância o estudo das culturas e costumes de um povo para um bom entendimento, sobre quais posições tomar em relação aos indivíduos de distintas localidades. Estes podem agir diferentemente do que se imagina e não estarão fazendo isto por acaso, mas devido a seus conceitos pessoais e profissionais provenientes de sua cultura. Cada cultura guarda de maneira específica a acuidade dos órgãos do sentido em complementação aos limites de base orgânica. Fornece „lentes’ olfativas, tácteis, gustativas, auditivas e visuais particulares.

Se os canais pelos quais os homens captam informações sobre o mundo exterior estão culturalmente codificados, com muito mais razão podemos compreender que o estejam as categorias intelectuais por intermédio das quais essas informações são processadas. (...) Noções como causa, consequência, tempo, espaço etc. Longe de resultarem das experiências singulares dos indivíduos (*a posteriori*) ou de alguma preexistência nas mentalidades individuais (*a priori*), derivariam da experiência dos indivíduos em uma sociedade já organizada por uma lógica da qual essas noções proviriam. As categorias do entendimento seriam, segundo esta perspectiva, simultaneamente *a priori* e *a posteriori*. (RODRIGUES, 1989, p. 139) (grifo do autor).

Na medida em que são sistemas de codificação, cada cultura equipa os homens com uma lente específica, através da qual transparecerá um mundo próprio e característico daquela cultura. Do mesmo modo, há espaço para a quebra do estereótipo, visto que a cultura não é uma entidade acabada, mas sim permanentemente acionada e modificada, com as incertezas e inseguranças nas relações sociais. (VELHO, 1985).

“... nada há a estranhar no fato de que os homens, que veem o mundo através de sua cultura específica, tenham propensão a considerar o seu modo de vida particular como o mais „correto’ e o mais „natural’. Mais do que isto, a experiência da diferença soa muitas vezes como verdadeira monstruosidade, despertando a tendência a repudiar pura e totalmente os preceitos éticos, estéticos, religiosos, gastronômicos etc. que se afastam daqueles com que nos identificamos e que, aos nossos olhos, nos identificam como „humanos””. (RODRIGUES, 1989, p. 146).

Na cultura há uma diversidade de pontos de vista, é a chamada dialógica cultural. Cada indivíduo tem um *imprinting cultural*<sup>15</sup> compartilhado, mas que funciona de maneira individual e que pode ser alterado conforme a experiência e debate de ideias.

A cultura, que caracteriza as sociedades humanas, é organizada/organizadora *via* o veículo cognitivo da linguagem, a partir do capital cognitivo coletivo dos conhecimentos adquiridos, das competências aprendidas, das experiências vividas, da memória histórica, das crenças míticas de uma sociedade. Assim se manifestam „representações coletivas”, „consciência coletiva”, „imaginário coletivo”. (MORIN, 2005, p. 19) (grifo do autor).

Para ele, os estereótipos são determinantes socialmente e convergem para engessar o conhecimento por determinismos sociais que são rígidos e bloqueiam o intercâmbio das ideias. Por outro lado, a troca de conhecimento enfraquece os dogmatismos e intolerâncias. É neste calor cultural, onde acontecem as trocas entre opiniões, que podem gerar confrontos e polêmicas, ideias e concepções. “... as „efervescências culturais’ (...) são favoráveis ao mesmo tempo: à autonomia relativa dos espíritos, à emergência de conhecimentos e ideias novas e ao desenvolvimento das críticas recíprocas”. (MORIN, 2005, p. 40). Efervescência cultural remete a ideia de mobilidade, de calor cultural, de trocas, de algo em constante mutação. Remetendo também ao conceito de comunicação supercrítica, pois a efervescência remete à ebulição, algo que está entre um estado e outro da matéria, ou, no nosso caso, entre um estado ou outro da cultura e comunicação. “Devemos estar muito conscientes de que, desde a aurora da humanidade, a linguagem, a cultura, as normas de pensamento, agarraram o ser humano e nunca mais o largaram”. (MORIN, 2005, p. 299).

---

<sup>15</sup> O termo *imprinting cultural* é utilizado por Edgar Morin em „Método 4’ (2005) para denominar as marcas que a cultura faz no indivíduo desde quando nasce.

“... o estereótipo (...) é uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre ‘no lugar’, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido (...), que não precisam de prova. (...) a força da ambivalência que dá ao estereótipo (...) sua validade: ela garante sua repetibilidade em conjunturas históricas e discursivas mutantes; embasa suas estratégias de individuação e marginalização; produz aquele efeito de verdade probabilística e predictabilidade que, para o estereótipo, deve sempre estar em *excesso* do que pode ser provado empiricamente ou explicado logicamente”. (BHABHA, 1998, p.105-106) (grifo do autor).

A crescente interdependência entre os povos, a impossibilidade de traçar uma linha estanque entre as origens nacionais e as consequências internacionais dos fenômenos contemporâneos, o surgimento de temas transversais e difusos, bem como de novos atores na cena internacional, indicam a complexidade crescente dos estereótipos “... na emergência dos interstícios (entre - lugares) – a sobreposição e o deslocamento de domínios da diferença – que (...), os valores culturais são negociados”. (BHABHA, 1998, p. 20). São as ditas projeções de alteridade onde as culturas se reconhecem.

“... o homem não pode escapar à apreensão da sua própria cultura, a qual mergulha até as raízes do seu sistema nervoso, modelando a sua percepção do mundo. A cultura é, na sua maior parte, uma realidade oculta, que escapa ao nosso controle e constitui a trama da existência humana. E mesmo quando certas áreas da cultura afloram a consciência, é difícil modificá-las, não só porque se encontram intimamente integradas na experiência individual, mas, sobretudo *porque* nos é impossível ter qualquer comportamento significante em passarmos pela mediação da cultura”. (HALL, 1986, p. 213) (grifo do autor).

O mundo não é de nenhuma forma, estável, invariante e constante. Sendo assim, o paradigma da complexidade nos é válido para tentar entender o ‘mundo mutável’ da comunicação supercrítica e do estereótipo neste cenário cultural abordado na dissertação.

O ato do conhecimento para Morin é um ato de tradução de signos e símbolos gerando uma construção ou tradução que permite constituir sistemas cognitivos articulados, soluciona problemas de adequação real em todos esses níveis, e é indissociável da relação entre indivíduos em todos os âmbitos.

É preciso parar de pensar em função do paradigma de simplificação (disjunção e redução). Deve-se entender que quem conhece não é um cérebro, nem um espírito, mas um ser-sujeito pelos meios espírito/cérebro. Os processos espirituais necessitam dos processos cerebrais que necessitam dos processos fisiológicos. Assim, o espírito/cérebro é reintegrado no ser, mas se deve reintegrar o ser humano na sociedade que permite à computação de seu cérebro desenvolver-se em cogitação via linguagens e saberes ali acumulados. (MORIN, 1986, p. 95).

Todos os processos cognitivos tendem a construir traduções perceptivas dos acontecimentos gerando um conhecimento que coloca o indivíduo em correspondência com o que ele quer conhecer. “Só percebemos o real através da representação. Esta imagem mental se projeta e se identifica com a realidade exterior no ato da percepção, se duplica e torna-se fantasia no ato da rememoração”. (MORIN, 1986, p. 122).

A representação é uma síntese cognitiva dotada de qualidades (...). Essas qualidades organizadoras dão ao mundo a sua consistência e permitem ao olhar, ou seja, ao espírito, tomar em consideração esse mundo estável, coerente e constante, realizar a cada instante análises (distinções, seleções, focalizações, estudos de detalhe) e sínteses (totalização, globalização, contextualização). (MORIN, 1986, p. 119).

Isso tudo, porém, só é possível sob o viés da cultura. Por isso é de extrema importância entender a cultura que se apresenta para que o estereótipo não fique à margem. Há uma lógica de funcionamento que vai muito além da percepção, da cognição ou do conhecimento, mas advém do *habitus* do ser humano, e esta forma habitual de lançar o olhar às experiências está calcada na cultura.

#### 4. Identidade, comunidade, sociedade e suas ligações com o estereótipo

“O que acontece é que todos os homens transportam consigo, no seu *habitus* pessoal, particularidades do *habitus* do seu grupo, e que o destino de cada homem singular é determinado também pelo destino e pela reputação dos grupos a que ele ou ela pertencem”. (ELIAS, 1991, p. 52).

A categorização ou estereótipo é um dos fenômenos que leva à identidade. “Antes um ‘projeto para toda a vida’, a identidade agora se transformou num atributo momentâneo. Uma vez planejada, não é mais ‘construída para durar eternamente’: precisa ser continuamente *montada e desmontada*”. (BAUMAN, 2009, p. 22) (grifo do autor). A identidade na contemporaneidade não é mais um conceito fixo, mas algo mutável e transformável continuamente. Identidades são assumidas conforme o contexto, “... identidades sociais são, por definição, identidade em movimento, definidas e redefinidas por contrastes”. (SARTI, 2007, p. 114). As identidades sociais e pessoais são parte, antes de qualquer coisa, dos interesses e significação de outros indivíduos em relação àquele cuja identidade está em xeque. É um estado de transformação permanente, de auto-redefinir-se. “No admirável mundo novo das oportunidades fugazes e das seguranças frágeis, as identidades ao estilo antigo, rígidos e inegociáveis, simplesmente não funcionam”. (BAUMAN, 2005, p. 33).

Ontem, a identidade estava no lado da ordem e da tradição, a comunicação no lado da abertura e da emancipação. Hoje, em uma sociedade aberta, o problema da identidade se coloca com acuidade, pois quanto mais há comunicação mais é preciso reforçar a identidade individual e coletiva. (WOLTON, 2003, p. 50).

O termo *„cloakroom community*’ apreende bem alguns traços característicos da identidade contemporânea. Este tipo de comunidade precisa de um espetáculo semelhante a todos. “Os frequentadores de um espetáculo se *vestem para a ocasião*, obedecendo a um código distinto do que seguem diariamente”. (BAUMAN, 2001, p. 228) (grifo do autor). Nesse sentido as identidades tomam formas individuais, coletivas e culturais, por exemplo. Elas têm um sentido de continuidade entre as experiências das gerações sucessivas, memórias compartilhadas de uma história coletiva e consciência de destino comum de uma coletividade. Decorrem do pertencimento às culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e nacionais. (HALL, 2003). Corroborando com estas proposições demonstradas, tem-se o conceito de *volksgeist*<sup>16</sup> proposto por Alain Finkielkraut em *„A derrota do pensamento*’ (1989). Este se fundamenta na língua, na etnia e na religião. Envolve a partilha de um conjunto de tradições, hábitos, crenças, valores, modos de agir e pensar, também emerge e consolida uma memória coletiva, encerra uma distribuição desigual do capital cultural e tende a favorecer a irrupção de comunidades presas a identidades exteriores. (MORLEY, 2001).

A identidade coletiva, se tomada como identidade concreta (...) implicaria (...) um princípio de classificação (...). No limite, qualquer grupamento, agindo de forma homogênea em uma situação social concreta, poderia ser afirmado como identitário, mantidas, todavia, todas as diferenças individuais, estas essenciais. (MIRANDA, 1995, p. 62).

A diversidade cultural advém da identidade coletiva de uma nação. Que por sua vez é temática da comunicação por se tratar de questões ligadas à comunicação intercultural e

---

<sup>16</sup> É o sentimento que todos nós temos, é o espírito de povo. FINKIELKRAUT, Alain. **A derrota do pensamento**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

internacional. Dominique Wolton (1996) acredita que o respeito às diversidades ou mesmo a coabitação cultural são premissas básicas para uma não incomunicação. Em „Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão’ (WOLTON, 1996) a questão do nacionalismo é abordado como um sintoma pós-moderno da globalização e da nova forma de comunicação e interação.

“... nacionalismo que tem, por sinal, mais de um ponto em comum com a comunicação: ambos, com efeito, têm certa ambivalência que pode justificar os piores excessos em nome das melhores razões, apoiando-se sobre dimensões constitutivas e simétricas da experiência humana: a identidade no caso do nacionalismo, a relação com o outro no da comunicação”. (WOLTON, 1996, p. 280).

Para finalizar a questão da diversidade cultural, outro ponto abordado por Wolton é que não existe cultura sem respeito à língua. “A condição fundamental (...) é que para respeitar a diversidade cultural é preciso respeitar a diversidade linguística”. (WOLTON, 2008). Ele propõe e apoia núcleos de traduções para que não se perca a identidade da língua e sentido da frase por inadequada tradução.

Os indivíduos nascem como seres biológicos, naturais. Introduzidos numa comunidade sócio-cultural, adquirem progressivamente as peculiaridades de seres sociais, culturais e históricos. Passam assim, a identificar-se com conhecimentos e valores compartilhados pelo grupo, por uma visão de mundo, por um imaginário coletivo. Esses valores e saberes habilitam o convívio social e atribuem aos elementos do grupo sua identidade cultural, sua memória social, a consciência da sua pertinência ao grupo e de sua continuidade no tempo.

A inclusão cultural não se verifica, no entanto, de maneira homogênea e uniforme nas diferentes comunidades e em seus subgrupos. Ao contrário, verificam-se processos de

inserção cultural diferenciados, que revelam, muitas vezes, preconceitos, injustiças e discriminação. Observam-se, então, incoerências quanto aos critérios adotados pelo grupo em questão. Critérios estes que variam segundo as diferentes épocas da história, diferentes regiões, diferentes épocas das camadas sociais. Por maior que seja a diversidade cultural dos grupos humanos, há certas características que se mostram constantes. De fato, em todos os grupos sócio-culturais a inserção dos membros no conjunto de valores de saberes compartilhados se realiza por meio da educação formal ou informal. A educação constitui o caminho de acesso aos bens culturais. Define, também, o grau de integração dos indivíduos ao grupo. As informações da natureza e dos fenômenos históricos e ambientais vão inferindo consciência no grupo social e passam a fazer parte da memória coletiva: um dado signo ganha um só significado para um dado grupo, se transformam em expressões simbólicas. A cultura é um sistema de armazenamento, processamento e transferência de informação. “As pessoas em busca de identidade se veem invariavelmente diante da tarefa intimidadora de ‚alcançar o impossível’”. (BAUMAN, 2005, p.16).

É comum afirmar que as ‚comunidades’ (às quais as identidades se referem como sendo as entidades que as definem) são de dois tipos. Existem comunidades de vida e de destino, cujos membros (...) ‚vivem juntos numa ligação absoluta’, e outras que são difundidas unicamente por ideias ou por uma variedade de princípios. (BAUMAN, 2005, p. 17).

A sensação de pertença e a identidade não têm a solidez de uma rocha, não são garantias eternas, são bastante ajustadas e refutáveis. Não se dá valor à identidade até o momento em que isso se faz necessário. Para Bauman, sempre que se está num lugar que não é o nativo, sente-se deslocado; seja levemente ou ostensivamente. “Pode-se até começar a sentir-se *chez soi*, ‚em casa’, em qualquer lugar – mas o preço a ser pago é a

aceitação de que em lugar algum se vai estar total e plenamente em casa”. (BAUMAN, 2005, p. 20) (grifo do autor).

A concepção de identidade, e particularmente de identidade nacional, insurgiu da crise do pertencimento e do esforço desencadeado no sentido de atravessar a barreira entre o *modus operandis* social e a forma como este *modus operandis* deveria ser enquanto padrão frente à realidade e à sociedade. Para Bauman, hoje em dia, num mundo que ele chama de líquido:

“... buscamos, construímos e mantemos as referências comunais de nossas identidades *em movimento* – lutando para nos juntarmos aos grupos igualmente móveis e velozes que procuramos, construímos e tentamos manter vivos por um momento, mas não por muito tempo”. (2005, p. 32) (grifo do autor).

As identidades ganharam livre curso, e agora cabe a cada indivíduo, adaptar-se a uma (em realidade umas) delas. A necessidade por identidade vem do desejo de segurança, ambígua na contemporaneidade. Embora possa parecer instigante no curto prazo, imbuído de promissões e predestinações de uma experiência não vivenciada, produz ansiedade, características dos indivíduos líquido-modernos nesta ambiência de uma comunicação supercrítica. Por outro lado, uma disposição imutável dentro de uma infinidade de possibilidades também não é uma expectativa fascinante. Em nossa época líquido-moderna, em que o indivíduo livremente flutua, estar fixo, ser identificado de modo inflexível e sem alternativa é algo malvisto.

