



Sílvia Santos Vieira

**Importância e Ensino das Línguas
Estrangeiras nas Empresas - Um Estudo**



Sílvia Santos Vieira

Importância e Ensino das Línguas Estrangeiras nas Empresas – Um Estudo

Relatório de Estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários com vista à obtenção do grau de Mestre em Línguas e Relações Empresariais, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Aline Salgueiro Seabra Ferreira, Professora Associada do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

O júri

PRESIDENTE

PROF. DOUTORA SUSAN JEAN HOWCROFT

Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Vogais

PROF. DOUTORA MARIA ALINE SALGUEIRO SEABRA FERREIRA

Professora Associada da Universidade de Aveiro (orientadora)

LICENCIADA ROSA DO CÉU RAMOS AMORIM

Directora Pedagógica da Royal School of Languages de Aveiro, reconhecida como Especialista pela Universidade de Aveiro (arguente)

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço, de uma forma geral, a todos os professores que me foram acompanhando ao longo do meu percurso académico e que, de certa forma, contribuíram para a minha formação. Em segundo lugar, agradeço à minha coordenadora Prof^ª Maria Aline Salgueiro Seabra Ferreira, pelas suas preciosas orientações, ao longo da realização do relatório de estágio.

Agradeço, também, à Dr.^ª Rosa do Céu e, ao seu filho, Rui Amorim, pela forma como me acolheram na Royal School of Languages e também pelas orientações importantes que me deram para a realização do presente relatório. Não menos importante, agradeço à Sónia Silva e ao Prof. Gabriel Barroso, que me foram sempre ajudando ao longo do estágio na RSL.

Por último, agradeço aos meus pais, avó e amigos, pelo incomparável apoio nas decisões que fui tomando ao longo da minha formação académica.

Especialmente, agradeço ao meu irmão pelos conselhos e orientações ao longo da minha formação – assim como na realização deste relatório - e, ainda, ao meu namorado pelo incondicional apoio e paciência, que têm demonstrado ao longo deste processo.

Palavras-chave

Ensino, línguas, multilinguismo, cultura, negócios, certificação, cursos, barreiras culturais, barreiras linguísticas, empresas, competitividade

Resumo

O presente relatório de estágio propõe-se a partilhar a minha experiência na Royal School of Languages e, também, a divulgar esta instituição, que me acolheu durante 5 meses e me possibilitou um crescimento em termos profissional e pessoal.

No capítulo 2, é desenvolvido o tema central deste relatório: "Importância e Ensino de Línguas Estrangeiras nas Empresas", na qual evidencio a importância real que as línguas têm no mundo empresarial e de como estas podem contribuir para um maior grau de competitividade das empresas e dos indivíduos. Além disso, sempre com o apoio de uma vasta bibliografia, faço uma reflexão acerca de como devem ser ensinadas as línguas estrangeiras nas empresas e quais as especificidades implicadas.

Por último, estes pressupostos são comprovados, de uma forma mais prática, através dos inquéritos que elaborei (preenchidos por várias empresas) e cujos resultados são igualmente partilhados.

Keywords

Learning, Languages, Multilingualism, Business, Culture, Certification, Courses, Enterprises, Cultural and linguistic barriers, Competitiveness,

Abstract

This report aims to share my experience in Royal School of Languages and to promote this institution, where I have done my apprenticeship for 5 months and where I grew up as a professional and a person.

The second part refer about the main theme: “The Importance and Teaching of business Languages”, where I present the important role of languages in the business world and how they contribute to achieve better levels of productivity and competitiveness – both in enterprises and personal levels.

I also reflected (based on the bibliography presented) about how business languages should be taught and its specificities.

Finally, there is a practical part in this report: in order to better understand the presented facts I also include the results of a survey that I have created and made to several enterprises.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	7
<u>CAPÍTULO 1 – ESTÁGIO NA ROYAL SCHOOL OF LANGUAGES</u>	8
1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	9
1.1 História	9
1.2 Missão e Visão	9
1.3 Estratégia de Comunicação	9
2. SERVIÇOS	11
2.1 Cursos	11
2.1.1 Crianças	11
2.1.2 Adolescentes	12
2.1.3 Adultos	12
2.2 Cursos para Empresas	13
2.3 Cursos Intensivos	14
2.3.1 Cursos Intensivos em Portugal/RSL	14
2.3.2 Cursos Intensivos no Estrangeiro	15
2.3.4 Cursos de Português para Estrangeiros	15
2.4 Web School	17
2.5 Tradução	17
2.6 Interpretação	18
2.7 Teacher Training Centre	18
2.8 Consultoria em Línguas	19
3. RECONHECIMENTO DOS CURSOS	20
4. ACTIVIDADES DESEMPENHADAS	21
5. OBJECTIVOS ESPERADOS	23
6. SUGESTÕES	24
<u>CAPÍTULO 2 – IMPORTÂNCIA E ENSINO DAS LÍNGUAS ESTRANGEIRAS NAS EMPRESAS</u>	26
1. CONTEXTUALIZAÇÃO	27
1.1 Vantagens de Aprender línguas	28

2. <u>IMPORTÂNCIA DAS LÍNGUAS NO CONTEXTO EMPRESARIAL</u>	32
2.1 As Línguas são a Alma dos Negócios_____	32
2.2 Barreiras Linguísticas e Culturais_____	35
3. <u>MULTILINGUISMO/PLURILINGUISMO</u>	37
3.1 Políticas da EU_____	37
3.1.1 Estratégia de Lisboa_____	37
3.1.2 Barcelona_____	39
3.1.3 Ano Europeu do Dialogo Intercultural_____	40
3.2 Resultados Finais_____	40
4. <u>QUE LÍNGUAS?</u>	43
4.1 Inglês_____	43
4.2 Espanhol_____	45
4.3 Alemão_____	48
4.4 Francês_____	49
5. <u>BUSINESS LANGUAGES</u>	51
5.1 Pressupostos_____	51
5.2 Aspectos Sociais_____	52
5.3 Comunicação Clara_____	52
6. <u>ENSINO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS</u>	53
6.1 Conhecimento e Experiência_____	53
6.2 Competências Pessoais_____	54
6.3 Competências Formativas_____	54
6.4 Competências Culturais_____	55
6.5 Conteúdos_____	56
6.6 Objectivos_____	57
6.6.1 A necessidade de Enfatizar a Performance_____	57
7. <u>COMO MELHORAR O DESEMPENHO DAS EMPRESAS?</u>	59
8. <u>CERTIFICAÇÕES</u>	62
8.1 Inglês_____	62
8.2 Alemão_____	64
8.3 Espanhol_____	64
8.4 Francês_____	65

CAPÍTULO 3 – INQUÉRITOS	67
1. INQUÉRITOS	68
1.1 Amostra	68
1.2 Resultados	68
1.3 Conclusões	78
CONCLUSÃO	80
BIBLIOGRAFIA CITADA	84
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	85
ANEXOS	87

SIGLAS

AEC	Actividades de Enriquecimento Curricular
AEPLE	Associação de Escolas Privadas que leccionam Português como Língua Estrangeira
BEC	Business English for Commerce
BNI	Business Network International
CCIP	Chambre de commerce et d'industrie de Paris
CEIBT	Certificate in English for International Business and Trade
CFJ	Certificat de français juridique
CFP	Certificat de français professionnel
CFS	Certificat de Français du secrétariat
CFTH	Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie
DALF	Diplôme approfondi langue française
DELE	Diploma Espanhol como Língua Estrangeira
DELFB	Diplôme d'études en langue française
DFA 1	Diplôme de français des affaires, 1er degré
DFA 2	Diplôme de français des affaires, 2ème degré
DGERT	Direcção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho
EDI	English Development International
EFB	English for Business
EFC	English for Commerce
EFL	English as a Foreign Language
EFT	English for Tourism
ELAN	European Language Activity Network
FCE	First Certificate in English
GMAT	Graduate Management admission Test
GTC	Global Tesol College
JET	Junior English Test
LCCI	London Chamber of Commerce and Industry

OIBEC	Oxford International Business English Certificate
PBE	Practical Business English
PME	Pequena e Média Empresa
PWD	Prüfung Wirtschaftsdeutsch International
RSL	Royal School of Languages
SEfIC	Spoken English for Industry & Commerce
SET	Senior English Test
ST-RSL	Serviços de Traduções Royal School of Languages
TCF	Test de Connaissance du Français
TEC	Test d'Évaluation de Français
TESOL	Teaching English to Speakers of Other Languages
TestDaF	Test für Deutsch als Fremdsprache
TSE	Test of spoken English
TWE	Test of Written English
TOEFL	Test of English as a Foreign Language
TOIEC	Test of English for International Communication
UCLES	University of Cambridge Local Examinations Syndicate
UE	União Europeia
UO	University of Oxford
ZDfB	Zertifikat Deutsch für den Beruf

***Wer fremde Sprachen nicht kennt,
weiß nichts von seines eigenen.***

Johann Wolfgang Goethe, Poeta

***Sie verkaufen und ich kaufe, sprechen wir deutsch.
Aber Sie kaufen und ich verkaufe, dann sprechen wir Ihre Sprache.***

Willy Brandt, Político

***Language is power,
life and the instrument of culture,
the instrument of domination and liberation.***

Angela Carter, Escritora

A minha pátria é a língua portuguesa.

Fernando Pessoa, Poeta

INTRODUÇÃO

O relatório de estágio que se segue representa um resumo de todas as experiências e aprendizagem adquiridas no âmbito do estágio curricular, que efectuei desde Fevereiro até Junho de 2010, na Royal School of Languages (RSL), ao abrigo do plano curricular do Mestrado em Línguas e Relações Empresariais.

Este relatório divide-se em três capítulos: o primeiro diz respeito, essencialmente, à apresentação da RSL, e a uma conseqüente exposição e reflexão acerca das actividades por mim desempenhadas, no decorrer do estágio nesta instituição (o que inclui uma breve descrição da história da RSL e dos serviços que oferece, bem como uma apresentação da aprendizagem que efectuei ao longo destes meses). O segundo capítulo diz respeito ao tema principal que escolhi desenvolver: “Importância e Ensino das Línguas Estrangeiras nas Empresas”. O terceiro capítulo diz respeito à demonstração dos dados, ou seja, aos inquéritos que realizei às empresas.

Após algumas semanas na RSL houve a necessidade de encontrar um tema para desenvolver neste relatório. Tive a preocupação de escolher um tema que cumprisse certos requisitos: teria que ir ao encontro do meu gosto/interesse pessoais, teria que ser proveitoso, ao ser desenvolvido, para a RSL e teria que se inserir no âmbito do Mestrado de Línguas e Relações Empresariais. Desta feita, decidi desenvolver a “Importância e Ensino das Línguas nas Empresas” dado que, na RSL, adquiri novas perspectivas acerca deste assunto. É um tema que aborda muitos pontos de interesse estudados ao longo do mestrado e que diz respeito à importância das línguas como ferramenta comunicativa no mundo dos negócios.

Para levar a cabo esta tarefa, comprometi-me a abordar e a fazer uma pesquisa bibliográfica profunda, tendo chegado a algumas conclusões que serão expostas ao longo deste relatório.

Posteriormente, decidi também incluir uma componente mais prática, através de uma série de inquéritos efectuados a empresas (cujos resultados partilharei). Estes inquéritos surgiram, também, como uma forma de mostrar, in loco, parte do trabalho da RSL e comprovar o que é exposto ao longo do relatório.

CAPÍTULO 1

Estágio na Royal School of Languages

1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

1.1 História

A Royal School of Languages está em Portugal desde 1987, está sediada na cidade de Aveiro e surgiu para fazer face às lacunas existentes no mercado das línguas - quer para fins profissionais, quer para fins pessoais. A RSL é reconhecida pelo Ministério da Educação desde que iniciou a sua actividade e é, também, acreditada pela DGERT. É ainda sócia fundadora da Language United (com sede em Bath, Inglaterra) e é membro da BNI, LCCI e EDI.

Através dos serviços que tem vindo a prestar aos seus utentes, conseguiu criar e consolidar uma imagem de grande notoriedade e qualidade, no mercado onde está inserida e estabeleceu variadas parcerias pedagógicas e institucionais quer com escolas, quer com outros organismos das cidades onde está localizada. É igualmente relevante frisar que está presente essencialmente no Norte e Centro do país, tendo escolas em Aveiro, Ílhavo, Águeda, Ovar, Viseu, Guarda e Porto (apesar da sua rede de contactos e parcerias se espalhar por vários países).

1.2 Missão e Visão

A missão da Royal School of Languages é ser uma referência de qualidade e confiança no negócio da comunicação, que nos nossos dias constitui uma ferramenta muito importante. A RSL assume-se como parceira dos seus alunos e clientes, visando sempre a sua satisfação e sucesso ao longo das suas vidas.

Na competitiva Aldeia Global em que vivemos, a Royal School of Languages desempenha um papel activo e essencial, através do ensino e consolidação de conhecimentos, da eliminação de barreiras linguísticas e do alargamento de horizontes, na melhor compreensão entre as diferentes culturas.

1.3 Estratégia de Comunicação

A RSL, tendo consciência do quão importante é a aposta na comunicação, adopta diversas formas de se fazer notar e diferenciar no panorama regional. Assim, a RSL aposta em flyers para divulgar os seus cursos, serviços ou acontecimentos especiais da escola. Sempre que necessário é utilizado o outdoor fora da escola (que, por si só, se encontra muito bem

identificada e em óptima localização). Para além disso, dispõe ainda de vários carros, devidamente identificados e em permanente circulação, que, diariamente, percorrem o concelho e divulgam a escola. Por último, mas certamente não menos importante, a RSL também domina as últimas tecnologias de informação. Já há alguns anos que se pode encontrar a RSL na Internet através do seu site: [http:// www.royalschooloflanguages.pt](http://www.royalschooloflanguages.pt) (que se encontra agora em actualização, pois, dada a rápida evolução do mundo da tecnologia e do design, já estava a necessitar de algumas actualizações para melhor servir os seus alunos e público em geral). Além disso, também este ano, foi criada a página da RSL no Facebook (a rede social mais em voga no momento). Através desta página pretende dar-se a conhecer algumas informações, notícias ou actividades especiais que estejam a acontecer na escola.

Para além disso, a RSL também tem a preocupação de criar slogans publicitários com os quais possa ser identificada e que as pessoas automaticamente associem à escola: "*Comunicar é ROYALmente importante*" ou "*HELLO*" são dois dos slogans mais conhecidos da RSL e que se podem encontrar mais frequentemente em flyers, outdoors, material escolar, nos carros da RSL, etc.

2. SERVICOS

2.1 Cursos

A Royal School of Languages ministra cursos de Inglês, Alemão, Francês, Italiano, Espanhol e Português em diferentes níveis e com diferentes objectivos (que serão descritos mais à frente). Esporadicamente, e dependendo da procura, também poderá ministrar cursos de Chinês, Japonês e de Russo.

Alguns programas são flexíveis, e são sempre estruturados de acordo com os objectivos e necessidades concretas dos alunos, visando a obtenção de diplomas.

Assim, o primeiro procedimento que se efectua a um novo aluno na RSL é sujeitá-lo a um teste de entrada. Este teste vai determinar o seu nível de conhecimentos e, de acordo com os objectivos que se propõe atingir, o aluno é integrado no grupo que melhor servirá as suas características e necessidades. Após este processo, é acompanhado de forma permanente, o que permite uma avaliação contínua, muito esclarecedora e precisa, contemplando e valorizando os diversos factores intervenientes no processo de aprendizagem de um aluno.

Além disso, a RSL é uma escola de línguas moderna e muito bem equipada, uma vez que conta com uma vasta equipa de excelentes professores, (na sua maioria nativos da língua que leccionam), uma biblioteca equipada com livros, dicionários, cd's, dvd's e outro material didáctico (sempre à disposição dos alunos de forma gratuita) e um laboratório multimédia, onde qualquer aluno pode usufruir destas facilidades de forma a complementar e intensificar o seu estudo. Além disso, todas as salas da RSL estão equipadas com sistemas audiovisuais, existindo uma sala especial para crianças e um salão nobre, especialmente criado para conferências, debates ou projecção de filmes.

2.1.1 Crianças - Aprender bem, brincando.

A RSL reconhece a importância de as crianças iniciarem, desde pequenas, o estudo de línguas estrangeiras. Por isso, proporciona cursos especialmente direccionados para crianças. Estes cursos são ministrados a crianças a partir dos 4 anos, pré-primário, 1º e 2º ciclo.

As crianças que iniciam cedo a aprendizagem de outras línguas começam, desde logo, a apostar no seu futuro, pois, tal facto irá aumentar a sua predisposição e familiarização com

outros idiomas e permitir um melhor domínio dessa língua estrangeira. Estes cursos são ministrados na RSL de 2ª a 6ª (de manhã ou de tarde) ou Sábado (de manhã).

Além disso, a RSL disponibiliza “Mini-Autocarros” para o transporte de crianças, o que facilita e garante uma maior assistência ao curso (mesmo quando os pais não têm disponibilidade para os trazer).

2.1.2 Adolescentes

A RSL ministra cursos de línguas estrangeiras para jovens adolescentes que lhes permitirão melhorar os seus resultados na escola e a atingir os seus próprios objectivos académicos. Estes cursos permitem aos adolescentes um alargamento e enriquecimento do vocabulário e, além disso, possibilitam a utilização destes conhecimentos teóricos activamente, de uma forma mais prática e funcional, em diversas situações da sua vida real. Nestes cursos os alunos têm a possibilidade de obter um reconhecimento universal dos seus níveis de aprendizagem, apoio/explicações para todos os anos do ensino oficial, preparação para exames específicos (tais como 11º e 12º, Ad-Hoc, preparação para a entrada na universidade - principalmente nas espanholas que é onde se tem registado maior procura).

2.1.3 Adultos

Nos cursos de línguas para adultos, a RSL focaliza o seu ensino em “Communicative Approach” - dado que a comunicação em contextos reais é o principal objectivo. Estes cursos permitem aos alunos enriquecer o seu vocabulário e utilizá-lo em situações reais do seu quotidiano. Desta forma, os conteúdos programáticos são elaborados a partir das suas necessidades específicas e de forma a incentivar e promover a comunicação numa língua estrangeira, eliminando assim potenciais barreiras linguísticas.

Com este curso pretende-se obter um reconhecimento universal e dotar os alunos de uma formação adequada aos seus projectos pessoais e contextos reais do seu quotidiano: seja para, simplesmente, desenvolverem competências comunicativas e muni-los de uma maior auto-confiança (para comunicarem e socializarem de forma mais eficaz, quer em situações de lazer, quer em situações profissionais), ou para um exame específico, ou ainda para os tornar mais competitivos enquanto profissionais, dado que vivemos num mercado cada vez mais global e mais exigente.

Estes cursos, sendo estruturados de acordo com as necessidades específicas dos alunos,

apresentam uma grande variedade. Assim, a RSL tem cursos exclusivamente de conversação; cursos de apoio a exames específicos do ensino superior; cursos orientados para a literatura ou tradução ou cursos com linguagem técnica (adequada, por exemplo, ao mundo dos negócios ou científico).

Todos eles apresentam 3 modalidades:

- durante o ano lectivo, 2 ou 3 horas semanais
- durante o ano lectivo, cursos intensivos para alunos individuais e ou para grupos de 3, ou para grupos de 6 pessoas.
- pacotes de horas ou aulas particulares, que podem ser ministradas individualmente ou em grupos de 3 pessoas que reúnam o mesmo nível linguístico e os mesmos objectivos.

2.2 Cursos para Empresas

Estes cursos de língua estrangeira são direccionados para empresários, profissionais liberais, gestores, quadros superiores, técnicos especializados ou indiferenciados, operadores, etc.

Os princípios e a filosofia de ensino destes cursos para empresas são comuns aos cursos anteriormente mencionados. No entanto, para além dessas preocupações, têm o objectivo principal de dotar os formandos de conhecimentos necessários ao seu contexto profissional/específico. Dependendo das necessidades e objectivos de cada empresa os conteúdos baseiam-se nessas necessidades específicas – normalmente isso inclui vocabulário específico e técnico que está de acordo com a actividade desempenhada, pelo que a RSL tem programas elaborados para o efeito.

Para maior comodidade dos formandos a RSL pode, também, ministrar estes cursos nas próprias empresas. Este simples factor tem-se revelado muito importante para que se obtenham melhores resultados pois, segundo a experiência comprovada da RSL, conciliar a vida profissional com a formação nem sempre é um desempenho fácil e, por vezes, o aproveitamento pode ficar aquém do desejado. Assim, uma vez que a escola se desloca ao local de trabalho dos próprios formandos, poupa-se tempo e desgaste em deslocações, fica-se a perceber qual o ambiente e tipo de empresa, resultando num melhor desempenho dos formandos. Caso não seja necessário, os cursos são ministrados na própria RSL em horários elaborados de acordo com a sua disponibilidade, podendo ser de manhã, à tarde ou mesmo à noite (em regime pós-laboral):

- a) frequentando grupos fechados (restritos à empresa/instituição a que pertencem);
- b) integrando classes normais, formadas por adultos, sempre com o mesmo nível linguístico;
- c) optando por cursos normais (ao longo do ano), por cursos intensivos, ou, ainda, pacotes de horas;
- d) aulas particulares.

Aqui ficam alguns exemplos de empresas com as quais a RSL foi estabelecendo parcerias de trabalho, nas áreas de formação e ou tradução: *Associação Industrial de Águeda; Associação Industrial de Aveiro; Associação Industrial da Bairrada; Bosch; Bresfor; C.A.C.I.A.; Câmaras Municipais; Cires; Colégio Português; Delphai; Ericsson; Externato S. Miguel; Feira Nova; Gametal; Grohe Portugal; Grupo Amorim; Indasa 2; Indelague; Instituto de Formação Bancária; IPAM; Jamarcol; Johnson & Johnson; Lusavouga; Lusitânia Gás; Lusoverniz; Nestlé; Revigrés; Sanocal; Sodoca; Saint-Gobain; Universidade de Aveiro; Vista Alegre; Vulcano; Weber Cimenfix.*

2.3 Cursos Intensivos

Os cursos intensivos da RSL destinam-se a toda e qualquer pessoa, que pretenda aprender línguas no menor tempo possível. Estes cursos podem ser iniciados em qualquer época do ano e tanto podem ser efectuados em Portugal como no estrangeiro.

2.3.1 Cursos Intensivos em Portugal/RSL

Durante os meses de férias escolares (Julho, Agosto e Setembro) realizam-se na RSL cursos de Verão, com um horário flexível mediante a disponibilidade dos alunos (de manhã, à tarde ou à noite). Estes cursos estão disponíveis em Inglês, Francês, Alemão, Italiano, Espanhol e Português, (mediante as inscrições).

Outra modalidade bem conhecida na RSL são os ROYAL DAYS, destinado a crianças e jovens até ao 7º ano, no qual se pretende preencher as manhãs ou as tardes das crianças com actividades lúdicas, tais como: jogos, laboratório de línguas, canções, teatro, filmes, futebol americano, etc. Há a possibilidade de escolher o curso em Inglês e/ou Francês. As actividades atrás referidas são apresentadas e desenvolvidas na língua estrangeira.

Por outro lado, também existem cursos intensivos destinados a jovens e adultos que

pretendam, por exemplo, explicações ou uma preparação durante as férias para o ano lectivo seguinte ou para exames internacionais, cursos de conversação para melhorar a oralidade ou então cursos com programas específicos (gerais, profissionais) que se adequam às necessidades do grupo.

2.3.2 Cursos Intensivos no Estrangeiro

Através da RSL também se podem efectuar cursos intensivos em qualquer país da Europa ou do mundo. No entanto, os mais frequentes são para Inglaterra ou EUA. Este tipo de cursos tem como principal vantagem o contacto constante, intensivo e directo com a língua (e a cultura) escolhida, facilitando muito a sua aprendizagem, uma vez que se está quotidianamente em contacto com a língua estrangeira em questão, podendo praticá-la de manhã (nas aulas) e no resto do tempo (no dia-a-dia, nas diversas saídas) e sobretudo nas famílias inglesas que a RSL escolhe. A RSL também proporciona diversas visitas e actividades que colocam os alunos em contacto directo com a cultura e língua do país. Além disso, também há a possibilidade de conhecer pessoas de outras nacionalidades e, por conseguinte, conhecer um pouco mais da sua cultura. Esta modalidade é, na minha opinião, uma das melhores opções para quem pretenda evoluir rapidamente na aprendizagem de uma língua e conhecer novos países e novas culturas.

A RSL criou um blog <http://15diasfantasticosrsl.blogspot.com/> alusivo a estes cursos intensivos (onde os participantes partilham as experiências decorridas nestes cursos) e no qual se pode verificar que aliar a diversão à aprendizagem dá sempre um bom resultado.

Assim, existem duas modalidades:

- cursos intensivos em Inglaterra para jovens dos 10 aos 18 anos (conhecidos como “15 dias fantásticos!”).
- cursos para jovens com mais de 18 anos, adultos e profissionais (“Inglês em 15 dias!”)

2.3.3 Cursos de Português para Estrangeiros

A RSL, como um dos membros fundadores da AEPLE – Associação de Escolas Privadas que leccionam Português como Língua Estrangeira –, disponibiliza cursos de português para estrangeiros. Pelo facto de a RSL ter várias filiais em diversos pontos do país proporciona aos alunos a liberdade de efectuarem os cursos em qualquer uma dessas escolas, o que lhes permite também conhecerem e visitarem diversas cidades de Portugal.

Quando solicitado, a RSL providencia alojamento em famílias portuguesas anfitriãs ou ajuda o aluno a procurar um hotel onde se poderá instalar.

A RSL estrutura os seus conteúdos programáticos de acordo com as necessidades, interesses e objectivos profissionais e/ou educacionais de cada aluno. Para o ensino de português como língua estrangeira, a RSL dá primazia a um método de ensino comunicativo e funcional, no qual a língua e a gramática são ensinadas de modo “natural”. Aquilo que, na minha opinião, diferencia a RSL das outras escolas é, precisamente, a sua abordagem ao ensino de línguas. Por um “modo natural de ensino” entenda-se uma abordagem mais prática e funcional. Assim, pode dizer-se que na RSL se dá primazia à prática real e contextualizada, para que os resultados sejam mais satisfatórios e se solidifiquem os conhecimentos teóricos. Mais concretamente, e tendo como prioritária a necessidade de bases sólidas para uma boa comunicação, a gramática é sobretudo introduzida em conteúdos adequados à medida que se vão abordando certas temáticas, não havendo lugar a aulas exclusivamente de gramática. Assim, a aprendizagem de gramática não aparece como grande objectivo, mas apenas como suporte de uma boa comunicação. Obviamente que isto não quer dizer que se vão descuidar as noções teóricas e gramaticais, apenas que são transmitidas aos alunos através de uma abordagem ligeiramente diferente: é mais uma ferramenta à disposição do aluno, um meio para melhor atingir os seus objectivos (mas nunca um fim em si).

Só a partir do nível pré-intermédio é que a RSL pode particularizar cursos específicos que vão ao encontro das necessidades profissionais dos alunos, na área dos negócios, indústria, serviços, sector público, secretariado, banca, hotelaria, advocacia, medicina, tradução e interpretação, informática e muitas outras. Para além das aulas, a RSL organiza actividades culturais para os alunos terem a oportunidade de conhecer um pouco a cultura e se familiarizarem com o uso da língua portuguesa em contextos reais, tais como: visitas culturais e gastronómicas, sessões de cinema ou teatro, trabalhos no laboratório de línguas, debates e conferências.

Ao longo de todo o curso é feito um acompanhamento contínuo do progresso do aluno e, no final de cada nível, são feitos testes de progressão de conhecimentos e, mediante a sua aprovação, os alunos poderão candidatar-se a Exames Nacionais de Língua Estrangeira. A RSL atribui um certificado de frequência, certificado de aprovação e proporciona aos seus alunos a obtenção de certificados e diplomas de aprovação em exames internacionais.

Estes cursos são essencialmente procurados por imigrantes, por empresários e respectivas famílias sendo, por isso, mais procurado por adultos, normalmente superior aos 25 anos.

2.4 Web School

Prestando devido jus ao seu desempenho em estar sempre na linha da frente no que se refere à inovação, a RSL, na altura em que escasseavam ainda programas e ferramentas multimédia, tinha ao dispor dos alunos uma ferramenta muito motivante: a Web School. Os alunos têm acesso a ela por períodos de um ano lectivo, sem limite de utilizações, de níveis, etc.

Assim, através da Web School, a RSL disponibiliza um método complementar (exercícios e actividades, correcções e classificações) aos seus alunos para aprenderem e irem colmatando algumas dificuldades e assim progredindo mais rapidamente, sempre com um acompanhamento dos professores. A RSL pretende que haja uma maior interactividade entre a escola e o aluno e que este possa evoluir mais rápida e comodamente.

2.5 Tradução

Para dar resposta ao serviço de traduções a ST-RSL conta com tradutores experientes, especializados e sempre nativos da língua para a qual traduzem e, muitas vezes, dependendo da especificidade da Tradução, os Tradutores só trabalham em determinadas áreas. A RSL associa a competência e profissionalismos dos seus tradutores à rapidez de execução do trabalho e à utilização de novas tecnologias. Efectua a tradução de qualquer documento nas mais variadas áreas:

- Técnica (mecânica; engenharia; electrónica; informática, etc)
- Jurídica (Processos judiciais; contratos; procurações, etc)
- Científica (medicina; biologia; literatura; história; teses de mestrado e teses de doutoramento, etc)
- Empresarial (dossiers de certificações; actas; acordos comerciais; contratos de trabalho; publicidade e marketing; apresentação de empresas; brochuras; manuais de utilização, etc)

Aqui ficam alguns exemplos de empresas, que já recorreram aos serviços de tradução da RSL: *Algarve Pêche; Biosafe; Bosch; Bresfor; C.A.C.I.A; CCA; Ceralfa; Ceramic, SA; Cerexport; variadíssimos Escritórios de Advogados; Deloit; Durit; Lanidor; Levira;*

Ministérios Públicos; Moldit; Museu Marítimo de Ílhavo; Orbita; Pavicentro; Primus Vitória; Ramalhos; Sanindusa; Veneport; entre muitas outras.

2.6 Interpretação

Os serviços de interpretação são assegurados igualmente por profissionais qualificados e experientes. A RSL desenvolve este serviço tanto na área como em todo o país e até fora de Portugal. Fazem-se, também, interpretações em simultâneo, consecutiva e acompanhamento.

2.7 Teacher Training Centre

Na RSL é possível obter a certificação de TESOL¹ - uma vez que ela é representante do Global Tesol College (GTC) em Portugal -, que permite ensinar Inglês no mundo inteiro. O GTC é reconhecido mundialmente pela acreditação de Cursos Certificados no Ensino de Inglês para Falantes de Outras Línguas.

Este curso, com base de – Foundation Course - pode ser efectuado em 5 dias, nos quais o/a participante tem 35 horas de curso de formação de professor, 5 horas de planeamento de actividades criativas, preparação de apresentações, 20 horas de pesquisa e testes (de acordo com a conveniência do participante) totalizando 60 horas, para o 1º certificado de TESOL. Este certificado pode e deve, posteriormente, ser complementado com outros cursos de especialização: ensino de inglês a crianças, ensino de inglês a adolescentes, ensino de inglês a adultos, ensino de gramática, ensino de inglês para negócios, ensino de inglês para turismo, medicina, entre outros.

Desta feita, os cursos TESOL adequam-se geralmente a falantes nativos, mas: que ainda não tenham experiência no ensino ou que ainda não têm qualificações. Por outro lado, podem ser também destinados a falantes não nativos, como por exemplo professores que necessitam de créditos para evoluírem na carreira, professores que pretendam ensinar inglês noutra país, professores que procuram uma especialização.

¹ Teaching English to Speakers of Other Languages

2.8 Consultoria em Línguas

Recentemente, a RSL também introduziu a consultoria e formação como novos serviços prestados. Assim, a RSL presta consultoria na área das línguas, ou seja, efectua um processo de análise e diagnóstico do estado e competências existentes nas empresas e estabelece quais são as suas necessidades. Seguidamente, vem a fase de concepção e programação, em conjunto com o Departamento de Recursos Humanos, segue-se a execução da formação propriamente dita (acompanhada por progressivas avaliações para perceber se os objectivos estão a ser atingidos).

3. RECONHECIMENTO DOS CURSOS

A RSL emite os seus próprios certificados de frequência e diplomas de passagem de exames aos alunos que participam nos seus cursos (qualquer que seja a língua escolhida). Além disso, a RSL também dá a possibilidade aos alunos/formandos de tirarem certificados reconhecidos internacionalmente, obtendo-se assim diplomas de acreditação universal.

Ao longo do ano, a RSL vai preparando os seus alunos para exames reconhecidos internacionalmente através de um acompanhamento especial e contínuo, com métodos e material didático adequados ao tipo e nível do exame e, também, com uma época de exames especial de preparação para esses exames (mock exams).

Os exames mais requisitados na Royal School of Languages são os Cambridge Exams, Trinity London, LCCI – JET/SET; Alliance Française, Goethe Institut, Instituto Cervantes, entre outros.

4. ACTIVIDADES DESEMPENHADAS

Desde a minha chegada à RSL, fui sempre desempenhando diferentes tarefas.

Os primeiros dias consistiram essencialmente num período de apresentação, familiarização e integração no espaço, no ambiente e na rotina da escola e, ainda, nas tarefas que posteriormente iria desempenhar e com as pessoas envolvidas na RSL. As primeiras semanas foram muito proveitosas porque comecei a conhecer todas as pessoas com quem iria trabalhar e também como eram o funcionamento e procedimentos normais que se adequam às mais diversas situações. Por isso, estas primeiras semanas ficaram marcadas essencialmente pela observação, assimilação de informação e muita aprendizagem (por exemplo, a postura que se deve ter ao atender os clientes ou telefonemas, informações importantes sobre o funcionamento da RSL, etc).

Posteriormente, seguiu-se uma fase mais activa na RSL, uma vez que, sempre que necessário, comecei a fazer trabalho de recepção, organizar e actualizar alguns arquivos, telefonemas, vigilância de exames, tratamento da correspondência, criação da página da RSL no Facebook (para dar uma maior visibilidade à escola e proximidade com os alunos), inquéritos de satisfação para medir o grau de satisfação que os alunos têm em relação à escola – podendo-se, posteriormente, tirar algumas sugestões para melhorar; envolvi-me também em contactos telefónicos para os alunos para lhes lembrar da importância da realização destes inquéritos. Além disso, também estive envolvida na divulgação de novos cursos direccionados, essencialmente, para o sector hoteleiro e restauração, tendo por isso, efectuado algumas visitas locais para os divulgar.

Para além das variadas tarefas que me foram incumbidas, as actividades às quais dediquei mais tempo foram as aulas das AEC's² de Santiago. Para estar à altura deste novo desafio, tive de receber a devida formação teórica mas, à medida que as aulas foram decorrendo recebi apoio prático e, com base na respectiva planificação das aulas, consegui aliar da melhor forma a aprendizagem ao divertimento e cativar a atenção dos alunos, alguns deles inseridos num contexto familiar um pouco diferente do normal. O resultado revelou-se bastante satisfatório e compensador.

Esporadicamente, e sempre que necessário, substituía igualmente algumas colegas.