Em 1994, um cartaz espalhado pelas ruas de Berlim ridicularizava a lealdade a estruturas que não eram mais capazes de conter as realidades do mundo: „Seu Cristo é judeu. Seu carro é japonês. Sua pizza é italiana. Sua democracia, grega. Seu café, brasileiro. Seu feriado, turco. Seus algarismos, arábicos. Suas letras, latinas. Só o seu vizinho é estrangeiro. (MAMZER, Hanna. Tozsamosc W Podrozy. Poznan, 2002, p. 13 apud BAUMAN, Zygmunt. Identidade, 2005, p. 34).

Em nosso mundo de individualização, as identidades são dádivas ambíguas. Oscilam entre boas e más, e não há como dizer quando uma se transforma na outra. Na maioria das vezes, coabitam, mesmo que localizadas em diferentes níveis. No ambiente atual, as identidades são as representações mais comuns, mais acentuadas, mais intensamente experimentadas e perturbadoras da ambivalência. É por isso que estão assentadas no âmago da atenção dos indivíduos supercríticos. É uma maneira de estratificação fortemente diferenciadora. De um lado são escolhidas pelo indivíduo e aceitas, de outro ângulo são impostas pelos outros que estereotipam, humilham, desumanizam, estigmatizam. Na maioria das vezes, os indivíduos flutuam entre as identidades postas (por eles) e impostas (pelos outros), sem a certeza de quando podem rejeitar ou se livrar dos estereótipos.

As guerras pelo reconhecimento, quer tratadas individual ou coletivamente, em geral se desenrolam em duas frentes (...). Numa das frentes, a identidade escolhida e preferida é contraposta, principalmente às obstinadas sobras das identidades antigas, abandonadas e abominadas, escolhidas ou impostas no passado. Na outra frente, as pressões de outras identidades, maquinadas e impostas (estereótipos, estigmas, rótulos), promovidas por ‚forças inimigas‘, são enfrentadas e – caso se vença a batalha – repelidas. (BAUMAN, 2005, p. 45).

Esta guerra de reconhecimento, que pode ser individual ou coletiva, é a identidade. Esta remetendo à comunidade. Foi a partir dela que se criou o conceito de identificação entre grupos distintos.

Na comunidade, cujo modelo histórico é a aldeia, os valores dirigem a ação pessoal para a coletividade, que, no limite, consiste em uma dimensão ontológica (um ser social), que absorve seus componentes singulares, cuja essencialidade só se dá enquanto referida ao ser coletivo. (...) Na comunidade, o ‚eu‘ projeta-se e sua personalidade incorpora o ‚outro‘ e as ‚coisas‘. (...) no tipo-comunidade não há ‚eu‘ e ‚outro‘ para se incorporarem mutuamente. No limite lógico, ‚eu‘ e ‚outro‘ constituem o ‚mesmo‘, isto é, são idênticos (...), e como tal constituem uma única unidade. (MIRANDA, 1995, p. 65).

Comunidade tem seu significado sentido entre as pessoas, diretamente ligado com a realidade efetiva entre elas. Há uma ligação desde o nascimento, entre os membros tanto no bem-estar quanto no infortúnio. Já na sociedade se entra como quem chega a uma terra estranha. (MIRANDA, 1995).

Na sociedade, para cuja descrição a referência histórica é a troca (que implica a alteridade como princípio) e o desenvolvimento histórico capitalista, os valores reforçam as diferenças, acentuam a individualidade e isolam a „indivíduo”. (...) Na sociedade-tipo, a identidade é abstraída (...), e o impulso societário não se explica enquanto „dimensão” da identidade, mas como afirmação da diferença. (MIRANDA, 1995, p.65).

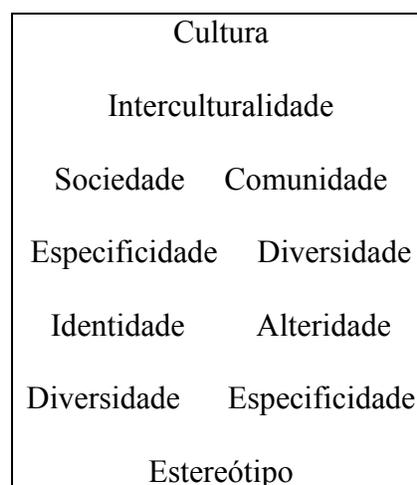
Pela inegável ambivalência do contexto mundial atual temos um conceito de sociedade vigente, que nos traz todo o sentido de identidade, em todas as facetas, mas também não deixa de apresentar a comunidade como consideração identitária, principalmente depois que Stuart Hall (2003) nos apresenta as diásporas e as comunidades virtuais.

Tönnies reconhece duas formas básicas de união humana. Na comunidade os homens vivem unidos, apesar de tudo que os separa. Na sociedade os homens estão separados, a despeito de tudo o que os une. Naquela, os homens vivem uns com os outros com base em relações pessoais estreitas e por sua própria vontade. E nesta, fundam a sua união em considerações de finalidade (objetivas), que requerem uma distância entre si. (MIRANDA, 1995, p.78).

O comportamento do indivíduo pode mudar vastamente, mas cada comunidade estabelece simbologias em torno de certo segmento dessa magnitude e restringe suas próprias atividades dentro do perímetro demarcado. Estes parênteses são de certa forma, as fronteiras da comunidade. (VELHO, 1985). “A noção de cultura é (...) necessária (...) para pensar a unidade da humanidade na diversidade além dos termos biológicos. Ela parece fornecer a resposta mais satisfatória à questão da diferença entre os povos”. (CUCHE, 1999, p. 09). O conceito de identidade cultural se caracteriza por sua fluidez e polissemia.

Todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-lo no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticos sob certo ponto de vista) e o distingue dos outros grupos (cujos membros são diferentes dos primeiros sob o mesmo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade cultural aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural. (CUCHE, 1999, p. 177).

A sociedade estabelece os meios de categorizar as pessoas e o total de atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma destas categorias. Os ambientes sociais estabelecem as categorias de indivíduos que têm probabilidade de serem neles encontradas. A rotina da relação social em ambientes estabelecidos nos permite um relacionamento com o outro, previstas sem atenção ou reflexão particular. Nossas identidades caracterizam-se por serem fragmentadas, contraditórias, heterogêneas, multifacetadas, dinâmicas e ambíguas. Estereótipos são culturalmente determinados e constantemente redefinidos dentro dos grupos sociais nos quais significam. Eis um quadro, criado por nós, que dimensiona a representação de todos os fatores expostos até agora, na concepção entre: identidade, estereótipo, cultura, comunidade e sociedade.



**Tab1.** Inter-relações.

## 5. Coabitação cultural no contexto da comunicação intercultural e do estereótipo.

“A reflexão é um processo de conhecer como conhecermos, um ato de voltar a nós mesmos, a única oportunidade que temos de descobrir nossas cegueiras e reconhecer que as certezas e os conhecimentos dos outros são, respectivamente, tão aflitivos e tão tênues quanto os nossos”. (MATURANA, 2001, p. 29-30).

Comunicamo-nos para convencer, partilhar ou seduzir. Essas três proposições geram incomunicação, pois constantemente o receptor também tem seus anseios e dificilmente está de acordo ou interessado no emissor. Zygmunt Bauman em seu livro „Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos’ (2004), explicita que a pós-modernidade nos trouxe uma ambivalência muito característica: “A misteriosa fragilidade dos vínculos humanos, o sentimento de insegurança que ela inspira e os desejos conflitantes (estimulados por tal sentimento) de apertar os laços e ao mesmo tempo mantê-los frouxos”. (BAUMAN, 2004, p. 08).

Assim, o autor Dominique Wolton aponta soluções para a incomunicação: matar o outro ou negociar. Quando a negociação acaba bem, chegamos à coabitação. O sentido de coabitação para Wolton supõe igualdade, respeito mútuo e a vontade de se chegar a um consenso mínimo.

O inferno dos vivos não é algo que *será*: se existe um, é o que já está aqui, o inferno em que vivemos todos os dias, que formamos estando juntos. Há duas maneiras de não sofrê-lo. A primeira é fácil para muitos: aceitar o inferno e se tornar parte dele a ponto de não conseguir mais vê-lo. A segunda é arriscada e exige vigilância e preocupação constantes: procurar e saber reconhecer quem e o quê, no meio do inferno, não são inferno, e fazê-los durar, dar-lhes espaço. (BAUMAN, 2007, p. 114) (grifo do autor).

O sociólogo francês Dominique Wolton aponta um *triângulo infernal* que nos rodeia e que necessita ser transposto. Este se dá na relação entre identidade, cultura e comunicação. Por outro lado, ele aponta um *triângulo virtuoso* como solução para uma coabitação cultural eficiente: conhecimento, comunicação e coabitação. Coexistência de contrários, ambivalência, tolerância, diversidade cultural e linguística. Tudo isso está imbuído de estereótipo. Saber coabitar é o caminho.

Num contexto de intercâmbio cultural, a coabitação já acontece não livre de preconceitos e estereótipos, mas a negociação sobressai. Com toda a crise mundial, terrorismo, imperialismos, capitalismo e sociedade de consumo, o que falta e nos resta é apontar novos rumos para a comunicação intercultural e para lidar com o estereótipo.

Neste palimpsesto cultural e comunicacional atual<sup>17</sup>, se deve evitar a precipitação quando se trata de outras culturas, mas também não se deve hesitar. Não devemos ser irascíveis com os estereótipos, se preocupar com aparências ou ter excessiva complacência, com nós mesmos nem com o outro. Mesmo que isso remeta ao nosso conhecimento inato, apreendido (imitação - mimesis) pelo *habitus*. (MATURANA, 2001).

A complexidade do estereótipo é natural, está presente nos dois hemisférios do cérebro. Morin em “Método 3” (1986) apresenta a singularidade de cada um dos hemisférios e nos proporciona a seguinte tabela:

Esquerdo	Direito
Pensamento analítico, abstrato	Pensamento intuitivo, concreto
Explicação	Compreensão
Focalização em objetos	Focalização em pessoas
Linearidade, sequencialidade, serialidade	Simultaneidade, síntese, globalidade
Racionalidade/cálculo	Estética/arte
Controle/dominação social	Comunicação psico-afetiva

<sup>17</sup> Como palimpsesto, originalmente, é um manuscrito sob cujo texto se descobre a escrita anterior, sugerimos que palimpsesto cultural e comunicacional seria a sobreposição de culturas e de comunicações.

Masculino	Feminino
Técnico	Artístico
Cultura/educação ocidental	Cultura/ educação oriental

**Tab2.** MORIN, Edgar. Método 3, 1986, p. 86

O estereótipo, analogicamente falando, está presente e sendo formado nos dois hemisférios – no esquerdo quando remete-se ao pensamento analítico, abstrato, explicação, focalização em objetos, linearidade, dominação social e cultura. Já no hemisfério direito temos: pensamento intuitivo, compreensão, focalização em pessoas, globalidade, comunicação psico-afetiva, cultura. Morin nos instiga a observar o quanto o pensamento é complexo. Nós, na dissertação, apresentamos a forma como o cérebro funciona para Morin, na tentativa de visualizar como o estereótipo é formado mentalmente e como, em mesma medida, a coabitação cultural é possível tendo em vista que, como observamos na literatura dos capítulos, o estereótipo é formado através da cognição, mas que não se valerá salvo do *habitus* da cultura, muito menos do instinto.

A incerteza não é só o cancro que corrói o conhecimento, é também o seu fermento: é ela que leva a investigar, verificar, comunicar, refletir, inventar. A incerteza é ao mesmo tempo o horizonte, o cancro, o fermento, o motor do conhecimento. Assim, este trabalha e progride em oposição/colaboração com a incerteza. (MORIN, 1986, p. 211).

Levando em consideração que os autores apresentados nos proporcionaram um cenário com parâmetros positivos e negativos do estereótipo e, como o objetivo deste capítulo é a coabitação intercultural e a melhor convivência com o estereótipo, Morin (1986), sintetiza na tabela abaixo, como acontece a geração de conhecimento. Nos servirá de base para a geração de ideias de utilização desta tabela como sendo o caminho para a coabitação, advinda não do social, da cultura ou da imitação da natureza, mas de dentro do indivíduo e que vai interferir em todos os outros limiares:

Distinção	Relação
Diferenciação	Unificação
Análise (parte)	Síntese (todo)
Individualização	Generalização
Particularização	Universalização
Abstrato	Concreto
Precisão	Vago
Certeza	Incerteza
Dedução	Indução
Particular → geral	Geral → particular
Lógico	Analógico
Lógico	Translógico
Explicação	Compreensão
Desapego	Participação
Objetivação	Subjetivação
Verificação	Imaginação
Racional	Empírico
Racional	Irracionalizável
Racional/empírico	Simbólico/mítico
Consciente	Inconsciente

**Tab. 3** O diálogo do pensamento. MORIN, Edgar. Método 3, 1986, p. 172

Utilizaremos esta tabela como forma de representação da flexibilidade necessária ao indivíduo líquido-moderno, que deve saber lidar com as situações adversas e se adaptar com as mudanças e diferenças crescentes e instantâneas.

Distinção	Relação
-----------	---------

É necessário fazer uma distinção entre indivíduos de uma mesma cultura, e relacioná-los entre si para que haja associações favoráveis ao entendimento do cenário apresentado.

Diferenciação	Unificação
---------------	------------

Da mesma forma que na distinção e relação, na diferenciação e unificação, saber distinguir é fundamental, mas também manter inter-relações entre os objetos observados. Tentando não deixar que a simplificação natural gerada a partir da memória de algo semelhante já experienciado, ou da percepção, desencadeie um processo de generalização.

Só podemos conhecer fragmentando o real e isolando um objeto do todo de que faz parte. Mas podemos articular os nossos saberes fragmentários, reconhecer as relações todo/partes, complexificar o nosso conhecimento, e, assim, sem, todavia poder reconstituir as totalidades nem a Totalidade, podemos combater a fragmentação. (MORIN, 1986, p. 215).

Análise (parte)	Síntese (todo)
Individualização	Generalização
Particularização	Universalização

Analisar as partes, mas sem esquecer-se do todo, tentando se desvencilhar da máxima de sintetizar o objeto por costume. Individualizar a situação, no sentido de isolá-la como única, a fim de se deixar encantar pelos seus prismas, evitando estigmatizar ou generalizar, conforme a coabitação cultural requer nesta pesquisa, bem como particularizar, da mesma maneira que se deve individualizar, universalizando apenas quando for positivo para a interação.

Abstrato	Concreto
Precisão	Vago
Certeza	Incerteza

Para tanto, aguardar que o abstrato, a incerteza sob um determinado ambiente social, o vago, ceda lugar à coabitação quando entrar em contato concreto com determinada

cultura; quebrando os paradigmas pré-formatados. Gerando, com melhor precisão, a certeza, a partir do contato, de que o que imaginávamos é correto ou não, mas apenas após a experiência. Não se deixar cair nas armadilhas do pré-julgamento antecipado.

Dedução	Indução
Particular → geral	Geral → particular
Lógico	Analógico
Lógico	Translógico

Assim como acontece nos quadros acima, para a coabitação cultural numa ambiência de estereótipos, não se deve permitir que as deduções ou induções recorrentes tomem conta da sua consciência controlável. Ou seja, mesmo que aconteçam particularizações e generalizações, não deixar que o lógico ou ilógico (analógico), cegue nossa capacidade, possibilidade de ir além do lógico (translógico) da interpretação de um fato.

Explicação	Compreensão
Desapego	Participação
Objetivação	Subjetivação

O melhor caminho então é se desapegar de ruminções internas, compreender, e deixar o olhar treinado culturalmente, objetivar e subjetivar, ao mesmo tempo, para então tentar se despir o máximo possível de tipificações modeladas.

Verificação	Imaginação
Racional	Empírico
Racional	Irracionalizável
Racional/empírico	Simbólico/mítico
Consciente	Inconsciente

O racional e o empírico se misturam à imaginação, cognicível pelo *habitus* mimético, deve ter simbologia, mas com cautela e verificação com o irracionalizável – que para nós está além da racionalidade, é uma questão do inconsciente humano e coletivo.

Desta maneira, realizamos uma interpretação própria da tabela de Morin, que desencadeou outra tabela nossa. Esta conveniente à coabitação cultural a partir da literatura de todos os capítulos e da tabela do diálogo do conhecimento do teórico da complexidade:

Símbolos/signos (estereótipos)	Utilização instrumental e evocativa dos símbolos/signos (coabitação)
Representação da realidade	Imagem da realidade experienciada
Recordação, lembrança, memória	Experiências reais vivenciadas
Uma forma de linguagem	Significação via multimodal
Generalização	Individualização dos fatos para melhor análise

**Tab4.** Estereótipos Mentais

## 6. Estereótipos: O caso do intercâmbio cultural universitário na PUCRS.

“Ler significa reler e compreender, interpretar. Cada um lê com os olhos que tem e interpreta a partir de onde os pés pisam. (...) A cabeça pensa a partir de onde os pés pisam. Para compreender é essencial conhecer o lugar social de quem olha. Vale dizer, como alguém vive, com quem convive, que experiências tem, e que trabalha, que desejos alimenta, como assume os dramas da vida e da morte e que esperanças o animam. Isto faz da compreensão sempre uma interpretação”. (BOFF, 1997, p. 09).

### 6.1 Cartas

Foram analisadas 15 cartas de intenção dos alunos de intercâmbio. Nelas eles explicavam seus motivos para estudar no Brasil e, mais especificamente, na PUCRS. As cartas são de alunos de diversas nacionalidades: chineses, alemães, espanhóis, portugueses e franceses. Para tanto destacamos as seguintes passagens significativas: **“Talvez vou ter muitas saudades das minhas familiares e vou encontrar alguns dificuldades, mas sei que vou tornar-me valente depois um ano”**.

Sabendo das dificuldades que iria enfrentar, este aluno destacou que, apesar de todos os contratemplos existentes na comunicação entre culturas diferentes, isto o faria mais forte ao final da experiência.

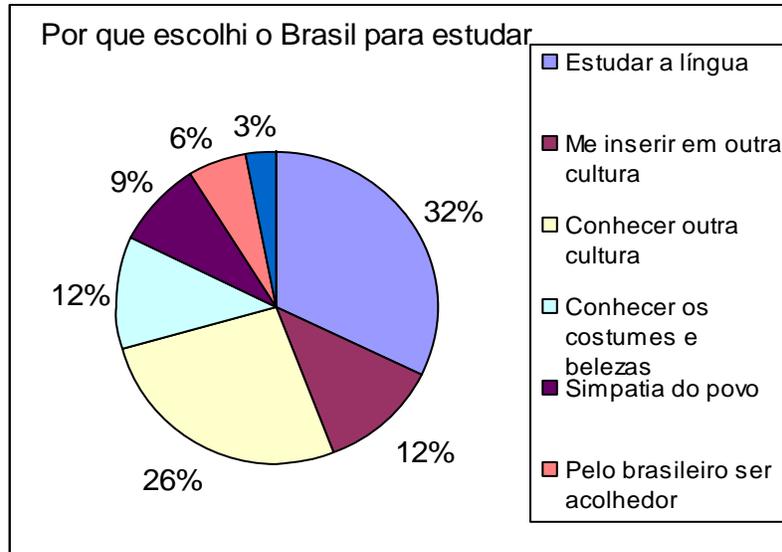
**“Eu gosto deste país, ela dá-me muito misteriosa sensação. Estou esperando a praia dele, o céu dele e o mar dele. Queria saber porque brasileiros estão tal bonitos. Desejo que verei brasileiros jogam futebol, e queria saber a razão de eles jogar muito bem futebol. Estou ouvindo dizer que brasileiros são muito bonitos e altos, por isso que queria satisfazer meus olhos. Queria perguntar-lhes porque eles são tal bonitos”**.

Naturalmente, pelas tipificações características que são geradas antes de conhecer um país, este aluno demonstrou a ansiedade e expectativas quanto aos estereótipos mentais das características físicas do Brasil e do seu imaginário social quanto à população e ao futebol.

**“A variedade de culturas de várias regiões existe nos dois países. Na China a diferença advém da história longa, no Brasil, a variedade veio de diferentes origens culturais e de civilizações”.**

Este fez uma interpretação histórica e comparativa entre os dois países, informando que estudou e leu sobre o Brasil, dando assim a impressão que estava interessado, antes mesmo do intercâmbio, em nossa história e cultura. Abaixo seguem duas tabelas nas quais realizamos um corpus simplificado das palavras-chaves encontradas nas cartas de intenção dos alunos:





## 6.2 Os chineses.

### 6.2.1 Quem são os participantes

Estudantes chineses, que chegaram no meio do semestre 2009.2. A faixa etária dos intercambistas (cinco meninos e cinco meninas) está entre 20-25 anos. Todos eles estudam língua portuguesa e apenas um está na pós-graduação.

### 6.2.2 Contexto da entrevista do grupo focal

Encontrei-me com os alunos chineses na FAMECOS e os senti desconfortáveis e tímidos. Na medida em que começamos o questionário, os observei perfeccionistas, pois não queriam perguntar e passaram todo o tempo traduzindo as palavras mesmo depois de informá-los que, mesmo não sendo o ideal, poderiam escrever palavras em inglês, caso não

soubessem em português. Com o passar do tempo, a dificuldade de interação pela língua e cultura só foram aumentando e o silêncio era uma constante.

Mesmo fazendo um grande esforço, sentia um distanciamento entre mim e eles. O gelo não foi quebrado em momento algum, mesmo os colocando num ambiente confortável, com ar-condicionado ligado, devido ao calor que fazia no dia, com bebidas para refrescar (água, sucos e refrigerantes). Quase que não pediram minha ajuda para interpretar ou responder as questões.

### **6.2.3 As imagens mentais e o choque cultural**

#### **6.2.3.1 Grupo Focal**

Na hora em que foi realizado o grupo focal, havia hierarquia no momento de responder às perguntas coletivas. Ninguém falava ao mesmo tempo. Muitas vezes levantavam a mão.

De qualquer forma, ficaram um pouco à vontade depois que responderam ao questionário. E houve um momento de descontração quando a líder, que é professora de português deles na China, chegou, que coincidiu com o momento em que eles beberam algo.

Após a realização do grupo focal, em conversa com a professora dos chineses, pude constatar que havia uma falta de confiança em se comunicar com brasileiros, uma preguiça de pensar em português, inclusive por existirem palavras em português que não existem em chinês. Além de uma forma cultural diferenciada do brasileiro: ao se expressar verbalmente, nas expressões faciais e corporais, na forma de interação com o próximo (foi

me explicado que eles não solicitaram minha ajuda, pois na China não há o costume de ajudar ou pedir ajuda), etc.

Tanto na fase escrita do grupo focal – onde eles escreviam e trocaram entre si os papéis para irem construindo coletivamente características brasileiras, antes e depois do intercâmbio, quanto no *brainstorm* – com as palavras que vinham à mente deles colocadas no quadro. Assim, expostos os incitariam a falar mais e fazer mais conexões em grupo -, as palavras se repetiram como veremos no quadro abaixo:

<b>Antes de chegarem ao Brasil</b>	<b>Depois da chegada ao Brasil</b>
Quente	Tão quente quanto imaginavam
Praias bonitas	Pessoas bronzeadas
Cabelos bonitos	Cabelos loiros
Amigáveis, com estrutura física diferente dos chineses	Brasileiros mais gordos, altos e fortes
Perigoso	Arriscado
Ambiente confortável	Arborizado
Gostam de fazer festa	Bebem muito
Tem paixões nacionais	Futebol
Samba e Bossa Nova	Música boa
Estudam menos que na China	Estudam e trabalham
São abertos	Fazem muita festa
Futebol	Não gostam tanto de ping-pong ou basquete como os chineses

Negros	Em POA existem muito brancos
Favelas	Pobreza, mendigos
Preguiçosos	As lojas não abrem nos finais de semana
Arquitetura diferente	Não tão moderno
Hospitaleiros	Simpáticos e prestativos

**Quadro:** Grupo focal. Imagens mentais.

Características diferentes entre o Brasil e a China:

CHINA	BRASIL
Não gostam tanto de cães como os brasileiros;	Os cabelos são mais claros que os chineses;
Não gostam de se bronzear como os brasileiros;	As mulheres usam roupas mais sexys;
Não gostam tanto de futebol como os brasileiros;	Os brasileiros usam muitas expressões;
Mais baixos e magros que os brasileiros;	Os chineses são mais amenos;
Os talheres são diferentes;	Os jovens brasileiros ficam;
O jantar é a refeição mais importante;	No Brasil a refeição mais importante é o café da manhã;
Os chineses trabalham mais;	São mais religiosos;
Os cumprimentos chineses não têm beijos e abraços.	São mais alegres.

**Quadro:** Grupo focal. Choque e confirmação cultural.

Características iguais entre o Brasil e a China;

Hospitalidade;
Vôlei;
Burocracia.

**Quadro:** Grupo focal. Igualdades culturais.

Além destas características comuns aos brasileiros, na visão deles, e que se confirmaram após a chegada, também foi citado o fato de tomarmos muito refrigerante e café; termos uma qualidade de vida melhor que na China; o país ser mais bonito que imaginavam; sermos muito mais independentes do que supunham (principalmente as crianças); os produtos serem mais caros: **“Antes de chegar ao Brasil, acho que o preço das coisas é muito barato. Mas quando eu estou no Brasil, eu sei o preço é mais caro do que na China”**. A comida muito diferente e o fato de gostarmos muito de animais de estimação, principalmente cães.

Apesar de na China o Orkut não ser muito popular, alguns tem conhecimento de que existe uma comunidade brasileira no Orkut „Eu odeio chineses’ por eles comerem cães, terem censura na mídia e aplicarem pena de morte. Os chineses acham que este perfil de hostilidade e preconceito, único citado no grupo focal, ocorre porque as notícias da China não chegam ao Brasil e, quando chegam, elas são sempre negativas.

Referente à interação com o Brasil, antes do intercâmbio, algumas frases foram destacadas, como forma de ilustrar às imagens mentais que tinham a respeito do nosso país: **“Achava que os brasileiros gostam muito de futebol, confirmei isso depois vi o jogo entre grêmio e internacional”**. Ou: **“Antes de cheguei ao Brasil, já sei os brasileiros**

**jogam bem futebol. Ganhou algumas vezes Copo de Mundo. Após veio aqui, vi muitas pessoas jogam futebol, as crianças incluídas”.**

Ao contrário dos outros estudantes, os chineses chegaram à PUCRS no final de outubro. Sendo assim, a vivência com os estudantes brasileiros esta sendo diferenciada, principalmente por eles estudarem língua portuguesa e não estarem todo o tempo em sala de aula com alunos brasileiros. Mesmo assim, algumas proposições das mais simples do dia a dia foram abordadas como problemáticas na interação comunicacional pela cultura diferenciada: **“Eu gosto dos abraços e dos beijos do Brasil, eu acho que os abraços e os beijos que podem deixar as pessoas ficar mais perto (de sentimento). Mas acho que nunca vou dar beijo nos meus amigos chineses, porque beijos para chineses tem um sentido meio sério, especialmente entre homens e mulheres. (...) O cumprimento mais comum no meu país é apertar a mão. Para os jovens que se encontram na rua, inclinar a cabeça um ao outro é comum”.**

**“Falando sobre o beijo social, para nós, os chineses, era muito difícil acostumar quando recém chegamos aqui. Quando os amigos brasileiros oferecer beijos, eu tinha vontade de fugir. ‘Gente! Que é que isso???’ Porque para nós, as pessoas estão numa distância certa com gesto de levantar os mãos e dizendo ‘oi’ já basta para cumprimentar. Mas depois, eu estava começando a gostar de beijar quando a gente se encontra. Comparando com os chineses, eu acho que o povo brasileiro tem mais necessidade de tocar com carinho”. Inclusive apontando uma coabitação apesar dos choques culturais: “Acho que é necessário cumprimentar e beijar no cumprimento internacional, mas é melhor cumprimentar com as pessoas segundo o costume de um país quando você chega a um país estrangeiro. No início eu não me acostumava a beijar, mas agora já assimilo esse cumprimento”.**

**“Eu acho que cada país tem seus próprios costumes, não podemos comentar que sejam boas ou maus. Precisamos respeitar todas deles, e nos cuidamos quando ficaremos no exterior”.**

Em relação às diversidades culturais entre os países em questão, relativos à comunicação verbal e não-verbal, vale salientar alguns trechos: **“... os brasileiros utilizam mais palavrões na vida cotidiana. Às vezes eles falam muito que até demais que causam sono”.**

**“Os brasileiros falam muito alto, rápido, com gestos grandes. Até achei que estão brigando às vezes”.**

**“Minha cultura valoriza muito o silêncio, mas cultura brasileira é quase contrário. No primeiro dia no Brasil eu fiquei assustada que as pessoas aqui fala muito e alto. Eu achei que eles estavam brigando”.**

Quando se trata da cultura brasileira e do comportamento brasileiro, os alunos de intercâmbio afirmam terem no imaginário certas ideias e, muitas delas, foram confirmadas ao chegar no país: **“Eu ouvi que os brasileiros bebem muito, é verdade, nos bares, quando as pessoas comem, normalmente a bebida é a cerveja”.**

**“Achava que Brasil era um país bonito porque tem muitas praias famosas do mundo, e os brasileiros são simpáticos e todos gostam de desporto aqui. Especialmente futebol. Todas as pessoas aqui sabem como gozar a vida”.**

**“O Brasil é muito grande e tem muita cultura diferente da China. Porque o Brasil é uma grande país do que China. Tem muitas pessoas”.**

**“Antes de eu vem aqui, já soube que o Brasil é um país desenvolvido com China, não é tão moderno com as cidades de Europa ou Estados Unidos. Mas gosto muito das**

arquiteturas aqui. São bonitas e também gosto muito da cultura de futebol brasileiro”.

“Depois de cheguei ao Brasil, acho que o país é bonito e as pessoas são ferventes”.

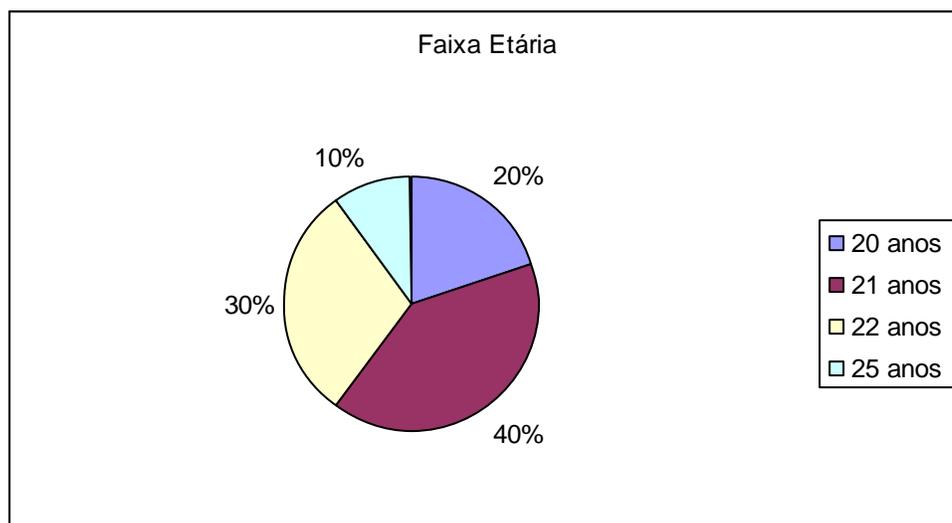
“Ouvi falar que s brasileiros são muito hospitaleiros, simpáticos e abertos. Percebi que isso depois de chegar”.