² Actividades de Enriquecimento Curriculares

A outra tarefa a que me dediquei durante o estágio diz respeito à criação de duas bases de dados para a RSL: a primeira incluía todas as empresas do distrito de Aveiro e a segunda era referente a Restaurantes, Hotéis e Pensões do distrito de Aveiro.

Para esta base de dados tive como apoio um documento já existente na RSL, efectuado por antigos estagiários, que já comportava o nome da maioria das empresas existentes. Por isso, foi mais um trabalho de pesquisa e actualização e, na prática, coube-me procurar moradas, sites, números de telefone, fax e e-mail na Internet e também numa revista do distrito de Aveiro. Esta tarefa foi a mais morosa, ocupando grande parte do estágio mas, aquando da sua conclusão, consegui reunir contactos actualizados de mais de 1000 empresas. Relativamente à base de dados de restaurantes e hotéis demorei um quarto do tempo (em comparação com a anterior, uma vez que é um pouco menor) e através da Internet consegui encontrar facilmente os dados de toda a informação que procurava. Esta base de dados serviu, posteriormente, para a divulgação do curso especialmente direccionado para o sector da restauração e hotelaria que a RSL abriu recentemente (e foi acima referido).

5. OBJECTIVOS ESPERADOS

Ao longo do tempo passado na RSL, fui-me apercebendo de uma constante evolução e progresso: familiarizei-me cada vez mais com as tarefas a desempenhar, integrei-me facilmente na estrutura da escola e com as pessoas que me acompanharam no meu estágio. Assim, a meu ver fui dando uma resposta cada vez melhor às tarefas que me eram solicitadas e consegui realizar tudo o que me foi pedido e atingir os objectivos esperados (com mais ou menos dificuldades, que, no entanto, foram diminuindo ao longo do tempo). Assim, considero que ao longo da minha passagem pela RSL foram alcançados os objectivos que esperavam de mim e sempre estive aberta a corresponder com todo o meu empenho e esforço a todos os desafios que me foram lançados. Para isso, também contei com a ajuda e disponibilidade dos meus colegas de trabalho.

Além disso, considero que o percurso na RSL foi muito proveitoso para mim, uma vez que adquiri conhecimentos em diversas áreas, visto que as tarefas que fui desempenhando ao longo dos meses foram sempre muito variadas, tendo assim contribuído para uma formação prática multi-disciplinar.

Em suma, retiro um saldo muito positivo da minha experiência na RSL. Actualmente, sinto-me à vontade para lidar com as mais variadas situações, tarefas, problemas ou dúvidas que possam surgir, tendo também aumentado o meu sentido de responsabilidade - que foi fomentado pela progressiva atribuição de tarefas de maior responsabilidade. Por isso, posso afirmar que me sinto muito melhor preparada para enfrentar o mercado de trabalho, dado que já assimilei muita informação e experiência prática que até então sentia em falta.

6. SUGESTÕES

Ao longo da minha estadia na RSL fui tomando conhecimento dos diferentes serviços que a escola presta aos seus utentes e, apesar da excelente qualidade, acredito que há sempre lugar para melhorar.

Na minha opinião, a RSL explora bem o seu campo de actuação e fá-lo de forma a ser bem sucedida, uma vez que oferece cursos nas línguas que têm mais procura e oferece, igualmente, cursos especializados (como já foi referido). Além disso, os serviços de tradução/interpretação e, mais recentemente, de consultoria, primam pela qualidade e vão sempre ao encontro das necessidades dos seus clientes.

Em termos de espaço, a RSL usufrui de uma posição privilegiada. Está situada exactamente no centro da cidade de Aveiro e beneficia de grande visibilidade. Além disso, o próprio edifício também dispõe de um espaço com óptimas dimensões para o efeito, existindo várias salas de aula, biblioteca, espaço dos alunos e uma área para os serviços administrativos.

No entanto, considero que seria de maior interesse para os alunos criar outro espaço para as suas actividades, de preferência uma sala mais ampla, (podendo utilizar-se a sala que está logo à entrada da escola ou então uma que está no meio). Existindo duas salas, uma poderia ser mais para convívio e divertimento e a outra funcionar como uma área de estudo utilizada, por exemplo, quando os alunos chegam mais cedo para as aulas e querem aproveitar esse tempo para estudar ou fazer os trabalhos de casa.

Como também já foi mencionado a RSL criou, desde cedo, um site na Internet que se encontra em actualização. Uma das tarefas que me foram incumbidas, aquando da minha estadia na RSL, foi de dar sugestões para melhorar o site. Por isso, penso que o site deve ser renovado e adoptar uma imagem mais jovem, mais atractiva e interactiva. Como um meio privilegiado de contacto entre a escola e os alunos, o site deve ser melhorado para que os alunos o visitem com mais frequência e daí retirem mais vantagens (incluir mais material de apoio e novas funcionalidades também seria importante).

Por último, também sugeria que se inovasse e diversificasse a estratégia de comunicação da RSL. Apesar de a escola ter muita visibilidade e estar presente em vários meios de comunicação é sempre vantajoso atrair novas e mais pessoas. Por isso, agora compete investir em novas formas de divulgação: entre outras iniciativas, a RSL poderia formar

parcerias com uma/várias livrarias (por exemplo, na compra de um dicionário de línguas as pessoas poderiam usufruir de uma aula “modelo” grátis na RSL). Desta forma, apresenta-se a RSL a mais pessoas e permite uma aproximação mais efectiva entre a escola e a comunidade.

CAPÍTULO 2

Importância e Ensino das Línguas Estrangeiras nas Empresas

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

Os séculos XX e XXI podem ser, sem dúvida, caracterizados como a era da globalização. O rápido avanço nas tecnologias, especialmente nos sistemas de telecomunicações, facilitou em muito os transportes e as comunicações, que por vezes se passaram a efectuar em segundos. Deste modo, a tecnologia transformou o mundo do trabalho, educação e lazer. O acesso imediato às notícias e informação estimulou a curiosidade acerca de eventos e pessoas de outros países. No meio de todo este processo também não se pode esquecer o importante papel da Internet e como o seu advento veio transformar as nossas vidas. Desde os últimos anos, milhões de pessoas de todo o mundo, que partilham interesses comuns, estão habilitados a comunicar e a partilhar ideias. Estes têm a capacidade de comunicar graças aos avanços que se registaram a nível das tecnologias, mas também porque partilham competências linguísticas. A Internet permite também a qualquer negócio, mesmo que pequeno, o de promover-se mundialmente, sendo que o sucesso consiste em criar uma boa política de comunicação com os clientes dos diferentes países. Além disso, o preço das comunicações com o resto do mundo continua a diminuir, o que permite cada vez mais um contacto directo entre colegas e amigos que vivem em diferentes países e, por conseguinte, contacta-se mais frequentemente com essas línguas e culturas. Este fenómeno é o chamado de “Aldeia Global”.

A economia mundial também passou por uma fase de transição e começou a caminhar a passos largos para a globalização. O processo é encaminhado através de diversas formas: mercados livres para o comércio e investimento global, expansões e aquisições de empresas além fronteiras, aumento da deslocação da mão-de-obra, etc.

Assim, o novo mundo - o mundo globalizado - é um ambiente em constante mudança e cada vez mais existirão menos empregos tradicionais. As empresas multinacionais terão a possibilidade de tirar partido da mobilidade da mão-de-obra, recrutando os empregados melhor qualificados de qualquer parte do mundo e só irão investir onde os retornos e produtividade sejam seguros. Por sua vez, estes desenvolvimentos vão valorizar as qualificações profissionais e técnicas da mão-de-obra, assim como a sua flexibilidade e mobilidade. Entre estas qualificações agora tão úteis e valorizadas encontram-se também os conhecimentos de línguas. As línguas são reconhecidas como uma ferramenta vital para

o futuro, são uma competência funcional, valorizando o Curriculum Vitae de cada um de nós e sendo, sem dúvida, uma vantagem para quando se compete no mercado de trabalho. Esta tendência da globalização incitou a que as pessoas se deslocassem (em trabalho e turismo) cada vez mais e mais facilmente e também surtiu um impacto, directo ou indirecto, na comunicação e na visão que se tem das línguas. Desta feita, os conhecimentos linguísticos tornaram-se num ponto fulcral para qualquer cidadão, porque, devido ao facto de estarmos num mundo mais globalizado, há a necessidade de saber línguas para se poder comunicar. Além disso, a maior parte da produção também se tornou globalizada e nas empresas multinacionais os colaboradores têm muitas vezes de interagir uns com os outros, sendo estes de países diferentes.

Por estas razões as sociedades estão a dar mais importância às línguas, tornando-se cada vez mais multiculturais e multilingues. Recentemente têm-se vindo a adoptar políticas, tal como as da Estratégia de Lisboa e Barcelona, que pretende que os cidadãos saibam a sua língua materna e mais duas línguas estrangeiras.

A língua inglesa é um óptimo exemplo: é a língua estrangeira dominante, a ser aprendida por mais pessoas no mundo, e, por isso, é a língua mais utilizada em interacções entre pessoas de diferentes nacionalidades. É comum adoptar a língua inglesa como uma *língua franca* - no mundo existem cerca de um bilião de pessoas que falam inglês – um idioma internacional (e quase universal), uma ferramenta de comunicação entre países, grupos culturais, entre empresas e organizações, comunidades e amigos de origens diferentes. No entanto, cada vez mais este conhecimento pretende ser complementado com a aprendizagem de mais línguas estrangeiras.

Assim, o aspecto central deste fenómeno está na própria língua, pois é através dela que se comunica e permite estabelecer relações com os outros.

1.1 Vantagens de aprender línguas

Aprender uma nova língua pode ser uma experiência enriquecedora e gratificante. Na sociedade actual a aprendizagem de línguas estrangeiras tornou-se numa necessidade e oferece variadas vantagens, desde o desenvolvimento e enriquecimento pessoal, à abertura de novas possibilidades de carreira e até à oportunidade de tirar maior partido da experiência de viajar. Além disso, aprender uma língua é, por si só, um excelente exercício

intelectual, que estimula o cérebro e provou já aumentar a memória e melhorar as aptidões cognitivas e sociais.

Segundo dados estatísticos, existe, actualmente, cerca de um bilião de pessoas do mundo que fala Inglês. Caso se junte a este número o total de pessoas que aprendem outras línguas estrangeiras, tal como, Espanhol, Francês, Alemão, Italiano, Japonês, Chinês e muitas outras, então conclui-se que a aprendizagem de línguas estrangeiras se generalizou e é, actualmente, uma prática usual.

Desta feita, podemos apontar vantagens a nível pessoal, profissional, social e económicas. Considero, de interesse, expor aqui 7 boas vantagens de se aprenderem línguas:

- Aumenta a compreensão global

Falar várias línguas significa ser capaz de comunicar directamente com um maior número de pessoas de todo o mundo.

Numa economia globalizada, em que os entraves à cooperação e às trocas internacionais se têm vindo a esbater, as empresas, capazes de trabalhar eficazmente em duas ou mais línguas, têm cada vez mais sucesso no mercado internacional. Daí que trabalhadores com maiores competências linguísticas dispõem de uma vantagem competitiva e de melhores oportunidades de trabalho. De uma forma geral, os cidadãos, que dominam mais línguas têm um maior acesso a toda a informação disponibilizada e têm mais facilidade em comunicar com pessoas de diferentes culturas.

- Aumenta a empregabilidade

No mundo globalizado de hoje, a crescente cooperação internacional tornou urgente a capacidade de comunicar no plano internacional, tendo levado a um aumento da procura de falantes de idiomas estrangeiros.

As competências linguísticas e interculturais aumentam a possibilidade de conseguir um emprego melhor. As pessoas que dominam um maior número de línguas podem escolher um emprego a partir de uma maior variedade de ofertas, incluindo um emprego no estrangeiro - a falta de competências linguísticas é considerada o principal obstáculo à realização de uma actividade profissional no estrangeiro.

Alguns dados empíricos permitem concluir que as competências em diversas línguas estimulam a criatividade e a capacidade de inovação: as pessoas multilingues estão

conscientes de que os problemas podem ser enfrentados de formas diferentes, em função do contexto linguístico e cultural, e que podem utilizar esta capacidade para encontrar novas soluções para os seus problemas.

Falar línguas estrangeiras constitui uma vantagem cada vez mais apreciada por muitos empregadores. O número de postos de trabalho em sectores que têm como base as línguas, (como o ensino, a interpretação, a tradução e o turismo, etc), aumentou, em virtude da crescente importância atribuída ao conhecimento de línguas.

- Aumenta as probabilidades de entrada em determinados colégios ou Universidades

Muitos colégios e universidades têm como pré-requisito de admissão de alunos a apresentação de um certificado de línguas. Assim, os cidadãos que apresentem competências linguísticas têm mais oportunidades de acesso a uma melhor educação e formação, tendo assim um maior leque de escolha dentro e fora do país, podendo, desde cedo, ter uma educação de melhor qualidade.

- Permite apreciar filmes, literatura ou música

As pessoas com conhecimento de várias línguas têm também uma mente mais aberta para a cultura proveniente de outros países, por isso têm acesso a uma maior variedade de livros ou música de outras culturas. Mas também têm mais capacidade e facilidade em compreender o significado e, por conseguinte, a identificar-se com ela. Além disso, têm a possibilidade de ler livros ou ver filmes numa língua estrangeira, porque estes nem sempre são traduzidos para a sua língua materna.

- Mais fácil viajar

As competências linguísticas melhoram a experiência de viajar no estrangeiro. Mesmo não falando muito bem uma língua estrangeira, um viajante pode compreender melhor a cultura local e falar com os habitantes do país, o que torna a viagem mais agradável e estimulante. Estas pessoas sentem-se mais seguras, confiantes e normalmente têm um maior gosto por descobrir novas culturas (evitando os muito usuais problemas de comunicação, enganos, desorientação, incompreensão ou mal-entendidos).

- Aumenta as opções de estudar e trabalhar no estrangeiro

Os conhecimentos linguísticos são, na maioria das vezes, determinantes para cidadãos que pretendem prosseguir os seus estudos ou iniciar especializações no estrangeiro, uma vez que vão ter de seguir o curso na língua do país de acolhimento (ou, em muitos casos, em Inglês), daí que seja solicitado um bom domínio de línguas.

As competências linguísticas proporcionam mais oportunidades profissionais, quando o trabalho se insere num contexto internacional. As pessoas que trabalham no mundo da informação, da política, da moda, do cinema, da publicidade e do desporto estão plenamente conscientes das possibilidades de evolução de carreira que as línguas oferecem.

- Ter amigos de outras nacionalidades

As pessoas que têm competências linguísticas têm mais capacidade em comunicar com pessoas de todo o mundo, por isso, têm mais facilidade em estabelecer contacto com as pessoas. Desta feita, e com a ajuda de novas tecnologias é possível manter amizades com pessoas de outras culturas que, por vezes, estão do outro lado do mundo.

2. IMPORTÂNCIA DAS LÍNGUAS NO CONTEXTO EMPRESARIAL

2.1 As Línguas são a Alma dos Negócios

Actualmente, as línguas são uma ferramenta vital no mundo dos negócios. O domínio de várias línguas significa dominar uma série de aptidões que nos permitirão singrar numa sociedade exigente, plural, pluricultural, globalizante e globalizada. As línguas deixaram de ser apenas um meio que nos permite viajar e conhecer culturas diferentes (e criar amizades), para se tornarem numa eficaz e vantajosa mais-valia na comunicação de pensamentos e ideias, no estabelecimento de parcerias, no estreitar de laços culturais e relações de variados tipos (sejam elas sociais, culturais, tecnológicas ou económicas).

As línguas são um tipo de conhecimento que, no nosso mundo actual, representam um factor determinante no que à competitividade diz respeito. Nas sociedades avançadas e industriais, num mundo interdependente no qual vivemos, o conhecimento de línguas estrangeiras tornou-se indispensável.

No seio das empresas, o conhecimento de línguas pode revelar-se uma vantagem competitiva. A existência de cada vez mais empresas multilingues prova como a diversidade linguística e o investimento nas línguas e nas competências interculturais se pode transformar numa verdadeira mais-valia para a prosperidade e num benefício para todos. Algumas línguas europeias são faladas em todo o mundo e, por isso, podem constituir uma valiosa ferramenta de comunicação mundial para as empresas. A existência de um ambiente multilingue favorece a abertura e a tolerância, abre igualmente portas a novos mercados e novas oportunidades de negócio. Além disso, permite uma resolução mais rápida e eficiente de problemas, evitando atrasos e complicações. Se existir uma comunicação directa entre as pessoas a todos os níveis isso será extremamente vantajoso para a empresa. Por isso, pode afirmar-se que os negócios também são feitos de forma mais eficiente se as empresas falarem as línguas dos clientes (e estes podem encontrar-se em qualquer parte do mundo).

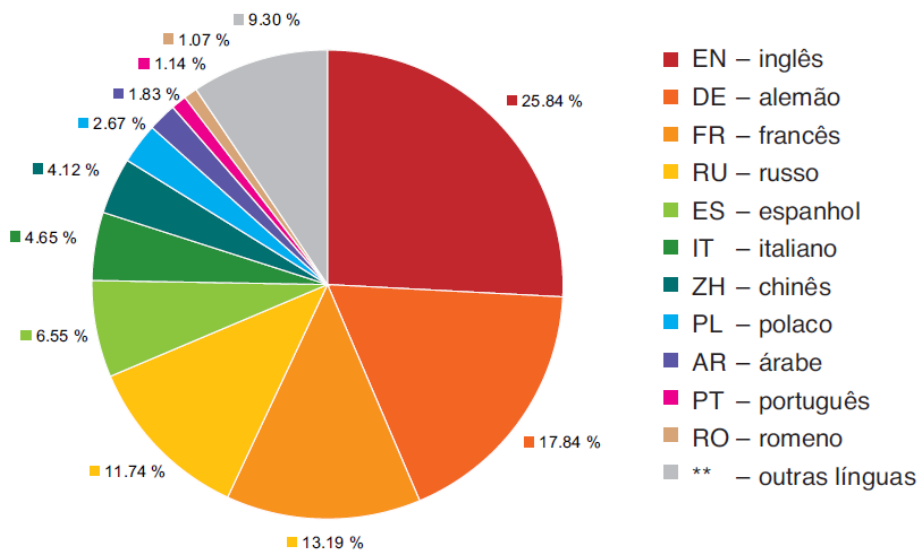
Em vários estudos levados a cabo pela Comissão Europeia e pelo ELAN (European Language Activity Network), foi identificada uma clara ligação entre as línguas e o sucesso na exportação. Os quatro elementos centrais da gestão de línguas associados a um bom desempenho nas exportações são: seguir uma abordagem estratégica à comunicação

multilingue, nomear falantes nativos, recrutar pessoas com competências linguísticas e utilizar tradutores e intérpretes.