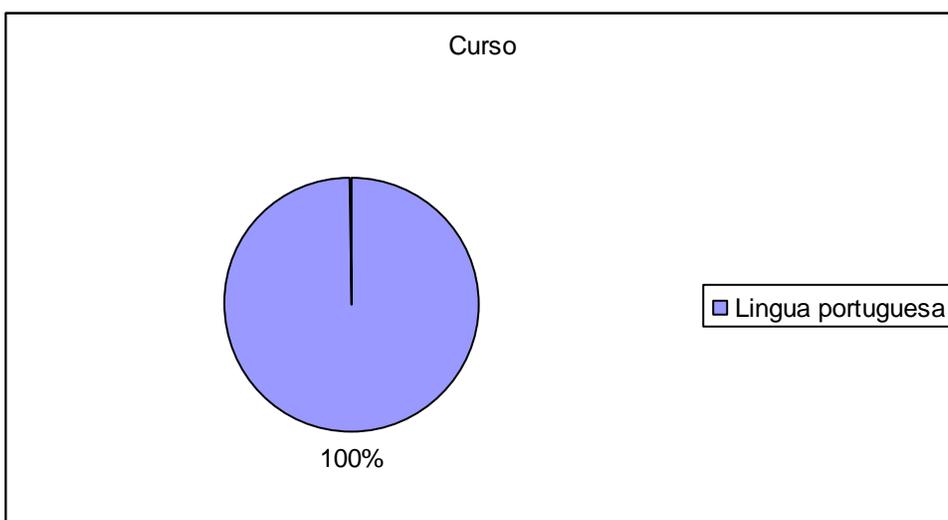
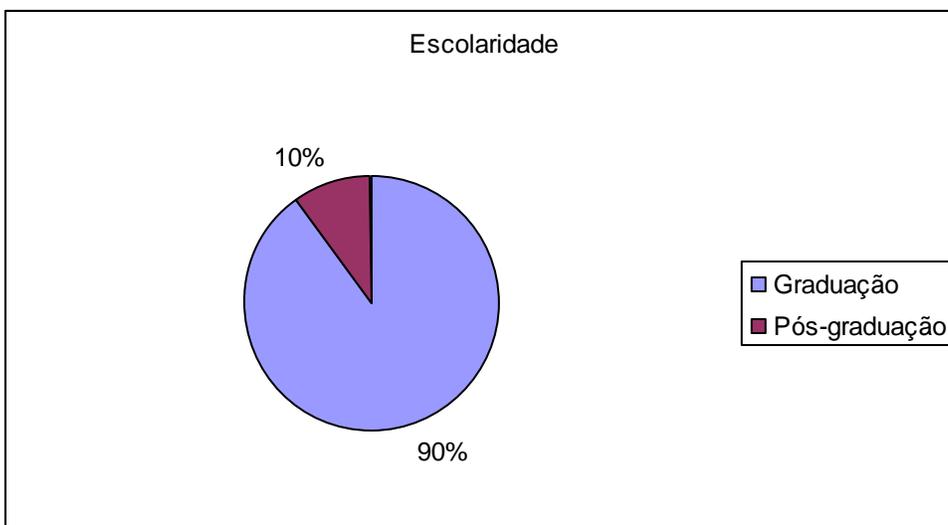
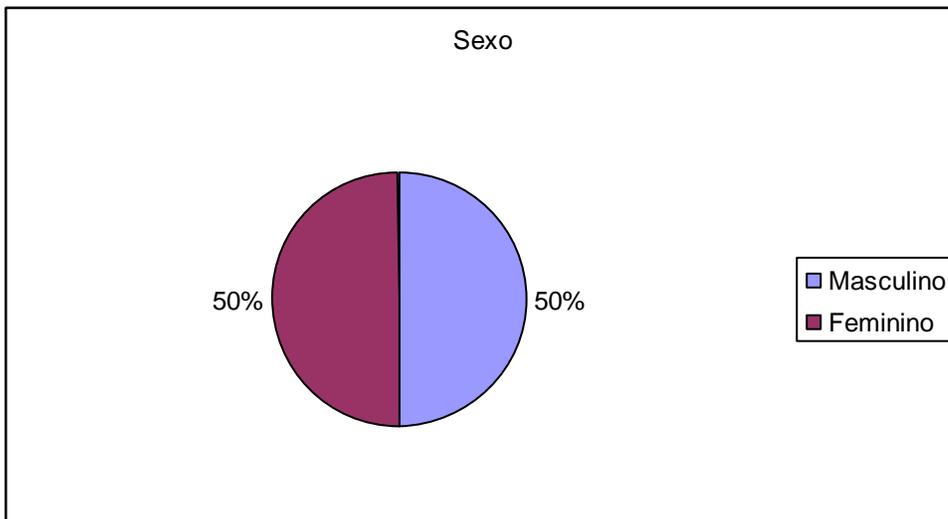
Finalizando o grupo focal, um último ponto de imagens mentais foi abordado pelos chineses: a comida. Apesar de terem concordado que em ambos os países come-se e gosta-se muito de arroz, de resto mencionaram que comemos mais salada que os chineses e que nosso tempero é totalmente diferente, além de utilizarmos muito sal. **“O churrasco do Brasil é muito famoso, mas depois eu comi, eu não gosto”.**

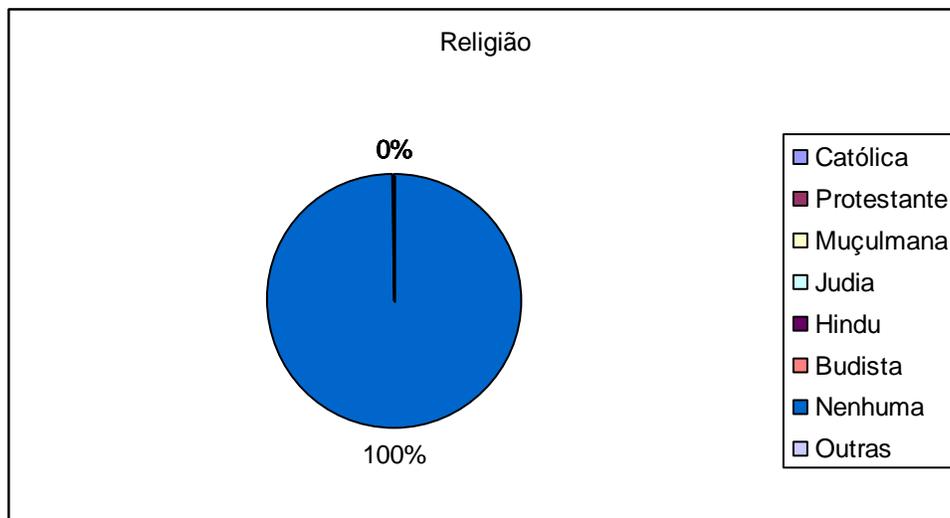
“Antes, acho que a comida do Brasil é diferente, mas depois de chegar não gosto de comer feijão”.

### 6.2.3.2 Questionário

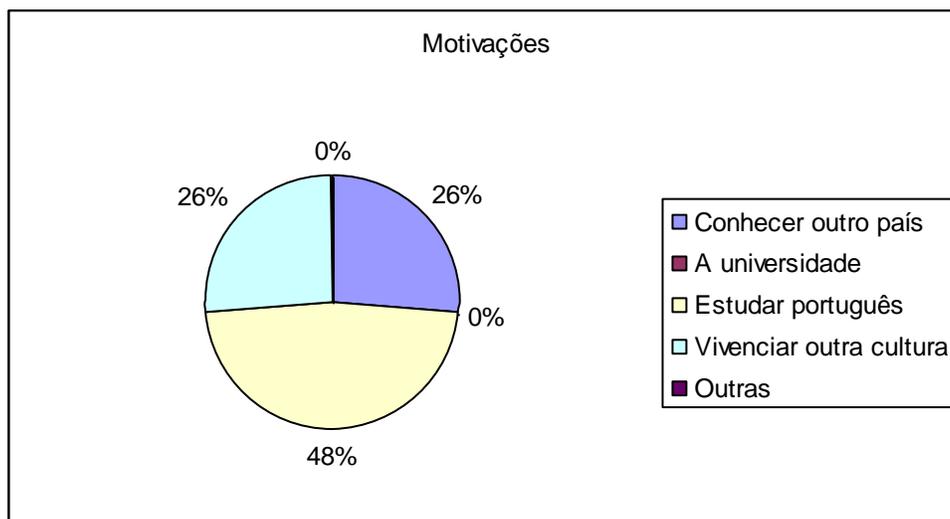
Como forma de ilustrar e facilitar a leitura do questionário (anexo II) aplicado aos intercambistas seguem tabelas referentes às perguntas realizadas.

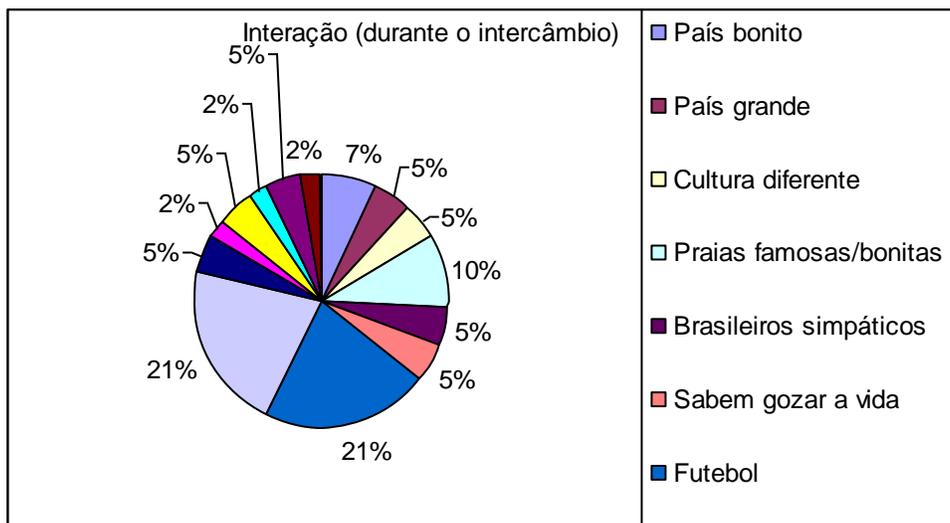
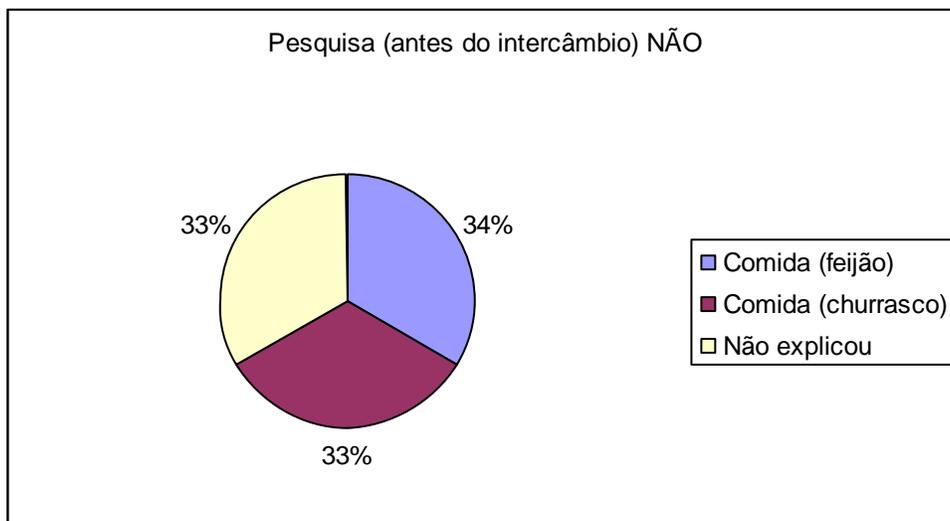
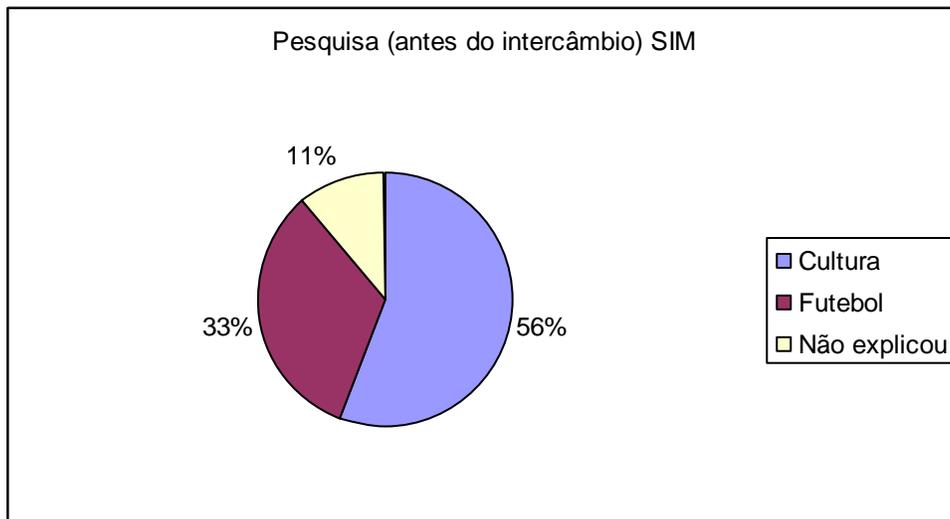


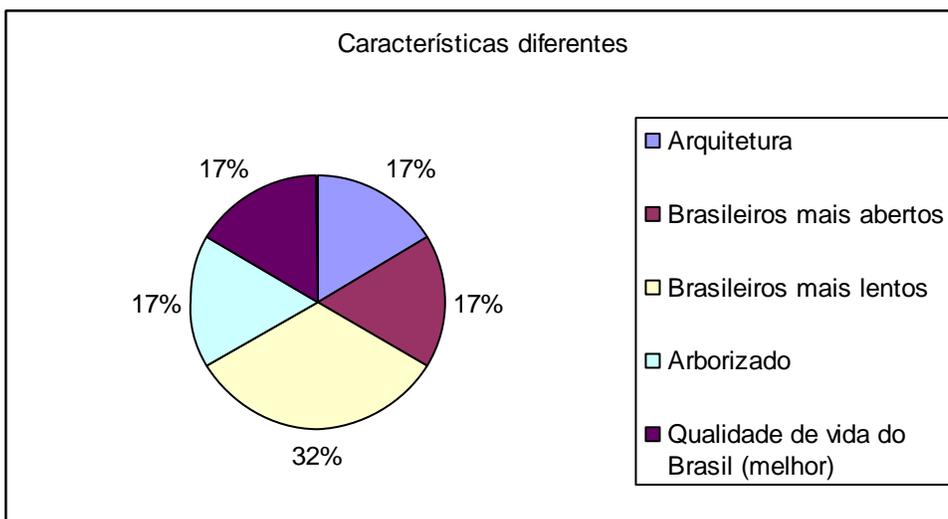
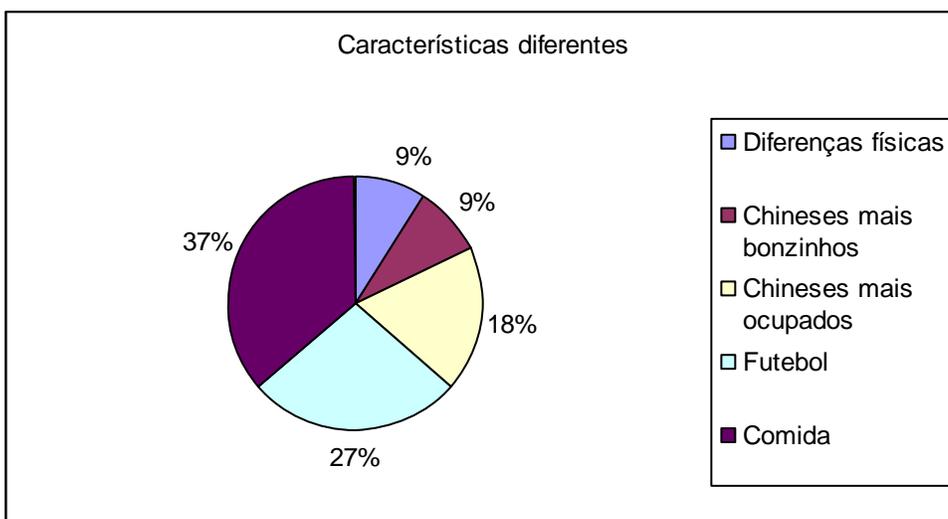
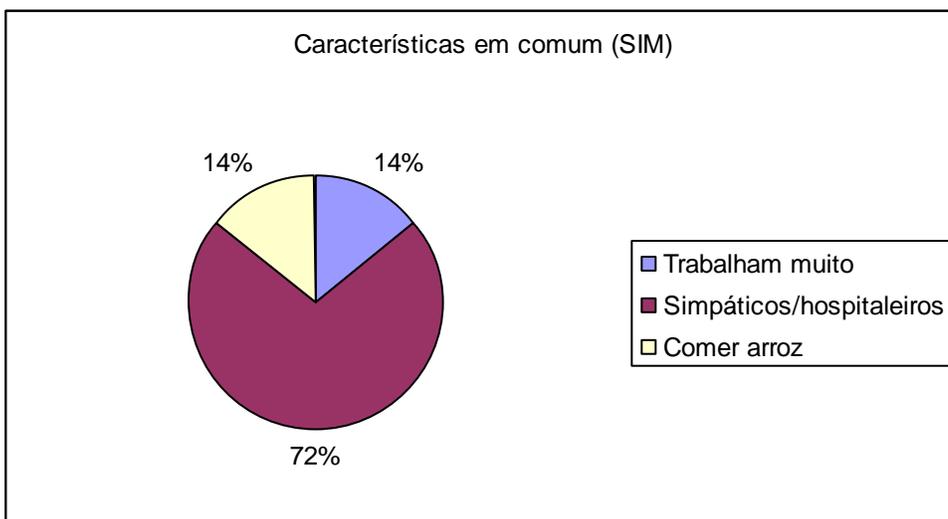


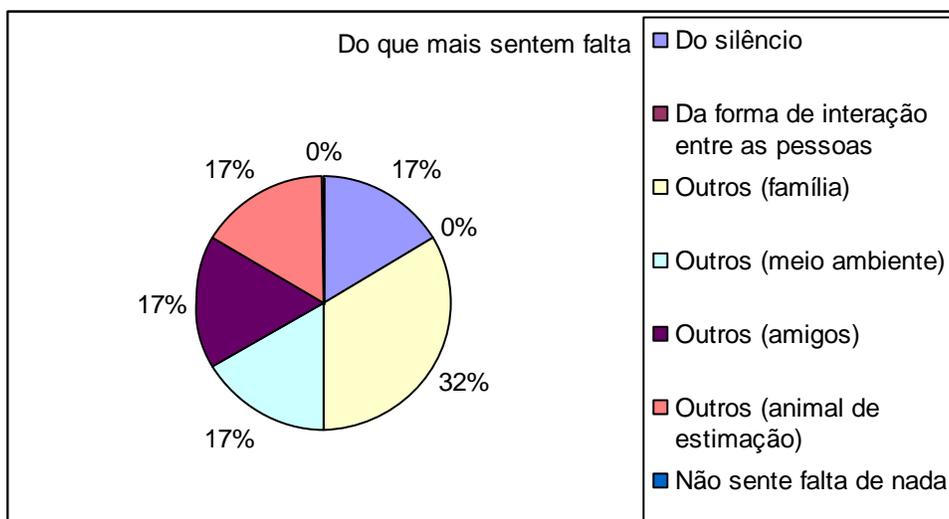
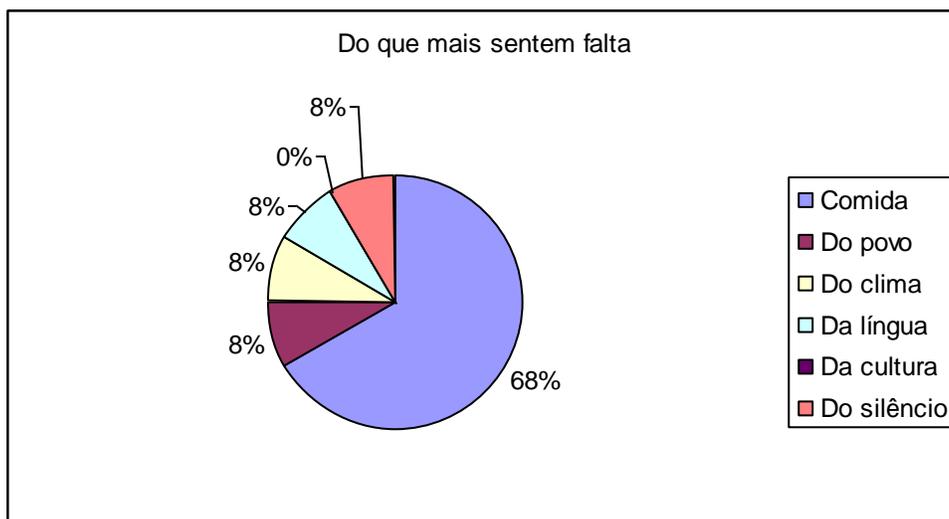
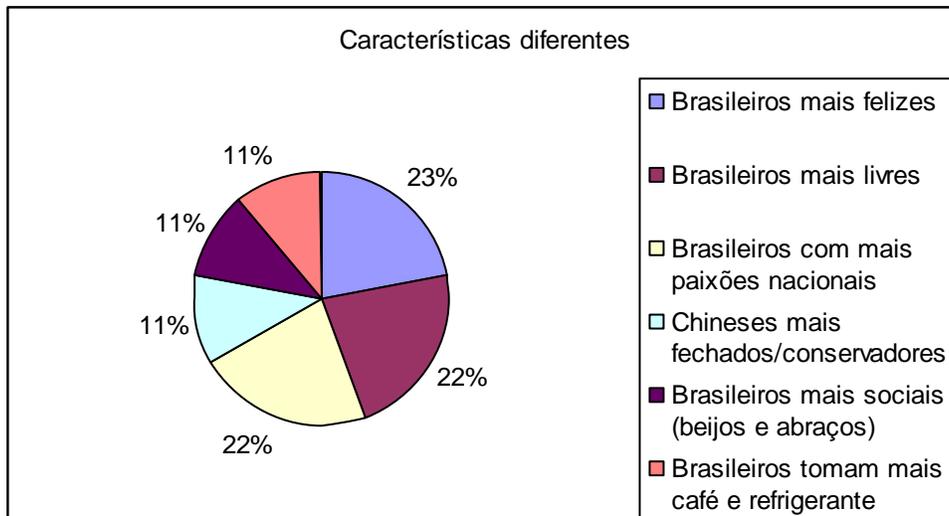


Todos eles responderam ao questionário colocando a opção de nenhuma religião quanto à crença. E suas principais motivações para a realização do intercambio foi, em primeiro lugar, vivenciar outra cultura, seguida da opção conhecer outro país (com mesma proporcionalidade) e estudar português.









### **6.3 Demais alunos de intercâmbio PMA – PUCRS.**

#### **6.3.1 Quem são os participantes**

Estudantes portugueses (4 rapazes e 6 moças) , espanhóis (sendo 5 rapazes e 4 moças), francesa e alemãs (2 moças). A faixa etária dos intercambistas (nove rapazes e treze moças) está entre 20-24 anos.

#### **6.3.2 Contexto da entrevista do grupo focal**

Encontrei-me com os alunos na sala 301 (destinada a defesas de dissertações e teses) da FAMECOS e os senti confortáveis e ambientados. Na medida em que começamos o questionário, os observei mais à vontade. Muitos se conheciam e moravam no mesmo prédio. Por sermos todos provenientes de culturas LDC, ocidentais, tivemos poucos problemas. Com o passar do tempo, a interação foi ficando cada vez mais descontraída.

O gelo foi quebrado logo e alguns deles já os conhecia da Famecos antes de realizar a pesquisa. Falávamos todos ao mesmo tempo e foi difícil fazê-los se concentrar todo o tempo.

### 6.3.3 As imagens mentais e o choque cultural

#### 6.3.3.1 Grupo Focal

Na hora em que foi realizado o grupo focal todos falavam ao mesmo tempo. Por isso, instituímos „levantar a mão’ para obter a palavra.

A forma cultural deles era parecida com a minha, apesar da diversidade de nacionalidades. Mesmo as alemãs e a francesa, aparentemente mais diferenciadas culturalmente dos brasileiros que os portugueses e espanhóis: ao se expressar verbalmente, nas expressões faciais e corporais, na forma de interação com o próximo, etc. Tanto na fase escrita do grupo focal – onde eles escreviam e trocaram entre si os papéis para irem construindo coletivamente características brasileiras, antes e depois do intercâmbio, quanto no *brainstorm* – com as palavras que vinham à mente deles colocadas no quadro. Assim, expostos os incitariam a falar mais e fazer mais conexões em grupo -, as palavras se repetiram:

<b>Antes de chegarem ao Brasil</b>	<b>Depois da chegada ao Brasil</b>
Quente	Tão quente quanto imaginavam
Praias bonitas	Praias com águas geladas e não tão limpas
Perigoso	Perigoso
Futebol	Futebol
Caipirinha	Cerveja e caipirinha

Samba	Variados tipos de música
Negros	Em POA população mista
Favelas	Pobreza, mendigos
Hospitaleiros	Simpáticos e prestativos

**Quadro:** Grupo focal. Imagens mentais.

Características diferentes entre o Brasil e a Europa (Alemanha, França, Portugal e Espanha);

EUROPA	BRASIL
Mais politizados;	Mais mestiços;
Mais modernos;	As mulheres usam roupas mais sexys;
Não gostam tanto de futebol como os brasileiros;	Mais pobres;
Mais seguro.	Muitas diferenças raciais e sociais.

**Quadro:** Grupo focal. Choque e confirmação cultural.

Características iguais entre o Brasil e a Europa;

Clima;
Socialidade das pessoas;

**Quadro:** Grupo focal. Igualdades culturais.

Além destas características comuns aos brasileiros, na visão deles, e que se confirmaram após a chegada, também foram citadas muitas diferenças: **“O Brasil é mais desenvolvido e organizado que eu tinha esperado; por um lado tem uma parte da população com estilo de vida como o dos países envolvidos, por outro lado muitas**

peças pobríssimas. A desigualdade na distribuição de renda é enorme e bem maior que tinha esperado”.

“Antes de vir para o Brasil, li dois livros, um deles sendo “O país do futuro” de Stefan Zweig. Não posso dizer assim, o livro do Zweig abordou a história e cultura do Brasil, assuntos que não se experimenta diretamente. O outro livro somente falou da “mentalidade brasileira”, e muito disso se confirmou”.

“Vaidade das pessoas em público; o povo brasileiro parece-me mais consumista do que o europeu; facilidade de entrar em contato e fazer amizade de pessoas desconhecidas; número de desabrigados; bife livre; “restos da escravidão” (pessoas assalariadas fazendo ‘trabalhos baixos’ que europeus costumam fazer mesmo, por exemplo, colocar as compras nas sacolinhas); tráfico na rua desorganizado, mas funcionando; medo das pessoas no espaço público; onipresença da televisão”.

“País violento demais por causa das desigualdades, classe social e riqueza ligadas à cor da pele, população que não é politizada, que vive olhando demais outros modelos (USA para o poder econômico, Europa para os intelectuais)- país onde várias coisas ainda são possíveis, país novo, com riquezas que o povo não utiliza pra ele mesmo. Enorme ideário que lhe ajuda no mundo; ótima imagem que dá com sua música e suas paisagens...”.

“Porque as pessoas não me parecem curiosas, muitas só confiam no que a TV dá como informações e só gostam de saber sobre “faits divers” poucos importantes. Desigualdades importantes na maneira de se comportar; o comportamento colonial ainda existe; tem pessoas demais que não estão bem educadas nos bares, com os empregados...como se cada vez que uma pessoa pague ela tivesse o direito de não estar educada: ao mesmo tempo sentimento de medo; no Ônibus, perto de uma mulher ela vai

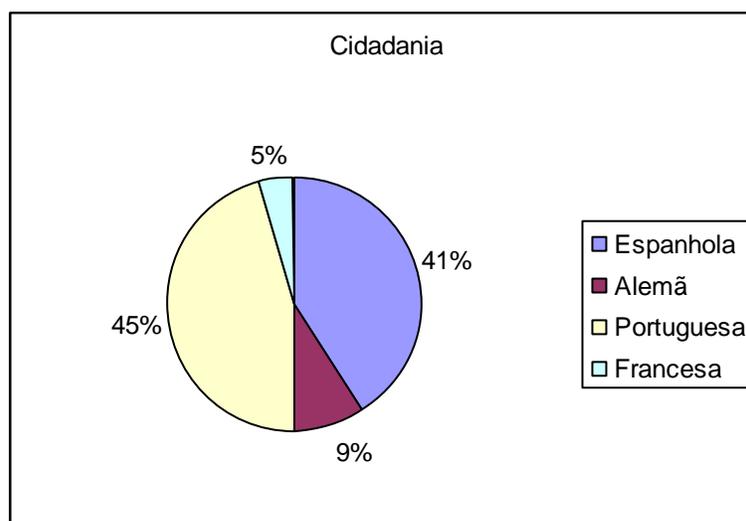
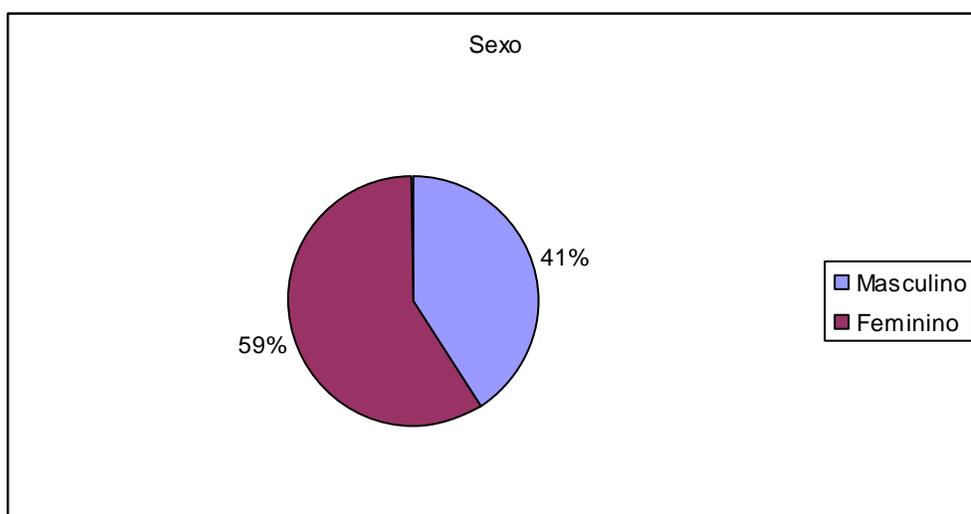
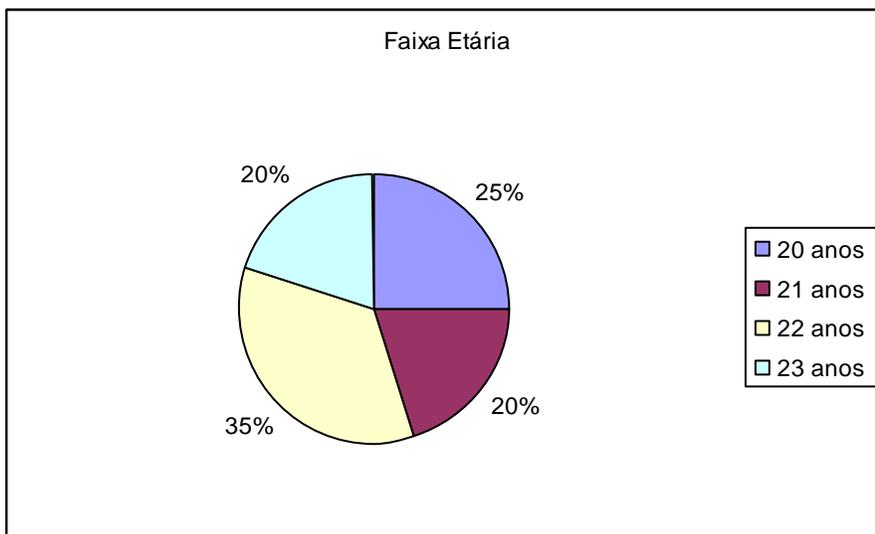
**olhar numa outra direção só pra não tentar de "ter pbs"...Muitas coisas possíveis porque a população esta com vontade de comprar e de fazer coisas, pois novas niches podem estar criadas”.**