Poderão registar-se ganhos bastante significativos em toda a economia, se as pequenas e médias empresas (PME) exportadoras empregarem uma ou mais destas técnicas. Estudos confirmam também a importância do inglês como a língua global e preferencial dos negócios, o que pode ser também constatado no gráfico que se segue.

No entanto, à medida que os contactos aumentam e se vão diversificando, verifica-se a necessidade de utilizar (e dominar) outras línguas para que essas hipotéticas relações comerciais se tornem numa sólida e frutuosa realidade. Entre as línguas mais citadas como sendo as mais importantes, encontram-se as principais línguas europeias - o alemão, o francês e o espanhol - mas também outras línguas do mundo, como o mandarim, o árabe e o russo. Além disso, de acordo com o referido estudo, cerca de metade das PME exportadoras inquiridas planeavam, nos três anos seguintes, expandir-se para novos mercados internacionais. Daí que a procura por novas competências linguísticas iria também aumentar e revelar novas alternativas e pontos de interesse.

Línguas que as PME necessitariam de adquirir ou aperfeiçoar nos próximos três anos



Fonte: Estudo ELAN, 2006 in Recomendações do Fórum das Empresas para o Multilinguismo criado pela Comissão Europeia, Direcção-Geral da Educação e da Cultura, **As Línguas são a Alma do Negócio: As línguas facilitam o funcionamento das empresas.**

Há ainda outras conclusões que podem ser tiradas do estudo (datado de 2006) efectuado pela ELAN, nomeadamente, o facto de se verificar que um quarto das PME ainda considerava necessário melhorar o seu nível de inglês. No entanto, e ao mesmo tempo, nota-se uma crescente tendência para a aprendizagem de outros idiomas. Línguas como o alemão, o francês e o russo começam a merecer cada vez maior destaque, (sendo igualmente muito procurados para segunda língua). O mandarim obtém, também, pontuações muito elevadas entre as empresas multinacionais.

No entanto, importa referir que o domínio e desenvolvimento de competências linguísticas, (outras, para além da língua materna), não devem ser analisados isoladamente. Na verdade, as vantagens que advêm da aquisição de melhores competências linguísticas não se limitam unicamente a áreas empresariais (de vendas e do *marketing*), antes são transversais a todo o tipo de actividades. E tal facto explica-se pela cada vez mais complexa e diversa rede de relações presentes no seio de uma empresa. E é com esta rede de relações que as empresas necessitam de lidar: contactos com diferentes categorias de prestadores de serviços, fornecedores e abastecedores, esclarecimento de dúvidas, contacto com clientes estrangeiros, entre outros. Por outras palavras, e fruto da já referida globalização, o mercado das empresas (e por conseguinte as dificuldades e exigências) ultrapassa fronteiras, é cada vez mais internacional, multicultural e pluridisciplinar. E, idealmente, a empresa deverá dominar todo o processo (por exemplo: uma empresa portuguesa recebe matéria-prima da América do Sul, angaria parcerias com França, necessita de mão-de-obra especializada de Inglaterra e estabelece acordos de exportação com a Índia enquanto perspectiva novos mercados na Polónia e Rússia).

Vários estudos de investigação também revelam que os mercados internacionais têm vindo a integrar trabalhadores competentes de diferentes nacionalidades. Assim, torna-se necessário lidar com diferentes sensibilidades, necessidades e culturas. Mais uma vez o domínio das línguas em questão constituirá uma óptima maneira de resolver tais imprevistos (competências linguísticas implicam melhores competências culturais).

No entanto, algumas empresas consideram cada vez mais difícil contratar pessoal qualificado com competências linguísticas que vão além do inglês básico. Contudo, em grande parte da Europa, este cenário tenderá a mudar, uma vez que o inglês é já considerado uma competência básica e parte integrante do ensino básico. Neste contexto, a

necessidade de manter uma vantagem alargando as competências linguísticas para além do inglês será sentida de forma mais acentuada.

De acordo com esta visão, as línguas serão utilizadas de forma mais eficaz no futuro, a fim de atingir novos grupos-alvo, comunicar de forma mais eficiente e de estabelecer relações estratégicas duradouras, otimizando assim o desempenho.

Para concluir, basta dizer que um conhecimento de línguas estrangeiras (adequado às necessidades da empresa) e uma sensibilidade intercultural proporciona um ambiente de trabalho favorável, melhora as relações com os clientes e promove relações empresariais de sucesso. Contudo, em muitos casos, as empresas — sobretudo as PME — ainda não possuem o nível e os recursos necessários para incorporar as línguas nos seus planos de actividade.

2.2 Barreiras linguísticas e culturais nos negócios

A capacidade para compreender e comunicar em línguas estrangeiras está a tornar-se numa competência fundamental não só para os departamentos de vendas, (ou representantes no estrangeiro), mas para todos os trabalhadores. Por vezes, devido à falta de competências linguísticas dos trabalhadores as empresas ficam prejudicadas na corrida da competitividade. Assim, alguns erros em termos de comportamentos culturais e desentendimentos podem sair muito caro às empresas. Segundo um estudo da Comissão Europeia sobre o impacto na economia da UE da escassez de competências em línguas estrangeiras nas empresas, 11% das PME exportadoras da UE poderão estar a perder oportunidades de negócio todos os anos devido a obstáculos de natureza linguística e interculturais.

Apesar de não haver dúvidas de que a língua inglesa manterá o seu papel de liderança, enquanto língua comercial mundial durante muito tempo, serão outras as línguas a marcar a diferença entre a normalidade e a excelência de uma empresa e a criar a tão ansiada vantagem competitiva. Ou seja, actualmente não é através do inglês que se vai alcançar uma vantagem competitiva, mas sim através de uma segunda língua, de línguas minoritárias (tanto melhor se forem as línguas dos clientes).

Para além das competências linguísticas, também a falta de competências culturais pode levar a desentendimentos e a perda de negócios. Os costumes e a linguagem corporal dos intervenientes pode diferir de cultura para cultura, mesmo que as negociações se efectuem na mesma língua (por exemplo, nas culturas asiáticas abanar a cabeça de um lado para o outro significa sim, já para os Ocidentais tal seria interpretado como um não - não sendo, na verdade, esta a mensagem que se pretendia transmitir). Este é apenas um de muitos exemplos de como um simples gesto pode originar um sem número de equívocos que vêm dificultar as negociações.

3. MULTILINGUISMO/ PLURILINGUISMO

*“Um indivíduo multilingue é alguém que consegue comunicar em mais do que uma língua, quer seja de forma activa (sob uma forma falada/oral ou escrita) ou passiva (através de compreensão ou leitura).³ (Wei:2008, in **Handbook of foreign language Communications and Learning**, Göttingen, Mouton de Gruyter, 2009).*

A definição é composta por duas partes: o significado nuclear do prefixo “*multi*” que significa “mais do que uma” e, neste caso, “*lingue*” referente a língua (mais do que uma língua).

Uma língua é essencialmente um meio de comunicação, organizado de acordo com regras e convenções. As regras são complexas mas muitas vezes flexíveis (há muitas irregularidades e excepções) e, conseqüentemente, as línguas estão em constante transformação. As línguas mudam por variadíssimas razões. No mundo moderno, são necessárias novas palavras para descrever novas tecnologias, como é o caso de expressões como “computador”, “e-mail”, “Internet” e outros termos informáticos, cujo uso é um fenómeno relativamente recente.

3.1 Políticas da UE

Desde 1993, com a criação do mercado único, o multilinguismo tornou-se essencial para que tanto os cidadãos como as empresas possam tirar pleno partido das oportunidades dele resultante.

3.1.1 Estratégia de Lisboa

Em 2000, a UE definiu como objectivo estratégico de, até 2010, se tornar na economia (baseada no conhecimento) mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social.

³ Research perspective on bilingualism and multilinguism. In: Li Wei and Melissa G. Moyer(eds.), *The Blackwell Guide to Research Methods in Bilingualism and Multilingualism*, 3-17, Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing.

A aprendizagem de outras línguas contribui para este objectivo e quanto mais precoce melhor, uma vez que só traz vantagens - entre elas inclui-se a melhoria das competências cognitivas e das competências na própria língua materna. O facto de as crianças começarem a ter contacto com uma língua estrangeira desde cedo é extremamente vantajoso, pois quando forem mais adultos atingirão um maior nível de fluência e domínio da língua em questão.

As competências linguísticas distribuem-se de forma desigual por países. O leque de línguas estrangeiras faladas pelos europeus é reduzido, limitando-se fundamentalmente ao inglês, francês, alemão e espanhol. Aprender apenas uma língua franca é redutor, por isso cada cidadão europeu deve possuir competências de comunicação suficientes em, pelo menos, duas outras línguas, para além da sua língua materna.

Normalmente, a primeira língua estrangeira com a qual se costuma ter contacto é a língua inglesa. No entanto, esta já não é vista como uma competência complementar, mas sim como uma necessidade essencial. Daí que tenha surgido o slogan *English is not enough*. Esta iniciativa aplica-se essencialmente aos nativos de inglês, de forma a encoraja-los a aprender outra língua estrangeira e aos demais cidadãos que dominam a língua inglesa e pensam que as suas competências linguísticas já são suficientes.

“Aprender a língua do parceiro comercial” também é uma das razões frequentemente referida como motivo para se aprender línguas estrangeiras. No caso de parceiros comerciais que possuam uma língua diferente, parece lógico que se pretenda aprender a sua língua para que seja possível comunicar eficientemente e cumprir os objectivos pretendidos. Assim, deve aprender-se uma língua estrangeira que seja mundialmente utilizada para comunicar, (como é o caso da língua inglesa), e uma segunda língua que deverá ser a língua do país vizinho ou uma língua minoritária. Por exemplo, alguém que viva na Alemanha deve aprender inicialmente Inglês, Francês ou Espanhol, pois são línguas que permitem um maior nível de comunicação e, posteriormente, aprender polaco ou dinamarquês como línguas vizinhas ou turco ou russo como línguas minoritárias.

3.1.2. Barcelona

O Conselho de Ministros de Barcelona de 2002 estabeleceu, para cada cidadão, a ambiciosa meta de uma "Língua materna mais duas outras línguas (estrangeiras) ", privilegiando a capacidade de comunicação efectiva - isto é, mais as competências activas do que o conhecimento passivo. Não se pretende alcançar a fluência do “falante nativo”, mas exigem-se níveis adequados de competências de leitura, compreensão auditiva, expressão escrita e oral em duas línguas estrangeiras, a par de competências interculturais. Esta meta conduziu, por sua vez, a uma política mais activa de promoção da aprendizagem e do ensino de línguas, recorrendo a vários programas europeus no domínio da educação e da formação.

Contudo, para garantir a realização deste objectivo será preciso implementar uma série de medidas concretas junto daqueles que mais necessitam (e que ainda não beneficiam das vantagens do multilinguismo): as pessoas monolíngues ou aquelas que manifestam dificuldades na aprendizagem da primeira língua estrangeira, os alunos que abandonam precocemente a escola, a população mais idosa e outros adultos já afastados do sistema educativo. Assim, para promover a participação dos adultos e jovens, torna-se urgente encontrar novos métodos de ensino para estes grupos específicos: através de programas didácticos de carácter lúdico e menos teóricos, utilização dos meios de comunicação social e das novas tecnologias. Na prática, o ensino de línguas deverá ser adaptado às necessidades e ritmo específicos de cada grupo-alvo, tendo em conta os objectivos finais, as dificuldades sentidas, o tipo de escola (formação profissional, pós-laboral, jovens ou adultos, etc). Iniciativas destinadas a promover a mobilidade, deveriam ser amplamente disponibilizadas aos cidadãos da EU, estudar ou trabalhar no estrangeiro é das formas mais eficazes de aprender novas línguas e entrar em contacto com outras culturas. Todos os alunos deveriam estudar fora do seu país, de preferência numa língua estrangeira, durante pelo menos um período universitário e obter um diploma em línguas reconhecido como parte da sua formação universitária. Na opinião dos estudantes “Erasmus”, o desenvolvimento das competências linguísticas constitui a principal vantagem do período passado no estrangeiro.

O conselho Europeu de Barcelona propôs como valor de referência cerca de 80% dos alunos do terceiro ciclo do ensino básico estariam a aprender pelo menos duas línguas

estrangeiras. Esta proposta corresponde ao objectivo fixado no sentido de se ensinarem pelo menos duas línguas estrangeiras desde a mais tenra idade. Ultimamente, tem havido um rápido incremento no ensino das línguas na educação pré-escolar. A título de exemplo, em 2000, 40% dos alunos nos primeiros anos de ensino recebiam aulas em duas línguas estrangeiras; em 2006, esta percentagem já tinha subido para 52%.

Em Portugal, a recente introdução do ensino de inglês nas escolas primárias tem como objectivo desenvolver a consciência plurilinguística de forma a aumentar o nível de competitividade da mão-de-obra e da economia portuguesa.

3.1.3 Ano Europeu do Diálogo Intercultural

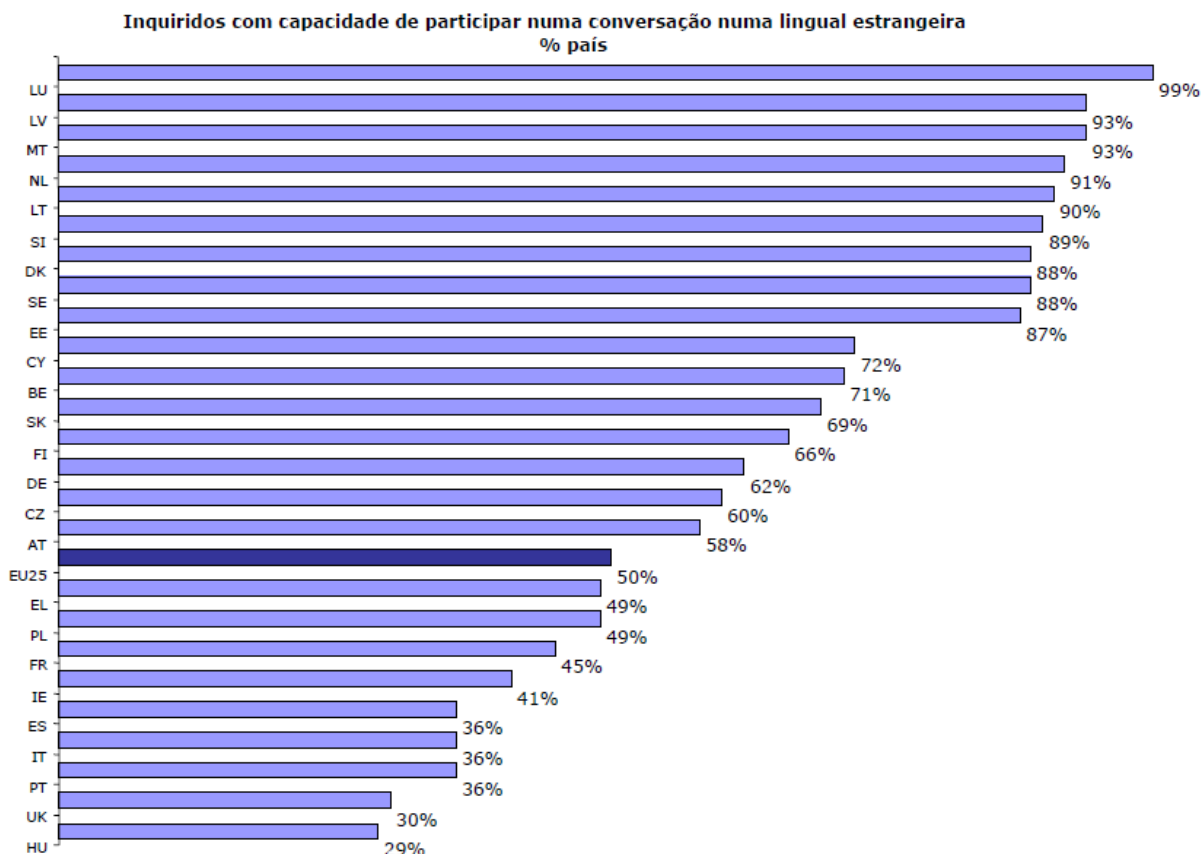
2008 foi declarado o Ano Europeu do Diálogo Intercultural. Neste âmbito, é outro aspecto do multilinguismo que é evidenciado, isto é, o das línguas como um instrumento para fomentar a compreensão mútua e a integração.

A política da União Europeia em matéria de multilinguismo prossegue os seguintes objectivos:

- incentivar a aprendizagem de línguas e promover a diversidade linguística na sociedade;
- fomentar uma economia multilingue sólida;
- promover a integração social através de melhores conhecimentos linguísticos e da aceitação de outras línguas.

3.2 Resultados finais - Quão plurilinguísticos são os europeus?

As sociedades europeias, incluindo Portugal, estão agora comprometidas com o multilinguismo. Desta forma, incentivar o ensino de línguas desde criança, vai fazer com que esta nova geração cresça bilingue e, por conseguinte, possua uma mais-valia no seio do mercado de trabalho. No entanto, como é demonstrado pelos resultados do inquérito, em baixo, ainda há um longo caminho a percorrer.