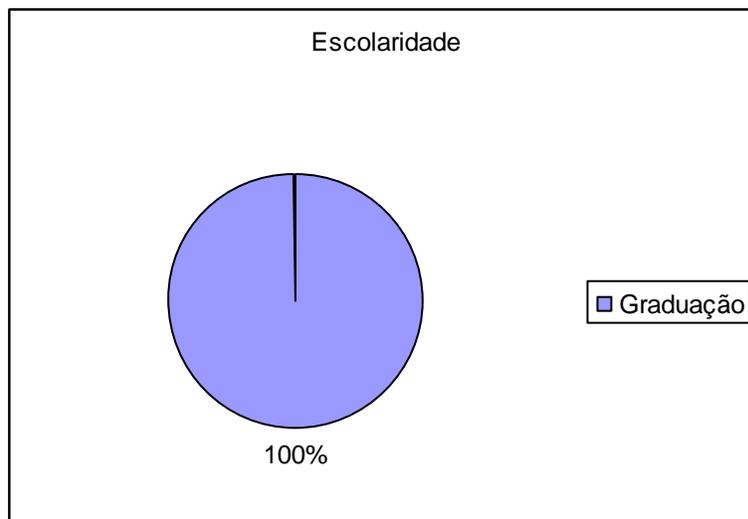
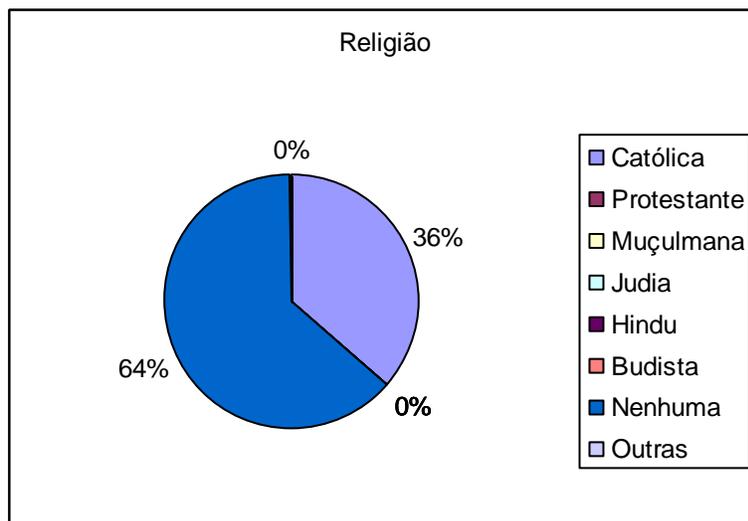
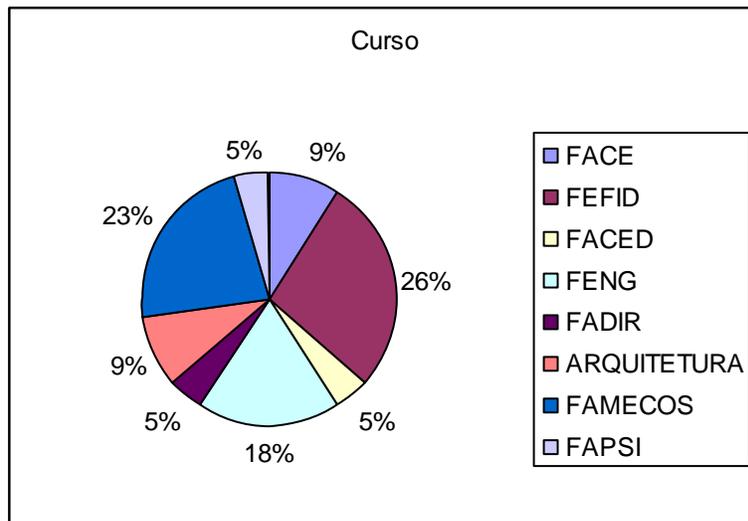
**“Aqui vejo nada do que se chama "muliculturalismo"; como se a gente de aqui fosse superior para não se considerar brasileira como as outras pessoas, como os mulatos, as pessoas negras o indígenas.. Eu vi aqui um racismo bem estranho e muitas pessoas criticam o nordeste e as regiões acima do eixo SP-RJ; a ideia do povo solidário e multicultural não existe”.**

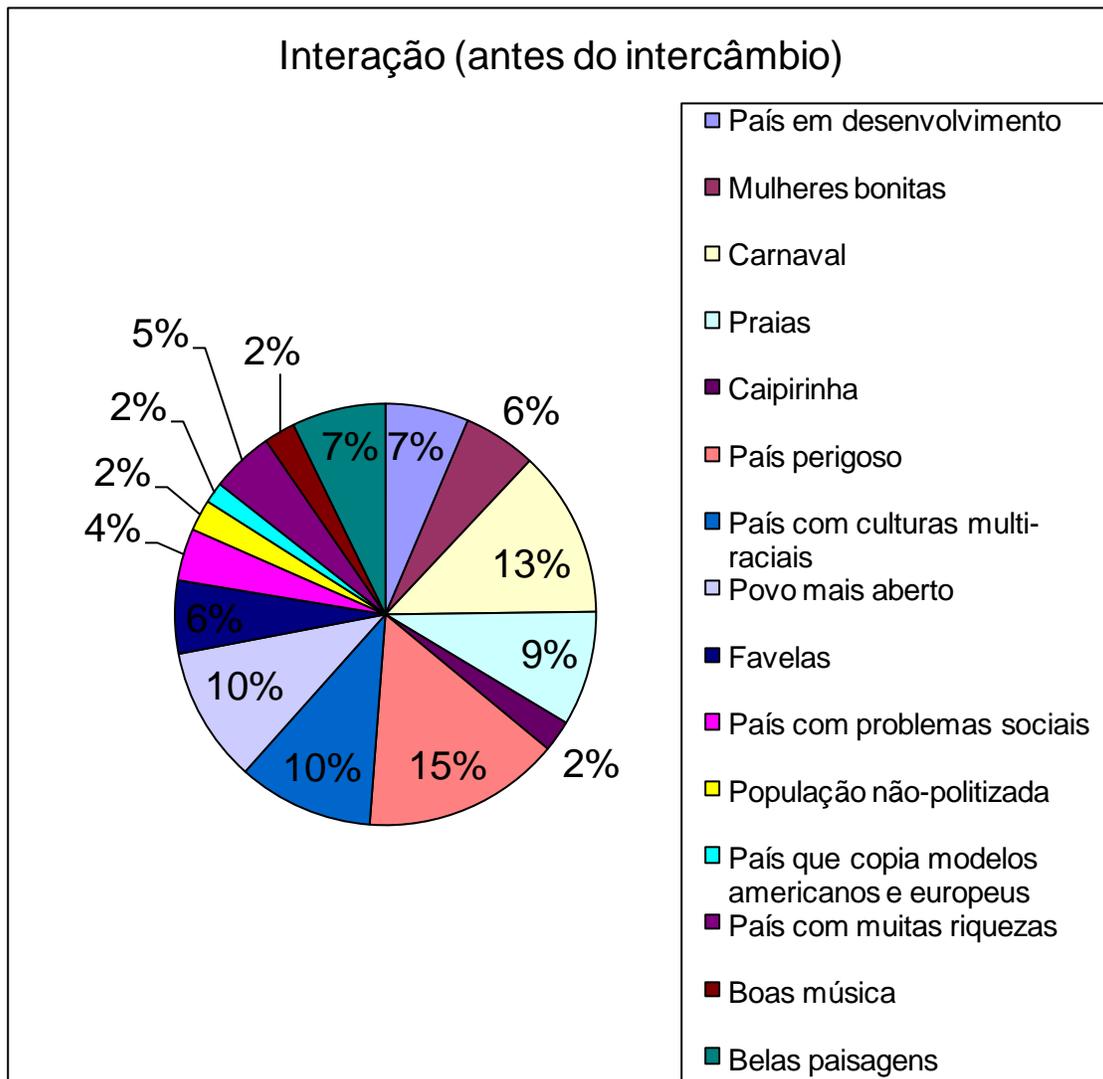
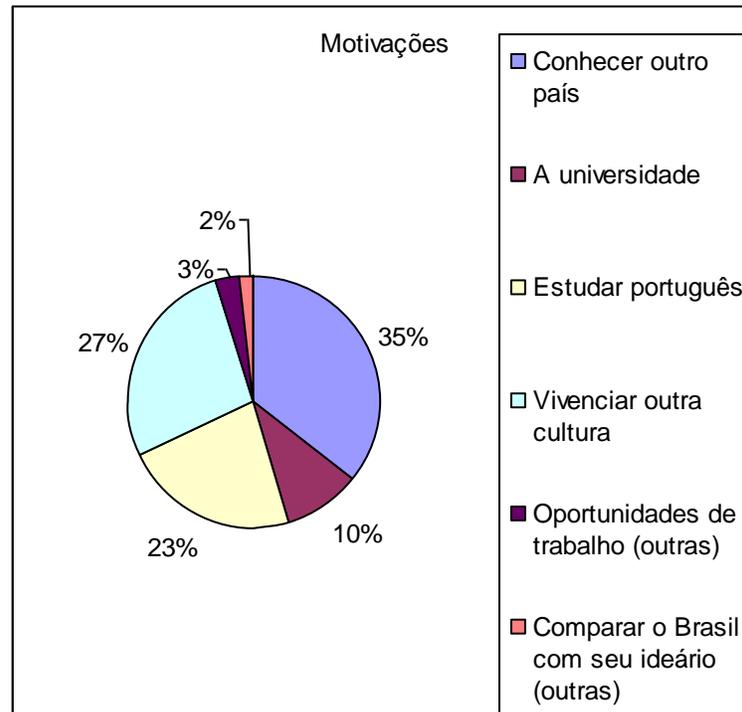
Finalizando o grupo focal, quando se trata da cultura brasileira e do comportamento brasileiro, no imaginário deles, os alunos de intercâmbio afirmam terem certas ideias que foram confirmadas ao chegar no país: **“Não me parece tão diferente do Brasil, mas são detalhes que fazem as diferencias; detalhes de olhar pessoas, de se vestir, de falar... Mas pra as coisas, mas importantes vejo que temos um ligado bem forte; é América LATINA mesma e temos as mesmas linguas, as mesmas religiões...”.**

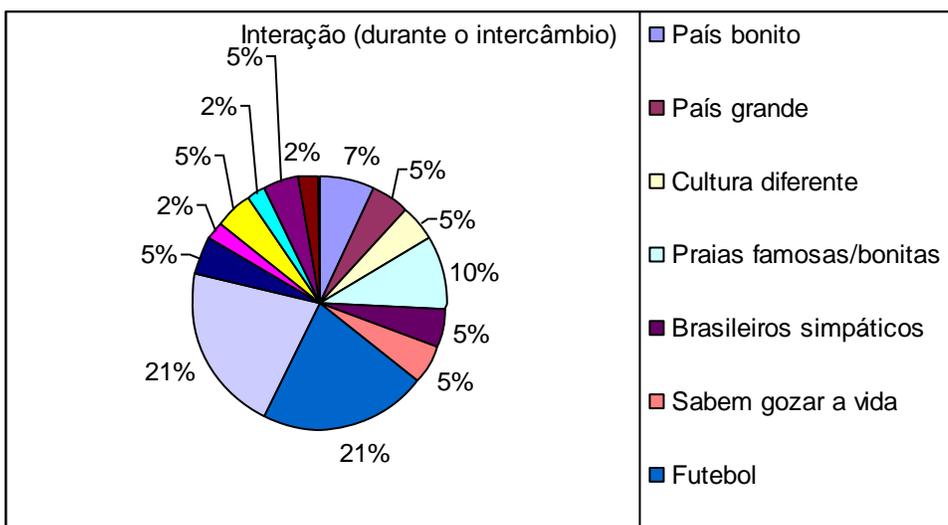
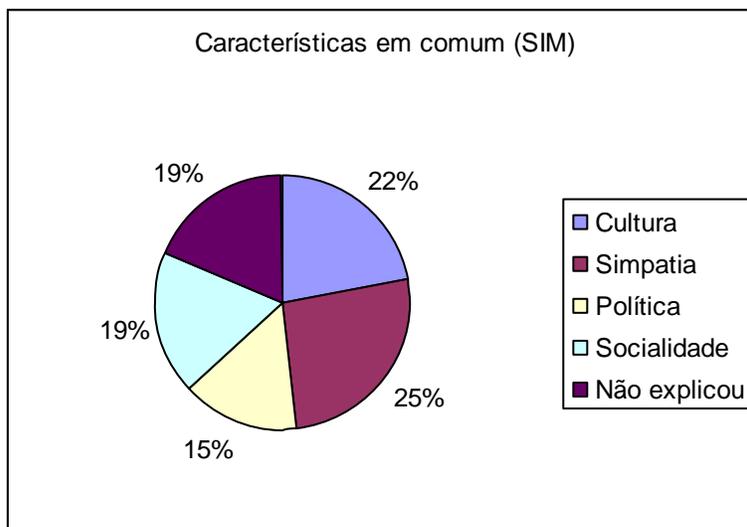
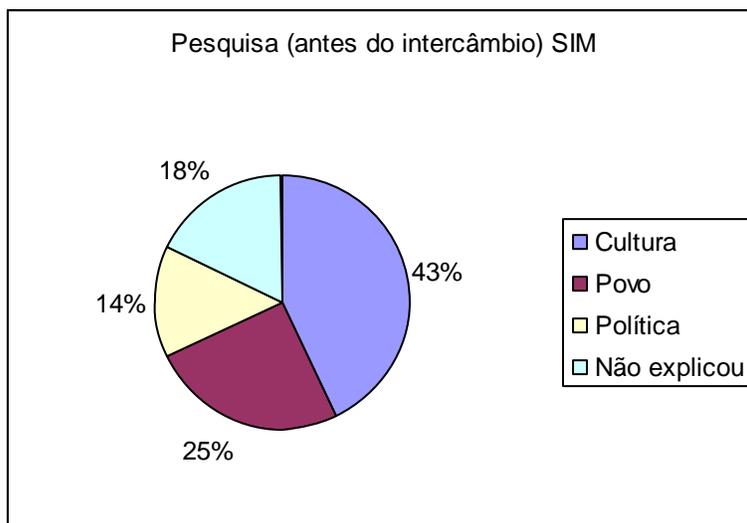
### **6.3.3.2 Questionário**

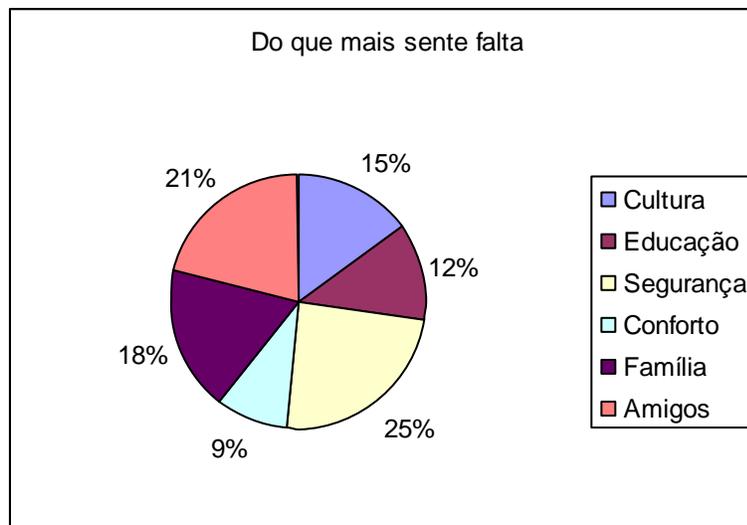
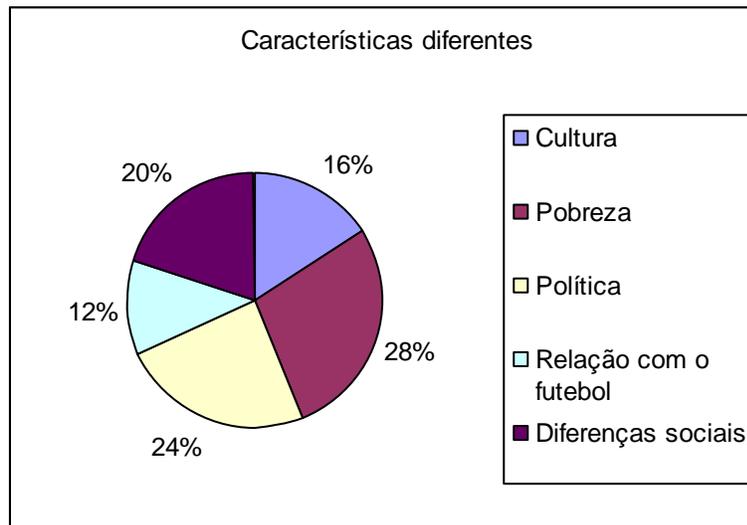
Como forma de ilustrar e facilitar a leitura do questionário (anexo II) aplicado aos intercambistas segue tabelas referentes às perguntas realizadas.











## CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Jamais aceitar qualquer coisa como verdadeira sem que ela seja evidentemente conhecida como tal e rejeitar como falsas todas aquelas em que podemos imaginar a menor dúvida”. (DESCARTES, *apud* LE BON, As opiniões e as crenças, 2002, p. 299).

O estereótipo é uma construção do imaginário social a partir do *habitus*, proveniente da cultura; do instinto, advindo da natureza e da percepção. É uma espécie de seleção natural que fazemos quando recebemos informação no cérebro.

Após reter uma experiência, para que a retenção desta seja „transformada’ em conhecimento, é necessário que contemplemos tal fato e revivamos em nossa mente as impressões acerca de tal experimentação. “O conhecimento não é obtido das máximas (...) mas por comparar ideias claras e distintas”. (LOCKE, 1999, p. 275).

Estereotipar nada mais é do que se familiarizar com dada realidade, de maneira factual e real ou distorcida. “... os argumentos da experiência se baseiam na semelhança que descobrimos entre os objetos (...) e pela qual somos induzidos a esperar efeitos similares (...). De causas que parecem *semelhantes* esperamos efeitos semelhantes”. (HUME, 1985, p. 40) (grifo do autor). Toda a crença acerca de uma questão legítima é proveniente de algum elemento presente à memória ou aos sentidos e de uma conjuntura semelhante entre ele e algum outro objeto. Conforme a hierarquização de valores culturais, os grupos sociais estabelecem seus domínios de relevância para tipificar o mundo.