Fonte: Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Conselho Económico e Social Europeu ao Comité das Regiões, *Um novo quadro estratégico para o multilinguismo*, Eurobarómetro, Bruxelas, 2006

Os resultados dos inquéritos evidenciam um progresso no caminho do multilinguismo. Em 2001, 53% dos inquiridos afirmavam que falavam uma língua (para além da língua materna). Em 2006, este número subiu para 56%.

Os campeões do multilinguismo na UE são os luxemburgueses, dos quais 99% sabem pelo menos uma língua estrangeira, seguidos pelos eslovacos (97%) e pelos letões (95%).

Em 2006, 28% dos inquiridos falavam duas línguas estrangeiras (26% em 2001).

As segundas línguas mais populares são o inglês, o francês e o alemão, seguidas do espanhol e do russo.

Em geral, os inquéritos revelaram que os estados-membros mais pequenos, com várias línguas oficiais, possuíam os maiores níveis de multilinguismo. O mesmo se verifica em relação a países com línguas nacionais menos divulgadas e com "intercâmbio linguístico" com países vizinhos.

Em 2006, apenas seis dos estados-membros tinham uma maioria significativa de monolinguistas: Irlanda (66% das pessoas não sabem nenhuma outra língua para além da língua materna), Reino Unido (62%), Itália (59%), Hungria (58%), Portugal (58%) e Espanha (56%).

Só uma minoria de europeus considera que a aprendizagem de línguas não é importante: 8% em 2006, (embora este número represente um ligeiro aumento em relação aos 7% de 2001).

4. QUE LÍNGUAS?

4.1 Inglês

Não há dúvidas de que a língua inglesa é a língua mais ensinada, lida e falada de todo o mundo. A propagação global da língua inglesa deveu-se a duas diásporas: a primeira envolveu migrantes ingleses do Reino Unido para a Austrália, Nova Zelândia e América do Norte. Estes migrantes transportaram consigo a língua e divulgaram-na por estes novos continentes; a segunda diáspora direccionou-se para o continente asiático e africano. Assim, a língua inglesa foi levada para novos contextos, passando a fazer parte dessas novas realidades e, ao longo dos anos, foi-se enraizando no quotidiano das pessoas, revelando-se extremamente importante e útil para as populações locais.

Desde essa época até aos nossos dias existem muitos países que adoptaram a língua inglesa como língua oficial do seu país (segue em baixo a lista desses países).

Countries in which English has official status

Antigua and Barbuda	Irish Republic	St. Vincent and the Grenadines
Australia	Jamaica	Seychelles
Bahamas	Kenya	Sierra Leone
Barbados	Lesotho	Singapore
Botswana	Liberia	Tamil
Brunci	Malawi	South Africa
Cameroon	Malta	Surinam
Canada	Mauritius	Swaziland
Dominica	New Zealand	Tanzania
Fiji	Nigeria	Trinidad and Tobago
Gambia	Papua New Guinea	Uganda
Ghana	Philippines	United Kingdom
Grenada	Puerto Rico	United Status of America
Guyana	St Christopher and Nevis	Zambia
India	St Lucia	Zimbabwe

Source: Adapted from Crystal (1987), p.357, *Analysing English in a global context*, 2001

Assim, pode constatar-se que cerca de 5,6% da população total mundial tem o Inglês como primeira língua. Este número duplica quando são contabilizadas as pessoas que falam inglês como segunda ou terceira língua.

Um dos fenómenos linguísticos mais marcantes do século XX foi a expansão fenomenal da língua inglesa para todas as partes do globo. Actualmente, a língua inglesa parece ser obrigatória. Esta é, sem dúvida, a língua estrangeira mais aprendida, sendo geralmente vista como uma língua que pode abrir portas em futuras oportunidades (trabalho, turismo,

etc). A língua inglesa emergiu como a primeira língua global, numa época em que era necessário e possível, tornando-se numa língua franca internacional – uma espécie de esperanto dos dias modernos.

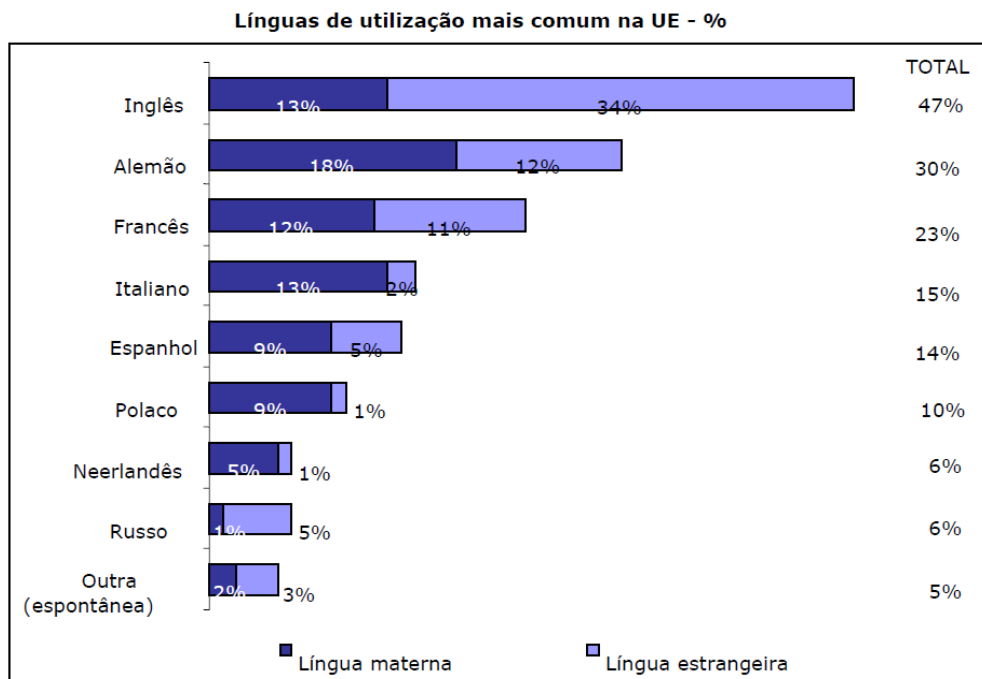
A língua inglesa é declaradamente a língua da ciência e da tecnologia. Assim, é a língua da investigação e desenvolvimento; é a língua da diplomacia e, conseqüentemente é a língua das relações internacionais; é a língua dos negócios, por isso, é a língua do desenvolvimento económico e da modernização. Além disso, não nos podemos esquecer do facto de esta ser a língua oficial falada nos países mais poderosos do mundo (e de outros, económica e estrategicamente bem posicionados), sendo, por isso, o idioma preferencialmente utilizado em negociações internacionais.

Na educação a língua inglesa também alcançou uma posição de destaque: nos currículos das escolas ou nas universidades, a língua inglesa é dominante (mesmo no que diz respeito à língua utilizada para escrever teses ou dissertações). Em relação à publicidade, dada a sua abrangência e transversalidade de público e culturas, a língua inglesa é aquela que é mais utilizada quando se pretende atingir uma escala de divulgação global. O grau de penetração da língua inglesa nas outras línguas é tal que há imensas palavras inglesas que já se tornaram correntes e perfeitamente aceites como sendo suas desde sempre (por exemplo em Portugal utilizamos como dado adquirido as palavras como “hamburger”, “CD”, “cocktail”, “feedback”, “feeling”, “fast-food”, “stress”, “T-shirt”, entre muitas outras).

De uma forma geral, não se pode dizer que a língua inglesa seja melhor, mais fácil de aprender ou mais simpática/agradável, mas tem que se admitir que é a mais poderosa e hegemónica, uma vez que se tornou indispensável para a comunicação e organização do mundo.

A língua inglesa pode, assim, ser considerada um instrumento de globalização no sentido em que é uma parte envolvida e inevitável do processo, não devendo, no entanto, ser compreendida como o único veículo de transmissão de ideologias globalizadas.

Como se pode constatar através do gráfico em baixo, a língua inglesa é aquela que é mais estudada como língua estrangeira, na UE. No entanto, na UE não é aquela que apresenta o maior número de falantes nativos.



Fonte: Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Conselho Económico e Social Europeu ao Comité das Regiões, *Um novo quadro estratégico para o multilinguismo*, Bruxelas, 2006

4.2 Espanhol (Castelhano)

No final do século XV, a língua espanhola já estava consolidada na Península Ibérica. Seria, então, altura de esta se estender ao continente americano (através da sua colonização). Por esta altura, além de se falar em Espanha, o espanhol torna-se na língua oficial de todos os países sul-americanos (excepto Brasil e Guiana Francesa), as seis repúblicas da América Central, México, Cuba, República Dominicana e Porto Rico. Fala-se também nas Ilhas Baleares e Canárias, em algumas partes de Marrocos, na costa oeste de África e na Guiné Equatorial (assim como em muitas cidades cosmopolitas).

Actualmente, há, espalhados pelo mundo, mais de 500 milhões de falantes de espanhol. Naturalmente, a pronúncia e o uso da língua espanhola a nível oral variam segundo o país, existindo assim diversos dialectos de espanhol, mas as diferenças regionais não são tão marcantes que impeçam que os diversos utilizadores das diversas zonas não se entendam.

Entre as muitas línguas do mundo o espanhol ocupa as primeiras posições. O inglês é a língua oficial ou co-oficial de 45 países, o francês de 30 e o espanhol de 25.

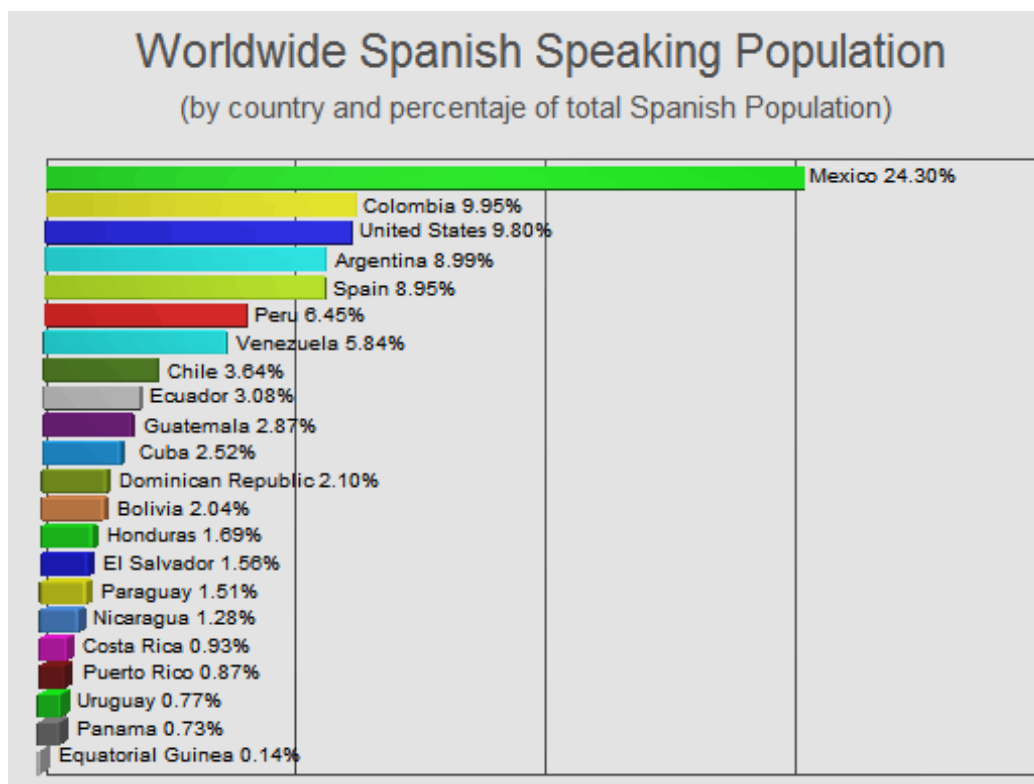
Segundo Aguilar Zinzer (2000) a língua espanhola, *Es la lengua, no de un espacio dominante, sino de naciones periféricas que juegan un papel relativamente marginal en la*

*economía global, en los asuntos políticos mundiales y en la producción de ciencia y tecnología.*⁴

Em Junho de 2006 ocorreu, em Sevilha, o primeiro seminário sobre o valor económico do castelhano. A quantificação económica da língua espanhola foi, segundo Martin Municio, estimada em 15% do PIB. Além disso, foram determinados 180 produtos e 70 serviços que não poderiam existir sem a língua espanhola. Concluiu-se também que o espanhol é uma das poucas línguas realmente multinacionais do mundo e, actualmente, encontra-se em franca expansão nos Estados Unidos, (onde há uma sólida comunidade hispânica com mais de 40 milhões de falantes). A popularidade do espanhol nos EUA é tal, que está prestes a tornar-se no segundo país onde mais se fala espanhol, depois do México e do Brasil - onde já foi instaurado como ensino obrigatório. Desde há uma década, o espanhol ultrapassou o francês como língua estrangeira mais popular nas escolas e universidades norte-americanas. Cresceu também na Europa, onde já é a segunda língua escolhida por estudantes ingleses, franceses e portugueses. Até agora, o maior número de alunos interessados provinha dos países da América latina, mas na Europa também está a ganhar grande força, principalmente entre os profissionais de Portugal, Alemanha e França. Quem solicita o seu ensino são, na sua maioria, profissionais com experiência e que pretendem progredir na sua carreira e também empresas com o objectivo de alcançar maior competitividade no mercado espanhol.

Neste gráfico, em baixo, pode ter-se a percepção de o quão grande é a comunidade de falantes nativos de espanhol, apresentando uma maior percentagem na América Latino e nos Estados Unidos.

⁴ Zinser, Adolfo Aguilar: Globalidad en español. Reforma 2000 in “El español - la empresa multinacional: El impacto de la lengua y cultura española en el mundo actual.” *Sociedad y Discurso*, Dinamarca, Nº10, 2006, p. 109-119



Fonte: www.SpanishSEO.org 2005

Outra das conclusões a que se chegou foi que a língua espanhola é um valor em crescimento no século XXI e uma fonte criadora de riqueza com enormes potencialidades. No mundo dos negócios a língua espanhola já demonstrou a importância do seu papel. O espanhol como língua comum estimulou as transações internacionais entre os países membros da Comunidade Ibero-americana, reduzindo os custos e contribuindo para uma maior confiança nas relações, fazendo com que muitas empresas entrassem mais facilmente no mercado latino-americano.

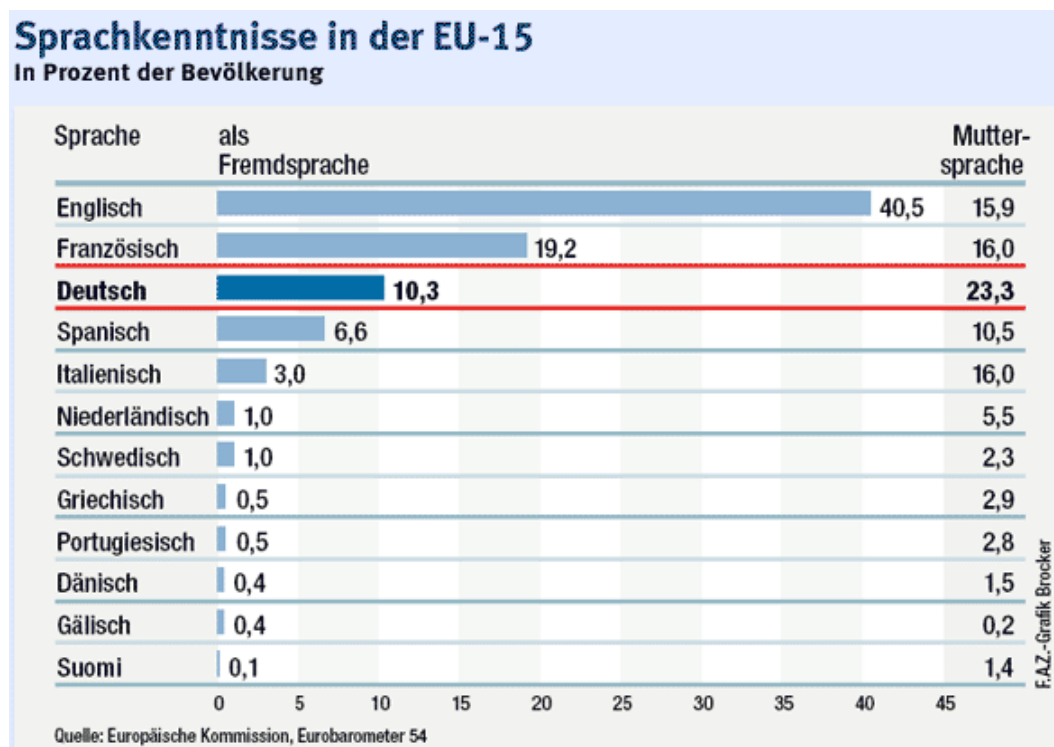
Segundo a UNESCO, a Espanha ocupa agora o nono lugar no ranking dos países com mais poder económico (a nível mundial). Consequentemente, a língua espanhola é a quarta mais falada no mundo e a segunda língua - a seguir ao Inglês - mais utilizada em comunicações internacionais. Pode, até, dizer-se que a língua espanhola está na moda: o seu ensino cresceu 150% no Japão e 80% na Europa de Leste, enquanto nos Estados Unidos, Brasil e Canadá não há professores suficientes para fazer face à procura. Assim, prevê-se que, em 2030, o espanhol supere o Inglês e se converta na segunda língua de uso e intercâmbio económico no mundo, só ultrapassada pelo chinês. E, num espaço de aproximadamente 45

anos, uma quarta parte da população mundial utilizará o espanhol para realizar transacções económicas.