Apesar de a sociedade contemporânea ter comunidades diferenciadas, há certa atitude de aceitação natural após a ambientação. Neste contexto, o estereótipo funciona como um plano de interpretação e de orientação. Eles são as formas de certificar que é viável lidar com as diversidades culturais que se apresentam no mundo.

O estereótipo tem origem inconsciente e é alheio à razão. (LE BON, 1999). Quando é verificada pela observação e pela experiência, torna-se um conhecimento. Complementando tal perspectiva, David Hume versa sobre o fato de o conhecimento ser gerado a partir da paixão. Os fatores internos das opiniões e das crenças são: o caráter, a necessidade, o interesse e as paixões. Seguidos dos fatores externos: a sugestão ou persuasão, a necessidade de explicações, os vocabulários, as fórmulas e as imagens, as ilusões e a necessidade. Além das formações de opiniões sob influências coletivas: meio, costume e grupos sociais.

Uma proposta encontrada nos autores contemporâneos que nos serviram nesta dissertação para delinear um conceito do estereótipo, é incentivar o olhar positivo às diferenças. É necessário levar em consideração algumas de suas propriedades: os estereótipos são socialmente compartilhados, geralmente utilizados para explicar as diferenças reais ou imaginárias entre grupos; surgem como meio de explicar e justificar as diferenças; é uma tendência típica do indivíduo; são gerados por sentimento de pertencimento sócio-cultural; por uma simplificação do mundo; caracterização típica, previsão e orientação, apontamento de tendências, características supervalorizadas e a tendência à confirmação da estereotipia.

Abordamos a cultura como um sustentáculo que contribui, influi, gera a altera estereótipos. “A fusão de estilos de vida culturalmente estranhos e geograficamente

isolados ganha um novo sentido (...), mas acaba por unir pessoas, (...), cujos destinos passam por caminhos diferentes, em torno de algo em comum”. (MARTINS, 2008, p. 104).

Embora as pessoas possuam maneiras diferenciadas de perceber a realidade, elas partilham de crenças comuns que estão vinculadas às suas culturas. “A vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente”. (BERGER, 1985, p. 35).

Os estereótipos são práticas diárias das respectivas culturas que alteram e influenciam o processo de construção da identidade. “A linguagem usada na vida cotidiana fornece continuamente as necessárias objetivações e determina a ordem em que estas adquirem sentido e na qual a vida cotidiana ganha significado”. (BERGER, 1985, p. 38).

A partir das categorias superordenadas, socialmente sobressalentes, os indivíduos organizam o mundo social. Em seguida, individualmente há uma categorização prototípica. “A realidade da vida cotidiana contém esquemas tipificadores em termos dos quais os outros são apreendidos, sendo estabelecidos os modos como „lidamos’ com eles nos encontros face a face”. (BERGER, 1985, p. 49). Entretanto, quando a informação for insuficiente, acontecem generalizações. “Não nos comunicamos do mesmo modo no norte e no sul, no oriente e no ocidente. Se as ferramentas são idênticas, os modelos culturais e sociais são diferentes”. (WOLTON, 2006, p. 17).

Os estereótipos podem ser úteis para que o indivíduo perceba possíveis incongruências com seu modo de perceber alguma situação ou cultura. “Todas estas tipificações afetam continuamente minha interação com o outro. (...). Os esquemas tipificadores que entram nas situações face a face são naturalmente recíprocos. O outro também me apreende de uma maneira tipificadora”. (BERGER, 1985, p. 49-50). O papel

principal do estereótipo é o de legitimar potencialidades sociais, e principalmente de uma cultura específica, de um grupo sobre o outro, ou de um indivíduo sobre outro.

Chega-se à conclusão de que todos os indivíduos possuem várias identidades que se sobrepõem. “... a identidade cultural dos povos torna-se uma espécie de chave-mestra que autoriza ou não a articulação de alianças estratégicas”. (WAINBERG, 2005, p. 279).

Os estereótipos têm uma dinâmica de autojustificação e autopetuação que leva os indivíduos a comportar-se de maneira correspondente à imagem estereotipada. Estereótipo é a matriz de opiniões com características de rigidez e homogeneidade. Ele postula as representações do conhecimento no indivíduo. Permite processos de inferências. Do ponto de vista cognitivo: é um esquema, produto da interação social. “... a proximidade física entre estranhos numa comunidade determinada (...) revelou esta surpreendente limitação dos humanos: os diferentes convivem com dificuldade (...) dificuldade que os seres humanos possuem em conviver com a diferença, em especial nos ambientes marcadamente multiculturais”. (WAINBERG, 2005, p. 280 e 294).

Estereótipo é o ato ou processo de conhecer que envolve atenção, percepção, memória, raciocínio, juízo, imaginação, pensamento e linguagem. É um processo pelo qual o ser humano interage com os seus semelhantes e com o meio em que vive. Refere-se à atividade de aquisição, organização e uso do conhecimento.

A informação, suas causas antecedentes e resultantes, subseqüentes, inicia-se na sensação humana, que, por sua vez, comporta dois enfoques: um, mais tradicional, compreende a visão, a audição, o tato, o paladar e o olfato; o outro, elaborado posteriormente, cujos sentidos, além dos anteriores, são o frio, o calor, a dor, a sinestesia e o equilíbrio (...) o ser humano percebe, somente, parte dos sinais que capta, e isso sucede em razão do processo seletivo da atenção. (SIMÕES, 2006, p. 45).

Os estereótipos simplificam o tratamento da informação social, permitindo gerar sentido ao ambiente social. Os estereótipos são percepções utilizadas automaticamente, sem que o indivíduo tenha consciência ou intenção.

O que dá forma à minha própria identidade não é só a maneira pela qual, reflexivamente, eu me defino (ou tento me definir) em relação à imagem que outrem me envia de mim mesmo; é também a maneira pela qual, transitivamente, objetivo a alteridade do outro atribuindo um conteúdo específico à diferença que me separa dele. Cada cultura se desenvolve em contato e trocas com outras culturas. “A vida cotidiana é, sobretudo, a vida com a linguagem, e por meio dela, de que participo com meus semelhantes. A compreensão da linguagem é por isso essencial para minha compreensão da realidade da vida cotidiana”. (BERGER, 1985, p. 57). O estereótipo é construído de modo aperceptivo na síntese de diferentes perspectivas das quais o objeto é de fato visto ou posteriormente lembrado de maneira tipificada.

O sentido nunca é dado. Jamais ele „está’ aí ou ali, de antemão, nem escondido sob as coisas visíveis, nem mesmo instalado nas unidades constituídas no quadro de tal sistema de signos ou de algum outro código sociocultural particular. Em vez disso, ele se constrói, se define e se apreende apenas “em situação” – no ato – isto é, na singularidade das circunstâncias próprias a cada encontro específico entre o mundo e um sujeito dado, ou entre determinados sujeitos.

É do triângulo infernal ao triângulo da coabitação do Wolton que concluímos a teoria desta dissertação. O estereótipo não deveria ser responsável pelos atos dos indivíduos. Ele não é a encarnação do bem, tampouco a do mal. O estereótipo será o que se fizer dele.

Conforme visto, foram realizadas entrevistas, questionários e grupos focais com os alunos de intercâmbio PMA – Programa de Mobilidade Acadêmica, 2009.2, além de analisar as cartas de intenção dos mesmos antes de vir ao Brasil. O resultado legitima toda teoria apresentada.

O Programa Erasmus, um dos mais conhecidos programas na Europa, existe como forma de intercâmbio cultural entre alunos de graduação das universidades. Este tipo de Mobilidade Acadêmica significa European Action Scheme for the Mobility of University Students – ERASMUS. Metaforicamente associa-se esta sigla em homenagem ao filósofo holandês Erasmus de Rotterdam, que viveu em vários lugares da Europa para expandir seu conhecimento e adquirir novos.

Utilizamos duas técnicas de pesquisa para realizar a análise dos alunos de intercâmbio da PUCRS que vem para estudar no Brasil, aqui denominados de alunos *„incoming exchange students’*. A primeira forma de análise dos alunos foi uma análise do discurso. Para tanto, fizemos uso de um corpus documental composto de cartas escritas pelos estudantes de intercâmbio antes de chegarem ao Brasil.

A segunda técnica fez uso dos dados coletados em reuniões de grupos focais com integrantes destes grupos de alunos intercambistas. O roteiro destas reuniões está no anexo I, bem como o questionário aplicado aos alunos de intercâmbio individualmente (anexo II).

O grupo focal é uma técnica de avaliação que oferece informações qualitativas. (...). Os grupos são formados com participantes que têm características em comum e são incentivados pelo moderador a conversarem entre si, trocando experiências e interagindo sobre suas ideias, sentimentos, valores, dificuldades, etc. O papel do moderador é promover a participação de todos, evitar a dispersão dos objetivos da discussão e a monopolização de alguns participantes sobre outros. (GRUPO, 2009).

Pode-se dizer que o estereótipo frente ao diferente encontra força na ação conjunta de três fatores. Em primeiro lugar, está a característica de necessidade de simplificar a realidade. Um segundo fator é a necessidade de pertencimento a um lugar que faz com que o indivíduo tenha uma identidade, reconheça seu similar, mas que tenha aversão ao outro ou o observe como exótico, mesmo que inconscientemente. Em terceiro lugar estão as razões de tipo histórico e social que definem a posição e funções de cada grupo humano em um nível global. As características nacionais imaginadas, na ausência de informações consistentes, funcionam como instrumento de previsão e orientação. Conforme nossas experiências vão acontecendo, o conhecimento modifica e transforma nossas concepções.

A relevância motivacional é estabelecida pelos interesses da pessoa. No caso dos alunos de intercâmbio, isso se manifesta na motivação de realizar trocas culturais, conhecer outro país, outra língua. Cabe assinalar que os interesses dominantes dos intercambistas são parecidos neste período, dada a situação que se encontram.

Essa relevância motivacional, que tem como premissa elementos já conhecidos – emerge da situação comum dos estudantes, ou seja, eles são obrigados a prestarem atenção ao novo ambiente de modo a compreendê-lo; ou ainda, como consequência de tais elementos aparecerem espontaneamente de sua vida „volitiva’ (de vontade, do dia a dia): o indivíduo – no caso da dissertação, o aluno de intercâmbio – sente-se livre para decidir a motivação conforme seus desejos e intentos.

O conhecimento do novo ambiente – para ele, heterogêneo, parcial, e contraditório – serve como forma de interpretar as vivências no país estrangeiro, o Brasil. Os estrangeiros sentem um choque quanto à forma de pensar sobre o que é inadequado fora do seu agrupamento. Como diz Correia (2005, p. 55) “... o comportamento dos outros pode ser tipificado de acordo com padrões de normalidade, a qual, todavia, deve ser baseada em

contextos funcionais de outras subjetividades”. Normalidade aí está colocada como uma congruência em relação ao comportamento de outros. As referências são associativas conforme a cultura.

Em seguida, no entanto, ambientando-se com o novo agrupamento e se inserindo, o padrão cultural antes estranho passa a fazer parte de sua vida ganhando um caráter de normalidade. “Sua distância transforma-se em proximidade; as molduras vazias são preenchidas com experiências „vivas”; os conteúdos anônimos transformam-se em situações sociais definidas; as tipologias ready-made desintegram-se”. (SCHUTZ, 1979, p. 88).

Um último meio tipificador, conforme vimos em Schutz, os movimentos corporais que ele divide entre: propositais, expressivos e miméticos, são norteados pela experiência e percebidos através da cultura - *habitus*. Os primeiros movimentos, propositais, referem-se a gestos (balançar a cabeça em sinal de aprovação ou negação, apontar, acenar, conversar). Já os movimentos expressivos, são exteriorizações de experiências internas, inicialmente sem intenção proposital; a distinção dos movimentos nos sentidos de tempo e espaço, ou seja, se os gestos são curtos ou longos, altos ou baixos, largos ou estreitos, auxiliando na decodificação dos sentidos que os gestos expressaram – esta questão altamente cultural é extremamente tipificadora e estereotipada, determinadas culturas são rotuladas como sendo mais expansivas em relação aos seus gestos que são mais explícitos e largos por exemplo. E o último movimento, o gesto mimético, como o próprio nome sugere, imita ou representa ações do outro com quem o indivíduo se identifica – podemos observar tal comportamento com a reprodução de gestos passados pelo *habitus*. Comportamo-nos de maneira semelhante aos nossos pares.

O caráter seletivo da atividade consciente, que é função da atenção, manifesta-se igualmente na nossa percepção, nos processos motores e no pensamento. Se não houvesse essa seletividade, a quantidade de informação não selecionada seria tão desorganizada e grande que nenhuma atividade se tornaria possível. Se não houvesse inibição de todas as associações que afloram descontroladamente, seria inacessível o pensamento organizado, voltado para a solução dos problemas colocados diante do homem. (LURIA, 1979, p. 01-02).

A polissemia, presente em muitas palavras, também é um fator confirmado na problemática entre brasileiros e estrangeiros num processo de intercâmbio. Pois, como visto, para compreender a fala de outrem não basta entender as suas palavras – temos que compreender o seu pensamento. Variações no contexto implicam variações no sentido. Mas nem mesmo isso é suficiente – também é preciso que conheçamos a sua motivação. O sentido não é o mesmo para diferentes sujeitos na mesma situação; a palavra é sempre carregada de conteúdo e sentido ideológico e vivencial.

A decodificação da comunicação exige antes de tudo que se proceda à seleção semântica dentre os muitos significados da palavra empregada em dado texto. Um dos fatores que permite fazer a escolha do sentido adequado da palavra é a entonação com a qual tal palavra é pronunciada. Outro fator que determina a escolha do sentido adequado da palavra é o contexto. O processo de escolha correta do sentido de uma palavra pode encontrar uma série de dificuldades que devem ser levadas em conta.

A primeira dessas dificuldades, que se manifesta com clareza especial no estudo de uma língua estrangeira e na assimilação de um novo objeto, é a falta de conhecimento do léxico. O segundo obstáculo à escolha correta do significado da palavra entre as possíveis alternativas é o predomínio do pensamento figurado-direto, que torna um dos significados mais concretos da palavra o mais provável. Nossos sentidos, familiarizados com os objetos

sensíveis particulares (sinestesia), levam para a mente várias e distintas percepções das coisas, segundo os vários meios pelos quais aqueles objetos os impressionaram.

Apesar de a comunicação intercultural ter esses tipos de entraves, por outro lado, as interações acontecem entre pessoas e grupos que partilham coisas em comum.

A tabela criada como resultante de todas as teorias sobre conhecimento, tipificação e estereótipo, confirma todas as proposições quanto à pesquisa empírica. No entanto, algumas das palavras-chave apresentam maior destaque, conforme veremos abaixo:

<b>O que é:</b>
<b>Categorização</b> , Crença, <b>Generalização</b> , <b>Hierarquização</b> , Impressão rígida, Julgamento, Juízo de valor, Pré-julgamento, Projeção, Rotulação, <b>Simplificação</b> , <b>Tipificação</b> .
<b>Como se forma:</b>
Ambiguidade, <b>Analogia</b> , Assimilação, Auto-explicação, <b>Categorização</b> , Causa e efeito Cognição, Costume, Contiguidade, Conclusões, Crença, Decodificação, Estandarização, <b>Estranheza</b> , Estratificações, Experiência, <b>Generalização</b> , <b>Habitus</b> , Herança (cultural e genética), <b>Hierarquização</b> , <b>Hipóteses</b> , <b>Ideias</b> , <b>Imaginação</b> , Impressões, <b>Incertezas</b> , Incompreensão, Incongruência, Instabilidade, Instinto, <b>Interpretação</b> , Intolerância, Julgamento, Memória, <b>Mitos</b> , Motivação, Observação, Paixão, Pensamento, Percepção, <b>Pertença</b> , <b>Polissemia</b> , Proposições, Raciocínio, Recordação, Reflexão, Relevâncias, <b>Replicação</b> , Seleção, Semelhança, Sensações, <b>Simplificação</b> , Simulação, Sinestesia, <b>Subjetividades</b> , <b>Tipificações</b> , Vontade.
<b>O que gera:</b>
<b>Automatização</b> , Autovalorização, <b>Caracterização</b> , <b>Confirmação</b> , <b>Contradição</b> , Distanciamento, Discriminação, Distorção, Extremismo, Guetos (voluntários ou involuntários), Hostilidade, Ignorância, Intolerância, Isolamento, <b>Justificação</b> , <b>Limitação</b> , Opressão, Preconceito, <b>Previsão</b> , Racismo, Segregação, Supra ou supervalorização, <b>Tendências</b> , Ubiquidade, <b>Uniformização</b> , Universalização, Valoração, Xenofobia.
<b>Formas de coabitação:</b>
Adaptação, Assimilação, Conhecimento, Compreensão, Experiência, Fusão, Interação, Interpretação, Modificação/transformação das concepções, Pluralismo, Vontade de alterar ideias.