No entanto, a UNESCO também relembra que as principais línguas europeias estão a apresentar um declive considerável no que diz respeito ao uso científico e tecnológico - o que só beneficia o Inglês, que continua a ocupar uma posição dominante.

4.3 Alemão

O alemão é outra das línguas com relevância internacional, é a língua com o maior número de falantes na União Europeia, tal como se pode observar no gráfico, o que se deve ao facto da língua alemã, ser a língua oficial na Alemanha, Áustria e também numa parte da Suíça. Na Comissão Europeia, as línguas de trabalho, como por exemplo, Inglês, Alemão e Francês têm um estatuto semelhante. No dia-a-dia dos negócios, a par da posição dominante do Inglês, a língua alemã apresenta-se equiparada à importância que assume a língua Francesa e Espanhola. No ano 2002, 57% dos documentos oficiais da União Europeia eram escritos em Inglês, 25% em Francês e só 5% em Alemão.



Fonte: „Sprache ist Macht“, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 15 Junho 2004 in Eurobarometro da Comissão Europeia

O alemão é a sexta língua mais falada no mundo. É falado por cerca de 128 milhões de falantes espalhados pela Alemanha, Áustria, Suíça, Liechtenstein, Bélgica, Itália, França, Dinamarca, Polónia, Hungria, Roménia, Rússia, Ucrânia, Luxemburgo, República Checa, Eslováquia, Estónia, Letónia, Lituânia, EUA, Canadá, Brasil, Argentina, Paraguai, Austrália, África do Sul e Namíbia.

Através da análise do gráfico em cima, pode afirmar-se que a língua alemã é a que ocupa a terceira posição do ranking das línguas estrangeiras aprendidas na EU, sendo unicamente suplantada pelo Inglês e, também pelo Francês.

Os países de língua alemã desempenham um papel de liderança na rede mundial do comércio. É um facto aceite que empresas globais dos países de língua alemã utilizam hoje muito inglês, mas também cultivam o alemão, avaliam o seu conhecimento como qualificação adicional e oferecem cursos próprios de alemão. Em muitas partes, há necessidade de conhecimentos de alemão no sector económico. Assim, 11% das empresas na União Europeia queixam-se de prejuízos por falta de conhecimento do alemão (estudo “ELAN”, de 2006).

4.4 Francês

Actualmente a língua francesa é falada (como língua materna) principalmente em França, de onde ela é originária, na Bélgica, no Canadá, (principalmente no Quebec e Ontário), e numa parte da Suíça (onde o francês é uma das quatro línguas oficiais). A língua francesa é oficial (ou co-oficial) em 28 países, onde ocupa uma posição estratégica privilegiada no que toca à administração, ensino, justiça e *media*. A língua francesa é a quarta mais falada no mundo e é uma das seis línguas oficiais da ONU, língua de trabalho de algumas organizações regionais (como a EU) e do Comité Olímpico Internacional. No entanto, a influência do francês nos domínios científicos e económicos internacionais foi suplantada pelo inglês.

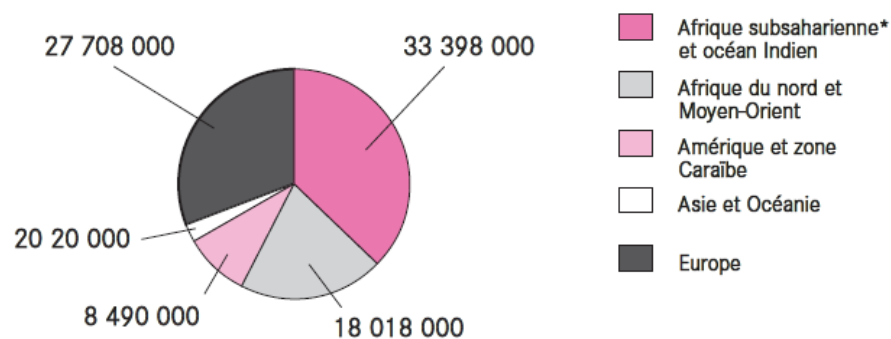
A língua francesa é aquela que está a progredir mais rapidamente no continente africano, tanto como língua oficial como estrangeira. A língua francesa é ensinada em muitas universidades de todo o mundo e tem uma influência especial no mundo diplomático, jornalístico, jurídico e académico. O francês é a segunda língua estrangeira mais popular ensinada nas escolas da União Europeia (o espanhol está unicamente em quarto lugar), no

entanto, em Portugal o ensino da língua francesa, (e também do alemão) como segunda língua já foi suplantado pelo espanhol.

Em 2005, a língua francesa era aprendida por mais de 89 milhões de alunos.

Tal como se pode constatar através da análise do gráfico, a língua francesa possui um maior número de aprendentes na África subsaariana, em segundo lugar na Europa, em terceiro lugar, na África do Norte e médio oriente e, nas últimas posições na América e zona do Caribe e na Ásia e Oceânia.

Répartition géographique du nombre d'apprenants



* dont environ 7 millions en République démocratique du Congo et 3 millions au Bénin

Fonte: Délégation générale à la langue française et aux langues de France, *La langue française dans le monde*, Paris, 23 Março 2006

5. BUSINESS LANGUAGES

Desde as últimas décadas (1970), as línguas para negócios têm vindo a atrair cada vez mais interesse. Ensinar línguas de negócios envolve ensinar línguas a adultos que trabalham num contexto empresarial ou que se preparam para trabalhar no mundo dos negócios. Podemos considerar como o mundo de negócios tudo o que é compreendido entre pequenas empresas privadas e as grandes multinacionais. Os cursos podem ser mais longos ou mais curtos e as aulas podem ser ministradas na empresa, escolas de línguas ou mesmo noutros espaços criados para o efeito.

As línguas para os negócios têm muito em comum com as línguas de contexto geral, mas diferem em muitos aspectos, uma vez que os objectivos dos cursos devem ser completamente diferentes daqueles de língua geral. Os objectivos destes cursos vão estar sempre relacionados com o trabalho dos alunos. Por vezes, isto pode significar desenvolver competências negociais generalizadas e, também, pode apresentar um carácter mais prático como, por exemplo, quando envolve a preparação de linguagem técnica do sector em que se trabalha ou então preparar especificamente uma reunião de negócios numa língua estrangeira.

Neste tipo de cursos também é importante saber desde o início quais são as expectativas dos alunos ou dos responsáveis, para que ao longo do curso elas sejam satisfeitas. Uma das características mais importantes das línguas de negócios é que a língua é usada para atingir um fim e o uso bem sucedido desta língua é vista em termos de negociações bem sucedidas para a empresa. Os utilizadores de línguas de negócios necessitam de saber falar a língua em questão para que possam atingir melhor os objectivos no seu trabalho.

5.1 Pressuposto

A maioria das necessidades linguísticas das pessoas do mundo dos negócios (tirando a linguagem social) é transaccional: para atingir os objectivos que se pretendem e persuadir os outros, para concordar ou discordar das propostas, etc. Por isso, a linguagem tende a ser mais objectiva do que subjectiva e pessoal, por exemplo em reuniões é mais apropriado utilizar uma linguagem formal e objectiva, do que expressar sentimentos e opiniões.

5.2 Aspectos sociais

As pessoas de negócios têm a necessidade de estabelecer contacto com pessoas que nunca viram ou que conhecem só de vista. Normalmente, as reuniões são as mais curtas possíveis, uma vez que as pessoas de negócios têm sempre um tempo escasso para despender. Por isso, tendem-se a ritualizar os contactos sociais de modo a que as pessoas de culturas diferentes e com diferentes línguas maternas se possam sentir rapidamente à vontade umas com as outras. Deste modo, na maioria das situações, é adoptado um estilo formal e educado, mas também curto e directo (nas apresentações). No entanto, nalgumas situações é necessário mais do que isto, dependendo das culturas com as quais se está a trabalhar, sendo por vezes mesmo necessário continuar a conversação durante o almoço, podendo-se assim construir uma boa relação, evitando demasiada intimidade.

5.3 Comunicação clara

As informações devem ser fornecidas com o mínimo risco de desentendimento e de forma atempada. Para tal, a comunicação deve efectuar-se de forma clara, lógica, usando também alguns conectores de discurso, que indiciam um raciocínio lógico e organizado, (como por exemplo, “por esta razão”, “assim”, “como resultado”, “a fim de”). Frequentemente, também há a necessidade de se ser conciso – principalmente quando se comunica por telefone ou fax.

A maioria das pessoas pelo mundo conduz maioritariamente as reuniões em inglês, mesmo que a língua inglesa seja uma língua estrangeira para todos os presentes. A linguagem que será utilizada não será rica, nem em vocabulário nem em expressões, tal como a que é usada por utilizadores nativos, no entanto, vai ser baseada num núcleo de vocabulário e expressões mais úteis e básicas e que todos dominam. As pessoas de negócios nem sempre têm a necessidade de conhecer o funcionamento e a complexidade da gramática e da língua. No entanto, nos cursos de línguas direccionados para negócios há áreas estruturais que merecem mais atenção do que nos cursos gerais de inglês, como por exemplo, os condicionais que podem ser utilizados nas negociações, formas de expressar possibilidade ou cortesia.

6. ENSINO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS

Os/as professores/as de línguas têm um papel crucial a desempenhar na criação de uma Europa multilingue. É a eles, mais do que aos professores de outras disciplinas, que compete dar o exemplo dos valores europeus de abertura aos outros, tolerância em relação às diferenças e vontade de comunicar.

Em particular, a possibilidade dos/as professores/as passarem algum tempo num país estrangeiro é considerada um elemento essencial para melhorar a sua fluência nas línguas que ensinam e desenvolver as suas competências interculturais.

Actualmente, a mobilidade dos professores é muito fraca. Tal deve-se a dificuldades no acesso à profissão docente no estrangeiro, à falta de incentivos profissionais, ou mesmo a sanções ao nível da progressão na carreira, e à rigidez dos intercâmbios bilaterais e multilaterais, o que combinado desencoraja a participação de muitos professores nestas iniciativas. Por estes motivos, desde há já algum tempo que os programas *Sócrates/Comenius* e *Leonardo da Vinci* são considerados como uma boa opção para quem pretende exercer a sua profissão no estrangeiro.

6.1 Conhecimento e experiência

A maioria dos professores de línguas de negócios têm formação superior na área do ensino, outros são nativos e outros combinam ambas as coisas. Outros há, que também já trabalharam em empresas e têm todo o conhecimento prático necessário para enveredar por este campo. Muitas escolas preferem estes últimos, uma vez que é mais fácil ensinar-lhes competências para ensinar do que acerca de negócios. Apesar de tudo um professor de negócios é essencialmente um professor que vai leccionar uma língua estrangeira. No entanto, por algumas razões podem enveredar para uma área mais específica como são as línguas de negócios. Uma delas é o facto de ter a possibilidade de trabalhar com alunos mais motivados, que na maioria das vezes se caracterizam como disciplinados, inteligentes e dinâmicos.

Um bom professor deve ter a capacidade de trabalhar com a mesma eficácia com um engenheiro, um manager, director ou empregado. Além disso, também têm de ter a capacidade para determinar o nível linguístico do aluno, uma vez que este está encarregue de distribuir materiais e trabalho e pretende-se que este seja adequado ao nível dos alunos.

6.2 Competências pessoais

Mais importante do que as qualificações e um historial no mundo dos negócios, para se ser um bom professor de línguas de negócios são as competências pessoais.

Assim, primeiro é essencial que se tenha uma personalidade extrovertida, gostar de estabelecer contacto e interagir com as mais diversas pessoas. Requer um sentido de humor apurado, mas também que se seja visto como um professor que leva o curso a sério, e que o professor veja as necessidades do aluno primeiro do que as suas, de forma a mostrar disponibilidade para esclarecer as dúvidas ou problemas que o aluno demonstre.

A segunda competência é que seja um bom negociador, isto é, para ter a capacidade de mostrar credibilidade perante os alunos e cursos, deve ser uma pessoa que tenha a capacidade de discutir e argumentar com os alunos a melhor forma de estruturar e conduzir o curso. Este facto requer, muitas vezes, algum tacto e diplomacia.

A terceira capacidade importante é ser curioso e interessado em todos os aspectos dos negócios, para que os alunos percebam que a realidade que está a ensinar também lhe interessa e faz, de certa forma, parte dela, tentando falar com algum conhecimento de causa.

6.3 Competências formativas: A abordagem comunicativa

O primeiro passo é criar um ambiente no qual se possa pôr em prática a comunicação real e que se possa praticar, para isso ajuda que os alunos se sintam confiantes e se sintam à vontade com o professor. Neste ambiente, as pessoas vão ter mais tendência para falar abertamente, e ao falarem vão desenvolver a sua fluência e destreza linguísticas. Quando os alunos começam a interagir, os professores devem encorajá-los, o que se pode fazer pelo simples facto de não estar sempre a corrigir todos os erros dos alunos, uma vez que isto muitas vezes provoca quebras no pensamento e desencoraja as pessoas de falar.

A chave para o sucesso também passa por criar grupos dinâmicos, que possam discutir os mais variados temas e que possam ter diferentes opiniões. Além disso, também é importante que os alunos não se sintam embaraçados quando não sabem alguma coisa e que se sintam à vontade de pedir ajuda ou esclarecerem alguma coisa sempre que têm dúvidas. Outro aspecto muito importante é dar um feedback positivo à performance dos alunos. Depois deste processo os alunos começam a prestar mais atenção às críticas

construtivas e permite-lhes focar nos pontos que devem melhorar, após isto começa-se também a desenvolver uma evolução nos alunos.

6.4 Competências Culturais

O ensino de línguas estrangeiras deve demonstrar que há ligações entre a cultura e a língua. Este é um dos grandes desafios pedagógicos desta actividade, pois consiste em integrar estas duas partes (a teórica – dos conhecimentos propriamente ditos - e outra mais prática – de aplicação dos conhecimentos adquiridos e inserção numa realidade/cultura concreta e específica) para que os alunos percebam que não se podem dissociar.

Os professores, ao ensinarem uma língua estrangeira, levam para dentro da sala de aula um novo mundo culturalmente diferente do dos alunos. Assim, os alunos devem ter em conta que os objectivos de aprender uma nova língua são os de adquirir uma competência comunicativa nessa língua estrangeira, mas também adquirir uma competência comunicativa intercultural.

No entanto, para que isto seja possível, também é requerido que o professor da língua estrangeira possua um conjunto de características e competências interculturais. Estas competências dizem respeito à forma como a pessoa se compromete e tem consciência da língua estrangeira e da capacidade que esta tem de ver o mundo através dos olhos de outra pessoa, a capacidade de agir como um mediador intercultural, a capacidade de avaliar os pontos de vista dos outros, a capacidade de conscientemente usar competências interculturais aprendidas, ler o contexto cultural e perceber que os indivíduos não se podem reduzir à sua identidade colectiva.

Além disso, requer-se que os professores tenham conhecimento sociocultural adequado da comunidade da língua estrangeira que ensinam, através de contactos frequentes ou variados que tenham estabelecido com ela. Que estejam familiarizados com os diferentes níveis comunicativos (comunicação verbal e não-verbal), na qual podem aparecer mal-entendidos interculturais e que sejam capazes de os explicar.

Uma forma de chamar a atenção dos alunos para a cultura da língua de que estão a aprender é através da comparação de variadas situações entre a sua cultura e a cultura da língua estudada, e depois ver os diferentes pontos de vista, sendo esta uma forma de os alunos alcançarem competências interculturais mais facilmente. O facto de os alunos terem

a consciência da importância das competências culturais e estando atentos a estas, torna-os mais tolerantes perante manifestações culturais diferentes com as quais se possam deparar.

6.5 Conteúdos

Nos cursos de línguas para negócios deve ter-se especial atenção à preparação e à escolha dos conteúdos que se pretende leccionar aos alunos. Estes conteúdos devem ir essencialmente ao encontro das necessidades dos alunos, de forma a ajudar a melhorar a sua performance no seu trabalho.

O primeiro procedimento que se deve ter ao iniciar um curso é avaliar as necessidades através de um inquérito, quer seja as necessidades dos alunos como as dos empregadores ou responsáveis. Depois disto também será importante fazer um teste aos alunos para determinar o seu nível de conhecimentos. Após este processo e o tratamento dos dados recolhidos resta preparar o curso.

Além disso, também se deve ter consciência que uma língua estrangeira apresenta duas características decisivas: é, predominantemente, aprendida num contexto formal, frequentemente numa sala de aula (ensino primário, secundário, superior), e com fins de comunicação internacional mais do que para comunicar com a comunidade que envolve o aluno.

Um dos primeiros procedimentos a efectuar quando se está a planear um curso é definir qual o sector e ver todo o vocabulário específico envolvente. Assim, em baixo evidencio também alguns conteúdos chave que devem ser introduzidos nos cursos de línguas para negócios:

- Dicas para viagens – Nesta fase deve ter-se em conta quais são os países de maior interesse para os alunos, por conseguinte devem ser abordadas algumas dicas culturais que podem ajudar no comportamento a adoptar perante diferentes culturas. Preparação também de vocabulário mais usado e small-talk.
- Preparação de Viagens – Ajuda na organização das viagens e na marcação de voos, hotéis, reserva de carros.
- Apresentações – Pode dizer respeito a apresentações da própria empresa, dos produtos e serviços.

- Encontros e reuniões – Podem identificar-se 3 posições: controlador, participante, co-operador. Cada uma delas implica posturas diferentes e devem ser tidas em conta durante o curso.
- Fornecer informações - organizar a mensagem e enfatizar os pontos importantes.
- Telefonar
- Marcar e desmarcar compromissos
- Correspondência Empresarial
- Socializar

6.6 Objectivos

Os objectivos dos cursos de línguas para negócios é satisfazer as necessidades dos estudantes, seja em que língua for. Se os alunos trabalharem em empresas multinacionais a sua primeira necessidade será ter a capacidade de comunicar (utilizar o telefone, falar com os managers estrangeiros, enviar ou responder a emails ou cartas, ler relatórios ou informações relevantes numa língua estrangeira). Quando os alunos trabalham em empresas que negociam com o estrangeiro, estes necessitam de estar preparados para enfrentar viagens de negócios, comunicar por telefone e fax e fazer contactos e contractos. Além disso, também poderá vir a ter a necessidade de fazer apresentações em língua estrangeira para divulgar o produto/serviço a novos clientes. No entanto, também nunca se deve descurar da parte cultural do curso, uma vez que quando se trabalham nestes ambientes, as competências interculturais são também uma chave importante para o sucesso das interacções.

6.6.1 A necessidade de enfatizar a performance

Como já foi mencionado uma das principais características dos cursos de línguas para empresas é enfatizar a performance, isto é, tornar os alunos operacionalmente efectivos. Para as pessoas nos negócios, a prioridade é estar capacitado para compreender as mensagens no estrangeiro e interpretá-las da forma mais proveitosa para a sua empresa. As principais necessidades que os alunos de línguas de negócios precisam de adquirir resumem-se nos seguintes tópicos:

- Falar de forma fluente, segura e com clareza na pronúncia;

- Competência linguística adequada para ter a capacidade de comunicar ideias sem ambiguidades e sem pressão para os ouvintes;
- Estratégias para seguir os principais pontos de discursos rápidos, complexos, e imperfeitos;
- Estratégias para clarificar e rectificar informação não clara;
- Rapidez de resposta às interacções dos outros;
- Conhecimento adequado e apropriado da língua e dos comportamentos das outras culturas e nas situações onde eles irão a acontecer;

Alguns dos alunos podem também necessitar de desenvolver competências de leitura e escritas.

7. COMO MELHORAR O DESEMPENHO DAS EMPRESAS?

Na maioria dos países, as organizações nacionais de promoção do comércio prestam orientação prática e apoio financeiro às empresas para reforçar as suas estratégias de exportação. Estes programas excluem geralmente as estratégias linguísticas, no entanto, estas têm de começar a chamar atenção para si pois podem ser muito vantajosas. Actualmente, há várias medidas que podemos tomar para se poderem melhorar os resultados das empresas:

- Descobrir quais as verdadeiras necessidades

As empresas devem ter consciência das competências linguísticas e interculturais dos seus trabalhadores e depois disso aproveitá-las da melhor forma. Após essa avaliação, devem estimar quais as necessidades que têm em falta para comunicar de forma mais eficaz com os seus clientes ou então para entrar em novos mercados.

- Investir em Formação

As empresas devem investir mais no desenvolvimento das capacidades dos seus trabalhadores para lidar com diferentes línguas. Uma mão-de-obra multilingue e multicultural precisa de uma formação adequada na língua de trabalho da empresa. Esta necessidade sente-se, especialmente, ao nível das PME onde não existe um conhecimento suficiente de outras línguas (para além de inglês) e onde a importância de implementar estratégias para desenvolver as competências linguísticas dos trabalhadores ainda é mais vital. Assim, estas empresas devem investir num amplo conjunto de estratégias de gestão linguística, como o investimento no ensino de línguas, o recrutamento (temporário ou permanente) de trabalhadores de diferentes línguas maternas e a colaboração com tradutores, intérpretes e mediadores culturais. Além disso, também podem procurar incentivar e/ou reforçar a mobilidade internacional dos seus trabalhadores.

- Aliar as novas tecnologias ao ensino de línguas

Com o rápido avanço que se tem vindo a registar no mundo das tecnologias, a aliança entre as novas tecnologias e as línguas é uma junção muito vantajosa e ideal, uma vez que é mais prático em termos logísticos, pode ser mais barato e é uma forma inovadora e motivadora

de incentivar os trabalhadores a estudar línguas. Assim, as empresas podem incentivar os seus trabalhadores ao adquirirem software de línguas, que por vezes também existe mesmo direccionado para os negócios e os trabalhadores podem levar os cursos de línguas ao seu ritmo e irem assim progredindo.

Além disso, também devem apostar na divulgação do site/tradutor IATE, criado pela Comissão Europeia, existente em várias línguas que efectua a tradução das mais variadas palavras, contando mesmo com a tradução de vocabulário específico e técnico das mais variadas áreas.

- Apoio do governo

Para além das empresas, também o governo deve criar incentivos de apoio a estas iniciativas, pois ao fazerem-no terão, a longo prazo, o seu retorno. As empresas ao investirem em estratégias linguísticas vão estar a valorizar-se, tornando-se mais competitivas. Consequentemente, e, em último caso, aumentarão a sua produtividade e melhorarão a imagem do país.

Para isso, o governo, em conjunto com a Comissão Europeia, começou já a mudar os programas educacionais e a incluir uma língua estrangeira (inglês), desde o ensino primário. No entanto, há mais que tem de ser feito: o governo deve dar incentivos ou benefícios fiscais às empresas que se preocupam com a formação linguística e intercultural dos seus trabalhadores. Além disso, também em conjunto com as autoridades regionais e locais, pode-se apostar na criação de parcerias públicas/privadas para prestar assistência ao sector empresarial, em particular às PME, bem como financiar cursos de línguas.

- Criação de um organismo de apoio

Outra medida a aplicar passa pela criação de organismos de apoio do desenvolvimento e aplicação de estratégias linguísticas. Em alguns estados-membros e países associados já se estão a registar progressos através de redes como as Câmaras de Comércio e as organizações profissionais. Estas redes permitem uma maior sensibilização para a importância das línguas, para a mobilidade dos trabalhadores, expansão dos negócios e apoio nas relações comerciais com as variadas culturas. Além das câmaras de comércio também devem ser criados organismos de apoio nacional de forma a prestarem um maior apoio às empresas.

Nesta mesma linha, em Novembro de 2007, foi criado o *Fórum das Empresas para o Multilinguismo*. O objectivo deste Fórum é de identificar formas de melhorar as competências linguísticas das empresas para as ajudar a conquistar novos mercados. Mas as competências linguísticas também podem melhorar significativamente as perspectivas de emprego e de mobilidade, pelo que o Fórum também analisa as novas oportunidades nesse contexto.

O *Fórum das Empresas para o Multilinguismo* formulou algumas recomendações para aumentar a competitividade e melhorar a empregabilidade através de uma gestão mais adequada da diversidade linguística. Este Fórum salientou que certos mercados emergentes como o Brasil, a Rússia, a Índia e a China são cada vez mais importantes para as empresas da UE e que é necessário conhecer as línguas desses países para enfrentar a concorrência nesses mercados. O desafio, por conseguinte, é integrar o multilinguismo em todas as estratégias destinadas a desenvolver o capital humano. Como referido no Fórum, seria útil que as empresas e as associações empresariais desenvolvessem estratégias para melhorar as competências linguísticas necessárias ao exercício das diferentes funções. Essas estratégias de gestão linguística teriam igualmente um impacto positivo na “indústria das línguas”, fornecedora de serviços de tradução e interpretação, e de tecnologias multilingues.

8. Certificações

Após uma fase de aprendizagem os alunos de línguas estrangeiras podem certificar o seu conhecimento de línguas. Normalmente qualquer instituição passa os seus próprios diplomas (o mesmo acontece na RSL). No entanto, os estudantes também podem recorrer concomitantemente a diversas entidades internacionais de certificações que já oferecem exames para o reconhecimento dos diferentes níveis de língua de negócios.

8.1 Inglês

Existe diversas entidades às quais os alunos de inglês de negócios podem pedir as suas certificações, tais como:

- University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES)

O *Certificate in English for International Business and Trade (CEIBT)* é um exame excelente e realista que avalia as quatro competências dos alunos de níveis avançados. OS Exames BEC (Business English for Commerce) 1, 2 e 3 são já muito conhecidos e estão disponíveis mundialmente seis vezes por ano. No entanto, os alunos de inglês de negócios também podem optar por efectuar o FCE (First Certificate in English), que apesar de ser um exame de língua inglesa geral é um exame muito solicitado por empresas de alguns países, como por exemplo na Grécia.

- University of Oxford (UO)

O principal exame que oferece é o *Oxford International Business English Certificate (OIBEC)*, exame que testa as quatro competências em dois níveis (First Level e Executive Level). Também oferecem um exame de Inglês de Turismo, só num nível, para alunos do sector do turismo. No entanto, o exame de inglês geral, *Oxford Higher*, também já testa um bom nível de inglês, mesmo para adultos e trabalhadores.

Contudo, estes exames apresentam pouca relevância no nosso território.

- Educational Testing Services

TOEIC, *Test of English for International Commerce*, é um exame de escolha múltipla muito usado pelas empresas, especialmente na Ásia. No entanto, o teste só avalia duas

competências linguísticas, a compreensão escrita e oral. TOEFL (Test of English as a Foreign Language) é o equivalente para inglês geral. TSE (Test of spoken English) e TWE (Test of Written English), testa as competências produtivas, mas não é tão utilizado como o TOEIC ou TOEFL. Por último, também oferece o GMAT (Graduate Management Admission Test), que avalia um inglês geral verbal, competências escritas matemáticas e analíticas e é direccionado para as necessidades das escolas de gestão e administração.

- London Chamber of Commerce (LCCI)

Oferece vários exames que podem ser do interesse dos alunos de inglês de negócios:

- 1- *Spoken English for Industry & Commerce* (SEfIC), este é um exame oral disponível em 4 níveis (Introductório, Iniciação, Elementar, Avançado);
- 2- *English for Business* (EFB), é um exame académico escrito, existente em 3 níveis;
- 3- *English for Commerce* (EFC), um exame académico escrito, disponível em 3 níveis;
- 4- *Practical Business English* (PBE), um teste de escolha múltipla que tem como objectivo testar a capacidade de uma pessoa sobreviver num ambiente negocial em inglês;
- 5- *Use of English*, exame escrito, direccionado para secretarias, existente em 3 níveis;
- 6- *English for Tourism* (EFT), exame especialmente para pessoas que trabalham no sector hoteleiro;

A RSL é representante oficial destes exames.

- Trinity College, London

Oferecem vários exames de Inglês geral oral em 12 níveis (Iniciação: 1-3; Elementar: 4-6; Intermédio: 7-9; Avançado: 10-12;). Estes exames são efectuados por examinadores enviados do Reino Unido e é principalmente efectuado por alunos que precisam de socializar em ambientes interculturais em inglês ou então para adquirir uma maior confiança a usar a língua estrangeira.

A RSL também é um centro oficial destes exames.

8.2 Alemão

Goethe Institut

- TestDaF (Test für Deutsch als Fremdsprache) – É um exame de Alemão geral, frequentemente efectuado para quem pretende ter acesso às Universidades alemãs, disponível nos níveis de B2 e C1.
- ZDfB (Zertifikat Deutsch für den Beruf) – Este exame está disponível no nível B2. Este exame é especialmente valorizado para a área do comércio. Os alunos que efectuam o exame estão habilitados a comunicar por escrito e oralmente de forma adequada em situações profissionais comuns e a reagir correctamente, compreender e redigir textos simples de rotina, relacionados ao dia-a-dia na sua empresa
- PWD (Prüfung Wirtschaftsdeutsch International) – Este é um exame de Alemão para negócios disponível no nível C1. Este exame é internacionalmente conhecido e muito valorizado pela maioria dos empregadores. Comprova que se sabe comunicar e reagir adequadamente nas situações do dia-a-dia profissional.

8.3 Espanhol

Instituto Cervantes

-DELE - O exame DELE (Diploma Espanhol como Língua Estrangeira), são certificados reconhecidos, no que diz respeito às competências e domínio da língua espanhola, é oferecido nos diferentes níveis de A1 a B2 e concedido pelo Instituto Cervantes e Ministério da Educação de Espanha.

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid

Em 1978, a Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid criou os exames de Espanhol comercial: Certificado e Diploma. Estes surgiram de um acordo com a Universidade de Alcalá, cuja autoridade e prestígio no âmbito do ensino de Espanhol para fins específicos são bem conhecidos, atribuindo um importante valor académico a estes títulos, contribuindo assim para o seu maior reconhecimento e difusão.

- *Certificado Básico de Espanhol de Negócios* - Reconhece um nível de sobrevivência da língua com um mínimo de conhecimentos específicos da língua de negócios, suficientes para desenvolver actividades mais elementares dentro de uma empresa, permite também

uma comunicação em situações da vida diária e em situações elementares da actividade administrativa e comercial da empresa. Este certificado equivale a um nível avançado B2.

- *Certificado Superior de Espanhol de Negocios* - Reconhece um bom domínio da língua com conhecimentos da linguagem técnica do mundo empresarial, tanto a nível escrito como oral. Este certificado equivale ao nível C1.

- *Diploma de Espanhol de Negocios* - Reconhece um nível elevado de especialização na língua de negócios. Nível C2, correspondente à proficiência máxima numa língua.

Este gráfico esquematiza os certificados e diplomas que se podem obter.

Nivel	Denominación	Certificados y Diploma de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y la Universidad de Alcalá
C2	Maestría	Diploma de Español de los Negocios
C1	Dominio operativo eficaz	Certificado Superior de Español de los Negocios Certificado Superior de Español del Turismo Certificado Superior de Español de las Ciencias de la Salud
B2	Avanzado	Certificado Básico de Español de los Negocios Certificado Básico de Español del Turismo Certificado Básico de Español de las Ciencias de la Salud
B1	Umbral	
A2	Plataforma	
A1	Acceso	

Fonte: www.camaramadrid.es

8.4 Francês

Ministério da Educação e Alliance Française:

A Alliance Française providencia alguns exames de certificação dos conhecimentos da língua francesa:

- DELF (*Diplôme d'études en langue française*) / DALF (*Diplome approfondi langue française*): Estes exames são provenientes do Ministério da Educação Nacional e são de francês geral. Avaliam as quatro competências: compreensão e produção escritas e orais, estando disponível nos seis níveis existentes. São exames de língua em geral, normalmente requeridos quando se pretende estudar em França ou, por vezes trabalhar.

- TEC (*Test d'Évaluation de Français*)

- TCF (*Test de Connaissance du Français*): Teste standardizado disponível nos seis níveis existentes, é normalmente utilizado por estudantes estrangeiros quando tencionam aceder à universidade.

Chambre de Commerce et d'industrie de Paris (CCIP)

Efectua vários diplomas de língua francesa geral e de língua francesa para fins profissionais, como por exemplo:

- CFS: *Certificat de Français du secrétariat*
- CFTH: *Certificat de français du tourisme et de l'hôtellerie*
- CFJ: *Certificat de français juridique*
- CFP: *Certificat de français professionnel*
- DFA 1: *Diplôme de français des affaires, 1er degré*
- DFA 2: *Diplôme de français des affaires, 2ème degré*

CAPÍTULO 3

Inquéritos

1. INQUÉRITO

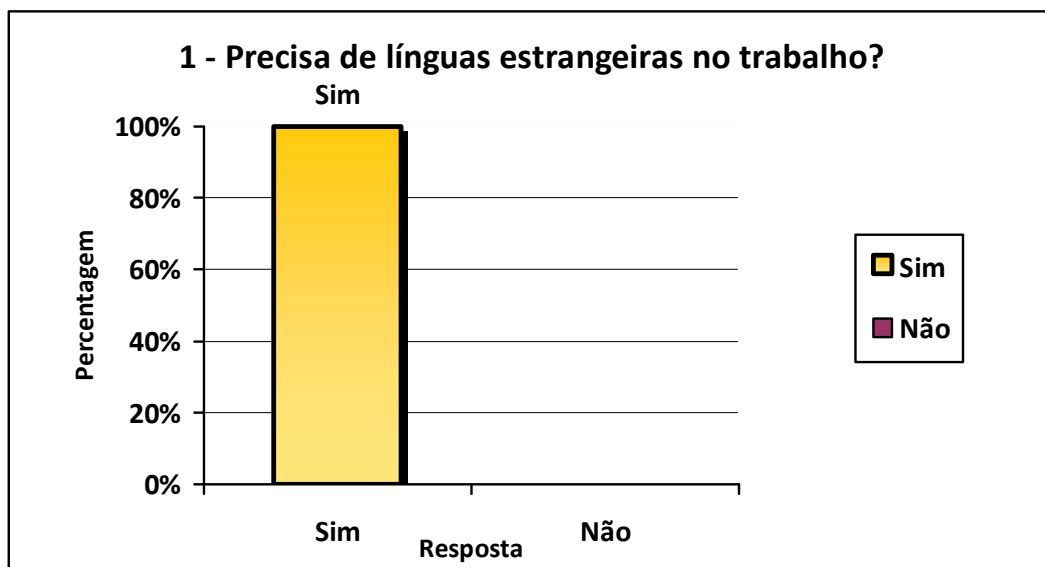
1.1 Amostra

No que diz respeito à questão da avaliação das necessidades e competências deve apostar-se em efectuar inquéritos/questionários aos alunos/empresas. Através deste método pode perceber-se, mais claramente, quais as competências que já existem e encontrar formas de as utilizar mais eficientemente. Na prática, os inquéritos constituem uma óptima forma de “diagnosticar” o estado das empresas e as suas necessidades mais prementes com o objectivo de as optimizar, de preparar os seus trabalhadores e de as tornar mais competitivas (envolvendo, para isso, todas as áreas: direcção, recursos humanos e trabalhadores).

Aproveitando a minha posição privilegiada de trabalhar numa escola com uma vasta rede de contactos e, com o intuito de demonstrar, de forma mais prática, a importância das línguas no mundo dos negócios, elaborei um inquérito (incluído em anexo).