Uma das muitas classificações da cultura são aquelas tidas como culturas ADC (Altamente Dependentes de Contexto) – no caso da dissertação, nossos representantes deste

tipo de cultura foram os chineses. E culturas LDC (Levemente Dependentes de Contexto) – para nós os espanhóis, portugueses, alemães e francesas. As culturas ADC, conforme teoria confirmada depende de contextos sociais de todas as espécies e tomam decisões em grupo, as informações são dadas nas entrelinhas, as declarações podem não ser tão claras e explícitas. Na pesquisa empírica, os representantes da cultura oriental usaram muita figura de linguagem e silêncio: muita formalidade e protocolo.

Já nas culturas LDC nem sempre as questões sociais interferem no dia a dia ou nas decisões. Estas podem ser tomadas individualmente. A comunicação não-verbal é importante, mas a verbal é a maneira principal de comunicação nas negociações, levando em consideração o tom de voz, o vocabulário e expressões utilizadas, e a articulação e pronúncia das palavras. A comunicação é menos informalizada.

Também referente ao grau de observância (ADC/LDC), as metafunções da linguagem são instrumentalizadas de modo diferente dependendo da cultura.

“... o homem não pode escapar à apreensão da sua própria cultura, a qual mergulha até as raízes do seu sistema nervoso, modelando a sua percepção do mundo. A cultura é, na sua maior parte, uma realidade oculta, que escapa ao nosso controle e constitui a trama da existência humana. E mesmo quando certas áreas da cultura afloram a consciência, é difícil modificá-las, não só porque se encontram intimamente integradas na experiência individual, mas, sobretudo *porque* nos é impossível ter qualquer comportamento significativo em passarmos pela mediação da cultura”. (HALL, 1986, p. 213) (grifo do autor).

Verificamos, assim na presente dissertação, que a teoria foi confirmada na pesquisa prática em muitos momentos. Em relação a comportamentos culturais, ao fato de cada cultura ter seu *imprinting cultural* específico, além de outras possibilidades que contribuem e influenciam o estereótipo, tais como: *habitus*, percepção, predisposição, perfil pessoal e coletivo.

## REFERÊNCIAS

BACON, Francis. **Novum Organum ou Verdadeiras Indicações Acerca da Interpretação da Natureza e Nova Atlântida**. Ed. Nova Cultural: São Paulo, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **A arte da vida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

\_\_\_\_\_. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BERGER, Peter L. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 7. Ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BOFF, Leonardo. **A águia e a galinha**. Petrópolis, Vozes, 1997.

CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. São Paulo: EDUSC, 1999.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Lisboa: DIFEL, 1991.

FISCHER, Heinz-Dietrich, John Calhoun Merrill (orgs.). **Comunicação Internacional: Meios, canais, funções**. 1. Ed. São Paulo: Cultrix, 1980.

FREUD, Sigmund. **O Mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

**GRUPO focal.** Disponível em: <<http://www.fae.ufmg.br/escplural/grupofocal.htm>>. Acesso em: 01 abril 2009,11h.

HALL, Edward T. **A dimensão oculta.** Lisboa: Relógio d'Água, 1986.

HUME, David. **Investigação sobre o entendimento humano.** Rio de Janeiro: 70, 1985.

LARRY A, Samovar and Richard E. Porter. **Approaching Intercultural Communication. In: Intercultural Communication: A Reader.** EUA, 1988.

LE BON, Gustave. **As opiniões e as crenças.** Edição Ridendo Castigat Mores, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2008.

LOCKE, John. **Ensaio sobre o entendimento humano.** Lisboa: FCG, 1999.

\_\_\_\_\_. **Ensaio sobre o entendimento humano.** Lisboa: FCG, 1973.

LURIA, Alexander Romanovich. **Curso de psicologia geral.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. Volume 2: Sensações e percepção.

\_\_\_\_\_. **Curso de psicologia geral.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. Volume 3: Atenção e memória.

\_\_\_\_\_. **Curso de psicologia geral.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979. Volume 4: Linguagem e pensamento.

MARTINELLI, Dante P.; Ventura, Carla A. A.; Machado, Juliano R. **Negociação Internacional.** Ed. Atlas. São Paulo, 2004.

MARTINS, Francisco Menezes. **Impressões digitais: Cibercultura, comunicação e pensamento contemporâneo**. Porto Alegre, Sulinas, 2008.

MATURANA, Humberto R. **A árvore do conhecimento: as bases biológicas do entendimento humano**. 3. ed. São Paulo : Palas Athena, 2001.

MAZZARA, Bruno M. **Estereotipos y Prejuicios**. Acento Editorial, Madrid, 1999.

MIRANDA, Orlando de. (org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

MORIN, Edgar. **O método**. 3. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **O método 4**. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **O método 5**. Ed. Madrid: Cátedra, 1986.

\_\_\_\_\_. **Terra-pátria**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

ORTIZ, 2003. **Aplicación de la regla de mezcla de wong-sandler en sistemas formados por aceites esenciales YCO2 supercrítico**. In: Revista da Sociedade Química. Peru, 2003, 69. N°3. (143-154).

RODRIGUES, José Carlos. **Antropologia e Comunicação: princípios radicais**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1989.

SARTI, Cynthia Andersen. **A família como espelho: um estudo sobre a moral dos pobres**. 2. Ed.rev. São Paulo: Cortez, 2003.

SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais: textos escolhidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SEBBEN, Andréa. **Intercâmbio Cultural: Para aprender e se apaixonar**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.

SIMÕES, Roberto Porto. **Informação, inteligência e utopia: contribuições à teoria de relações públicas**. São Paulo: Summus, 2006.

SILVESTRE, Carmina. **Seminário: ‘Semiótica Social: Da teoria à prática’**. Porto Alegre, 26, 27 e 28 de agosto de 2009. PUCRS.

STALLIVIERI, Luciane. **Estratégias de Internacionalização das Universidades Brasileiras**. Caxias do Sul: Educs, 2004.

TZU, Sun. **A Arte da Guerra**. Porto Alegre: L&PM, 2000.

WAINBERG, Jacques Alkalai. **Comunicação internacional e intercultural: a luta pelo imaginário social, o temor à segregação e o caso do terrorismo**. Revista Civitas, Porto Alegre, v.5, n.2, p. 275-295, 2005.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão**. 1996.

\_\_\_\_\_. **Internet e depois?**. 203.

\_\_\_\_\_. **Seminário: ‘Comunicação, modernização e tecnologia’**. Porto Alegre, 21 e 22 de agosto de 2008. PUCRS.

**BIBLIOGRAFIA**

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La Comunicación Intercultural**. Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial, 1999.

ASANTE, Molefi Kete and William B. Gudykunst. **Handbook of International and Intercultural Communication**. London : Sage, 1989.

ALCOFORADO, Fernando. **Globalização**. 1. Ed. São Paulo: Nobel, 1999.

BARROSO, João Rodrigues; Strathern, Andrew. **Globalização e identidade nacional**. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: A busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **Globalização: As consequências humanas**. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

\_\_\_\_\_. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. Ed. Brasiliense, 1983.

\_\_\_\_\_. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminaras 2003.

\_\_\_\_\_. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

\_\_\_\_\_. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

CARMO, Erinaldo Ferreira do; Andrade Neto, Mario Queiros de. **Cidadãos do mundo: Os novos paradigmas da cidadania global**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2003.

CROIZET, Jean-Claude and Gérard Després, Marie-Eve Gauzins, Pascal Huguet, Jacques-Philippe Leyens, Alain Méot. **Stereotype Threat Undermines Intellectual Performance by Triggering a Disruptive Mental Load**. *Personality and Social Psychology Bulletin*, Volume 30, Number 6 (June 01, 2004), p. 721-731. Disponível em: <<http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?ArticleID=u8ecv70b4lfkq1ma95nw>>. Acesso em: 14 abril 2009, 14h.

**DISRUPTIVE mental load**. *Personality and Social Psychology Bulletin*, volume 30, number 6 (June 01, 2004), p. 721-731. Disponível em: <<http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?ArticleID=u8ecv70b4lfkq1ma95nw>>. Acesso em: 14 abril 2009, 14h.

**DIVERSIDADE cultural**. Disponível em: <<http://www.unesco.org.br/areas/cultura>>. Acesso em: 16 ago. 2006, 09h03.

**ESTEREÓTIPO**. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>>. Acesso em: 10 jun. 2006, 13h21.

FADIMAN, James. **Teorias da personalidade**. São Paulo: Harbra, 1986.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FINKIELKRAUT, Alain. **A derrota do pensamento**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

FISKE, Susan T. **Stereotyping, prejudice and discrimination at the seam between the centuries: evolution, culture, mind and brain**. *European Journal of Social Psychology*, Volume 30, Number 3 (May 2000), p. 299-322. Disponível em: <http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?ArticleID=pad914mmbjdlm87ynacx>. Acesso em: 14 abril 2009, 13h.

GUERRA, Paula Bierrenbach de Castro. **Psicologia Social dos Estereótipos**. PSICO-USF, v. 7, N. 2, p. 239-240, jul./dez. 2002.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

**GRUPO focal**. Disponível em: <<http://www.fae.ufmg.br/escplural/grupofocal.htm>>. Acesso em: 01 abril 2009,11h.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

\_\_\_\_\_. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte/Brasília, Humanitás, 2003.

HALLIDAY, M. A. K.. **Construing experience through meaning: a language-based approach to cognition**. London: Continuum, 1999.

HUNTINGTON, Samuel P. **O choque de civilizações e a recomposição da ordem mundial**. Rio de Janeiro, Ed. Objetiva, 1997.

IANNI, Octávio. **A era do globalismo**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

KRUEGER, Joachim I. and Julie F. Hasman, Melissa Acevedo, Paola Villano. **Perceptions of Trait Typicality In Gender Stereotypes: Examining the Role of Attribution and Categorization Processes**. Personality and Social Psychology Bulletin, Volume 29, Number 1 (January 01, 2003), p. 108-116. Disponível em: <<http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?ArticleID=84r2nv48ll2e53ddpylk>>. Acesso em: 14 abril 2009, 14h10.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um conceito antropológico**. 19. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

LARRY A, Samovar and Richard E. Porter. **Approaching intercultural communication. In: Intercultural Communication: A Reader.** EUA, 1988.

LEWIS, Richard D. **When cultures collide: leading across cultures.** 3. Ed. Boston: Nicholas Brealey, 2006.

LURIA, Alexander Romanovich. **Fundamentos de Neuropsicologia.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.

MATURANA, Humberto. **Cognição, ciência e vida cotidiana.** Belo Horizonte: UFMG, 2006.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação.** 1. Ed. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

MERLIN, Donald. **Origens do pensamento moderno.** Lisboa: FCG, 1999.

MICHALET, Charles Albert. **O que é a mundialização: pequeno tratado para uso dos que ainda não sabem se devem ser a favor ou contra.** São Paulo: Loyola, 2002.

MORLEY, David. **Belongings: place, space and identity in a mediated world.** European Journal of Cultural Studies 4(4): 2001, p.425-448.

MORAES, Denis de (org). **Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização, cultura e poder.** Ed. Record, Rio de Janeiro; São Paulo, 2003.

**NEGOCIAÇÃO internacional: aspectos comportamentais e culturais.** Disponível em: <<http://www.institutomvc.com.br>>. Acesso em: 23 set. 2006, 20h31.

**NEGOCIANDO em países estrangeiros, três regras básicas.** Disponível em: <<http://www.institutomvc.com.br>>. Acesso em: 23 set. 2006, 20h37.

**O CHOQUE de culturas.** Revista Veja. [s.l], v. 39, p. 64-70, 8 de fev. de 2006.

OLIVEIRA, Flavia Arlanch Martins De. **Globalização, regionalização e nacionalismo**. 1. Ed. São Paulo: UNESP, 1999.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling; Pinho, José Benedito (Orgs). **Comunicação e multiculturalismo**. São Paulo: INTERCOM, 2000.

RYDGREN, Jens. **The Logic of Xenophobia**, 2004. Personality and Social Psychology Bulletin, Volume 30, Number 2 (February 02, 2003), p. 76-89. Disponível em: <<http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?ArticleID=84r2nv48ll2e53ddpylk>>. Acesso em: 20 abril 2009, 16h10.

ROCHMAN, Alexandre Ratner. **Globalização: uma introdução**. Ed. desatino. São Paulo, 2003.

SANTANA, Cleuciliz Magalhães. **A Globalização: as origens, evolução e os reflexos do fenômeno que tem influência em todo o planeta**. 1. Ed. Manaus: Valer, 1999.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 12. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

SEMPRINI, Andrea. **Multiculturalismo**. 1. Ed. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política**. 1. ed. Porto alegre: Sagra, 1987.

SMITH, A. **Para uma Cultura Global In: Featherstone, M., Cultura Global: Nacionalismo, Globalização e Modernidade**, Petrópolis, Vozes, 1990.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Ed. Vozes, Petrópolis, 2001.

VELHO, Gilberto. **Desvio e divergência. Uma crítica da patologia social**. 1985.

## ANEXO I

### Procedimentos do „Grupo Focal’

1. Discuta com os alunos como as pessoas costumam rotular e categorizar os brasileiros quando os descrevem e como estes rótulos podem basear-se em características como a roupa, a aparência, a forma como a pessoa fala ou os grupos a que se pertence.

2. Peça à turma para citarem as diferenças culturais entre os brasileiros e sua cultura, além das igualdades culturais.

3. Conclua com uma discussão, perguntando aos alunos o seguinte:

Como é que eles se sentem perante os estereótipos encontrados?

O que é que acha sobre a lista de estereótipos?

Onde é que viram estes estereótipos? Em programas de televisão, filmes, revistas, livros?

O que acha de alguém poder causar uma injustiça a outra pessoa por causa de um estereótipo?

4. Dê ao grupo folhas de papel. Peça-lhes que façam uma lista de tantos estereótipos quantos são normalmente usados para descrever as categorias brasileiras. Sublinhe que os alunos devem escrever os estereótipos que costumavam ter antes de vir para o Brasil e após a chegada. Os estereótipos se confirmaram?

5. Quando terminarem, troque as folhas com outros alunos, para que cada um trabalhe numa nova folha. Isso permite ir enriquecendo a lista de adjetivos. Vá trocando as folhas até que cada um tenha trabalhado em todas as folhas.

6. Peça aos alunos para falarem de uma experiência pessoal de um comportamento preconceituoso. Eles podem partilhar uma experiência em que foram vítimas de um comportamento preconceituoso ou em que testemunharam essa tendência.

**ANEXO II****QUESTIONÁRIO****1. Perfil****1.1 FAIXA ETÁRIA**

Idade: \_\_\_\_\_

**1.2 SEXO** Masculino  Feminino**1.3 ESCOLARIDADE** Técnico  Graduação  Pós-Graduação  Professor**1.4 CIDADANIA** Brasileira  \_\_\_\_\_.**1.5 ATIVIDADE PROFISSIONAL/CURSO** \_\_\_\_\_.**1.6 RELIGIÃO** Católica  Protestante  Muçulmana  Ortodoxa  Judia  Hindu  Budista   
Nenhuma  Outra \_\_\_\_\_.**2. Motivações****2.1 MOTIVO(S) PELO(S) QUAL (AIS) REALIZOU INTERCÂMBIO** Conhecer outro país  A universidade  Estudar português  Vivenciar outra cultura  
 \_\_\_\_\_.**3. Interação****3.1 QUAIS SUAS IMPRESSÕES SOBRE O BRASIL ANTES DE REALIZAR O INTERCÂMBIO?****3.2 ESTAS IMPRESSÕES SE CONFIRMARAM APÓS CHEGAR AO PAÍS?** Sim  Não

Por quê?

**3.3 VOCÊ ESTUDOU OU PESQUISOU SOBRE O BRASIL ANTES DE VIR?** Sim  Não

Estas informações se confirmaram?

Sim  Não

Por quê?

3.4 HÁ CARACTERÍSTICAS BRASILEIRAS EM COMUM COM O SEU PAÍS?

Sim  Não

Quais?

3.5 HÁ CARACTERÍSTICAS BRASILEIRAS DIFERENTES DAS EXISTENTES NO SEU PAÍS?

Sim  Não

Quais?

3.6 DO QUE SENTE MAIS FALTA NO SEU PAÍS

Da comida  Do povo  Do clima  Da língua  Da cultura  Do silêncio  Da forma de interação entre as pessoas  Outros