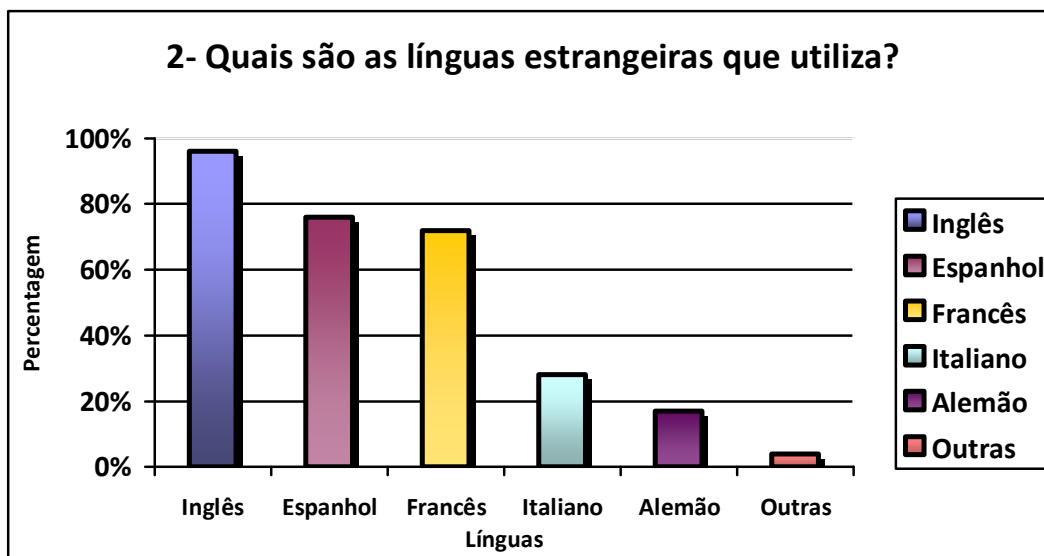
O inquérito foi enviado para várias empresas do distrito de Aveiro. No final obtive 29 respostas. Apesar de o universo ser algo reduzido, creio que os resultados são, por si só, claros e exemplificativos de muitas das ideias que tenho vindo a abordar até aqui. Após o tratamento dos dados obtidos cheguei a algumas conclusões que passarei a expor.

1.2 Resultados



A primeira pergunta efectuada, foi “Precisa de utilizar línguas estrangeiras no trabalho?”, à qual a totalidade das empresas (correspondente a um universo de 29 empresas) respondeu afirmativamente. Ou seja, corroborando as minhas afirmações iniciais, parece ser consensual que as línguas são, hoje em dia, importantíssimas para a sobrevivência das empresas (seja elas quais forem).

De notar que este facto adquire uma maior relevância quando se sabe que, dos inquiridos, fazem parte não só grandes multinacionais estabelecidas no distrito de Aveiro, mas também PME's e empresas mais pequenas dos mais variados ramos e sectores de actividade.



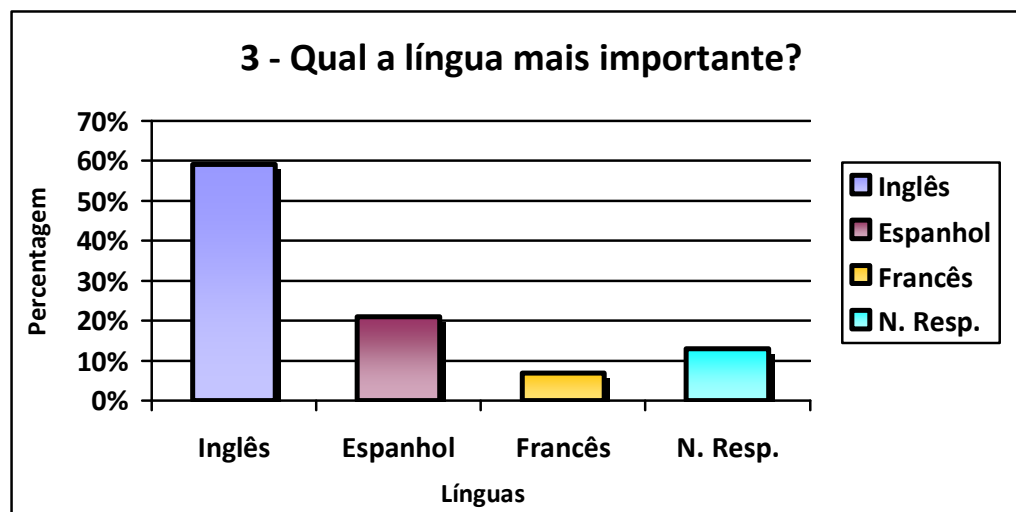
Seguidamente, às empresas que respondessem afirmativamente à resposta anterior, pedi que especificassem quais as línguas por elas utilizadas e os resultados foram os seguintes: a língua inglesa foi a mais nomeada por todas as empresas, (tendo recebido uma percentagem de 96%), vindo, mais uma vez e como já foi evidenciado ao longo deste relatório, a comprovar o seu estatuto de língua franca. Segue-se a língua espanhola com 76% das preferências. Esta percentagem deve-se ao facto da proximidade geográfica dos dois países e por as empresas portuguesas apostarem, cada vez mais, neste país para aumentarem os seus níveis de exportação. De facto, a partilha de fronteiras (que resultam em menos custos despendidos em deslocações) e os laços culturais e históricos são factores que facilitam as negociações e as trocas comerciais.

A língua francesa aparece em terceiro lugar, obtendo 7%, e sempre teve um papel importante no mundo dos negócios em Portugal. Mais uma vez, a proximidade geográfica com Portugal parece ser decisiva, tal como a forte ligação entre Portugal e França que remonta à época da grande emigração.

A língua italiana, obteve uma percentagem de 28%, o que se deve principalmente ao facto de determinados sectores terem uma importante relação com a Itália e, também por estes preferirem tratar de negócios na sua própria língua (em vez da habitual preferência pelo inglês).

Nos últimos lugares, aparece o Alemão, (com uma percentagem de apenas 17%). A língua alemã aparece aqui com um resultado residual pois a maior parte das empresas prefere efectuar as suas negociações em Inglês uma vez que, por vezes, se torna difícil encontrar profissionais com proficiência nesta língua para conduzir (correctamente) as negociações na língua materna dos clientes. Daí que se recorra à língua franca, na qual ambos os parceiros demonstram um bom nível de entendimento.

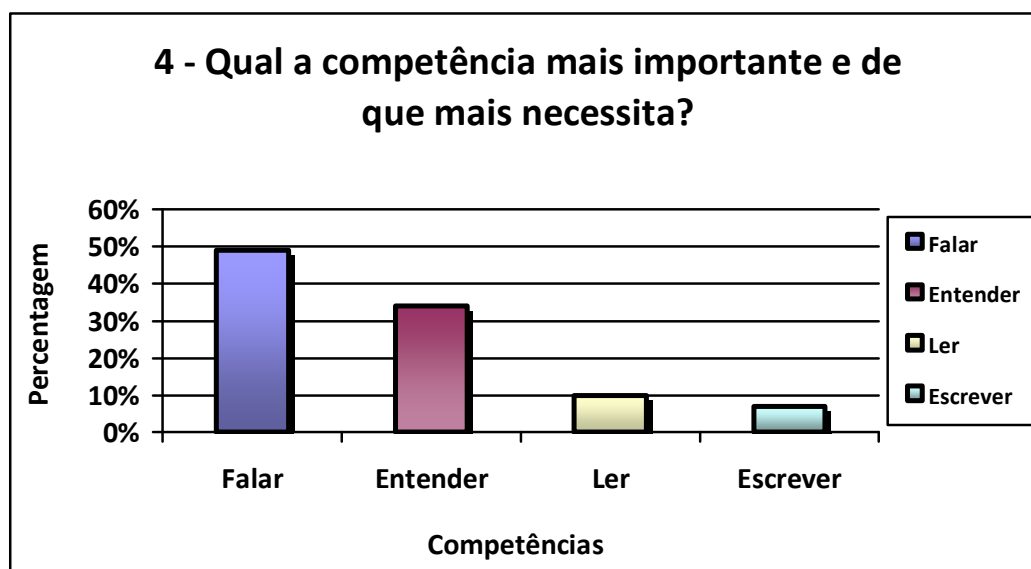
Por último, algumas empresas também escolheram a opção “Outras”, que obteve 4%, ou seja, para além das línguas mais universalmente utilizadas, algumas empresas sentem, cada vez mais, a necessidade de recorrer a outras menos comuns para conduzir os seus negócios. Neste caso, todas as respostas nomearam o mandarim como a língua mais utilizada e cada vez mais importante quando se envereda por negociações com a China que é, desde há alguns anos, considerado um mercado emergente e com cada vez maior importância a nível do comércio mundial.



Após responderem à questão anterior e de mencionarem quais as línguas que utilizam no seio das suas empresas, pedi que mencionassem qual a língua que recebe um papel de destaque na empresa e na qual é efectuada a maioria das comunicações (quer dentro da empresa, quer para fora, com clientes, fornecedores, etc.).

Neste caso, a língua inglesa evidenciou, novamente, a sua posição hegemónica relativamente às outras línguas, tendo obtido uma percentagem de 59%. O inglês constitui, de facto uma ferramenta importantíssima no nosso país em termos de trocas comerciais. A língua que reclama a segunda posição é o Espanhol, que obtém uma percentagem de 21% e em terceiro lugar, a língua francesa, com uma percentagem de 7%, mais uma vez devido às questões atrás referidas.

Além disso, é de salientar que 13% das empresas não respondeu a esta questão, o que pode estar relacionado com o facto de nenhuma língua apresentar uma posição de destaque em relação às outras ou, simplesmente, por não quererem especificar qual é a mais importante.

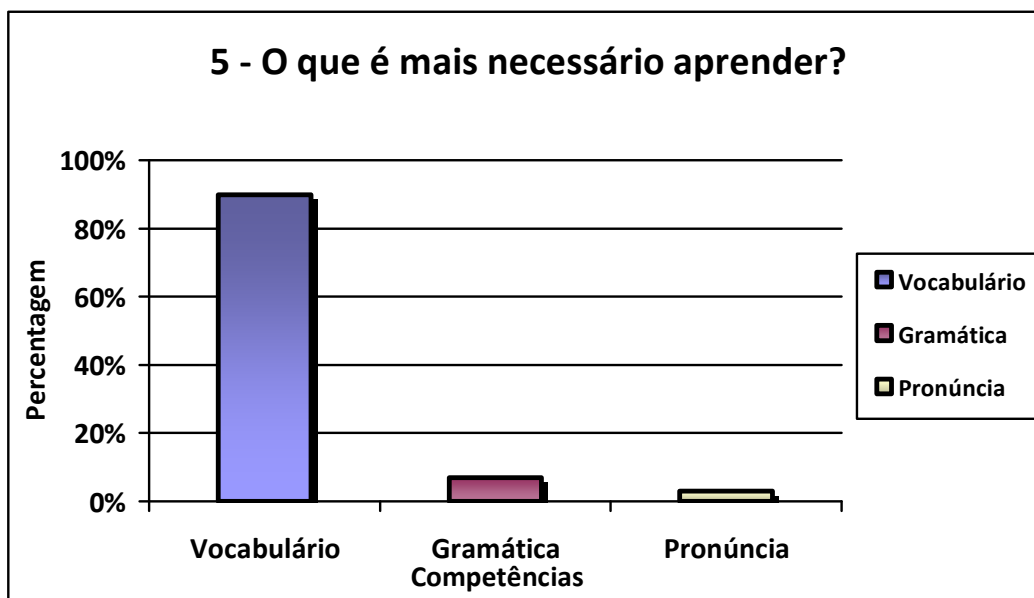


Nesta questão pedi que organizassem por ordem de importância as seguintes competências: falar, entender, ler, escrever. (utilizando uma escala de 1 a 4, sendo o 1 igual à mais importante e o 4 a menos importante).

Desta feita, o “falar” destaca-se como a competência mais importante com 49% das preferências, o que se deve ao facto de existir uma necessidade constante de comunicar com os clientes, directamente ou através do telefone, etc.

Na segunda posição, com uma percentagem de 34%, aparece a competência “entender”, o que se deve também ao facto de ser muito importante perceber o que os clientes/fornecedores dizem/pedem.

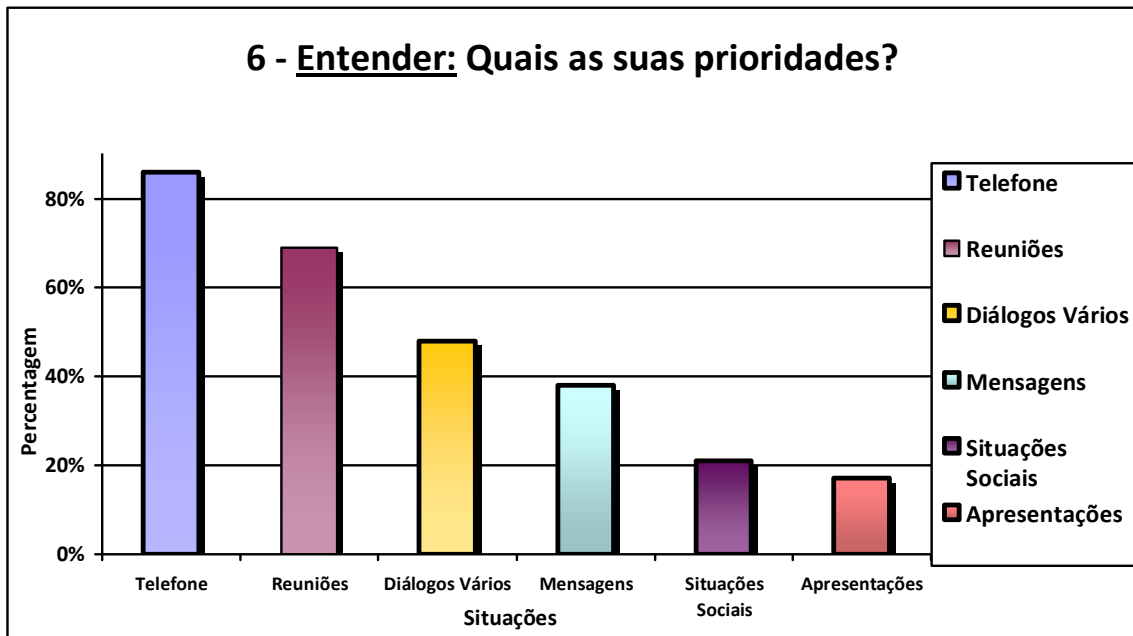
Nas últimas posições, aparece o “ler”, com uma percentagem de 10% e “escrever” com 7%.



Em relação às competências mais necessárias o vocabulário aparece numa posição destacada com uma percentagem de 90%, pois é essencial o domínio, por exemplo, do vocabulário específico inerente à actividade de trabalho e também outras expressões para manter uma boa comunicação.

Em seguida, aparece a gramática, com uma percentagem de 7%, que é responsável por uma boa construção frásica e o que permite uma comunicação mais efectiva.

Por último, aparece a pronúncia, com apenas 3%, uma vez que para transmitir uma mensagem de forma eficiente nem sempre é necessário ter uma pronúncia igual à de um falante nativo.



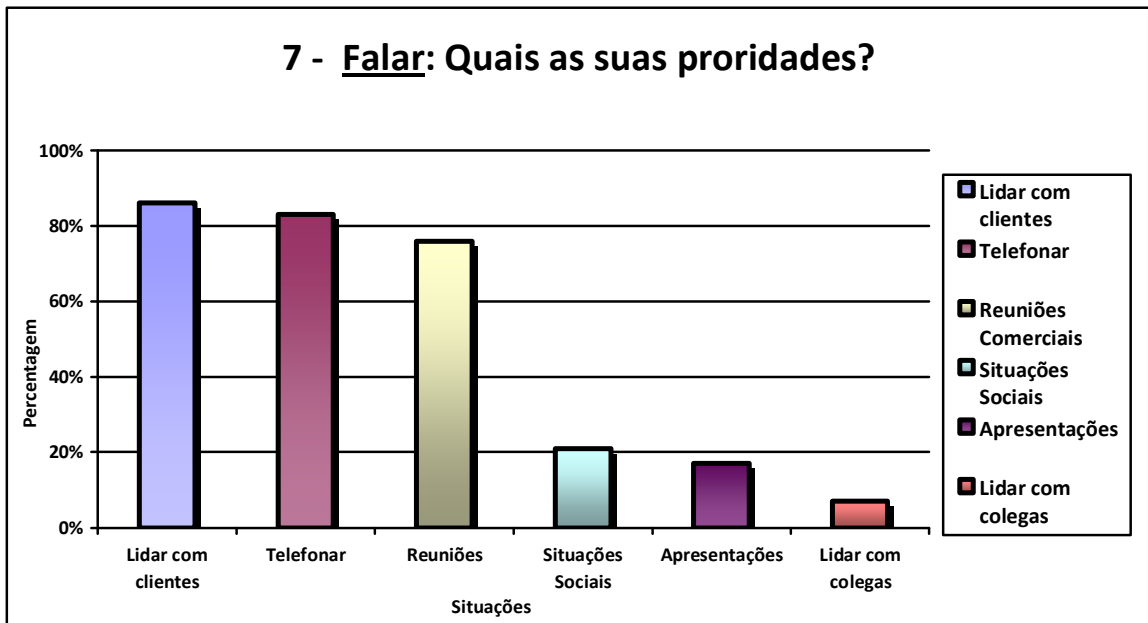
Tendo em conta as quatro competências (compreensão e produção - escritas e orais), dividi-as em diferentes categorias para perceber quais as maiores prioridades para cada uma das 4 categorias.

Em relação à compreensão oral, a situação que ocupa o primeiro lugar, diz respeito aos telefonemas, tendo obtido uma percentagem de 86%, o que se deve ao facto das empresas fazerem um uso muito intensivo do telefone.

Em segundo lugar, aparecem as reuniões, tendo auferido uma percentagem de 69%, devido ao facto de ser frequente as empresas terem de se reunir com os seus sócios, clientes, etc, para poderem tomar decisões importantes.

De seguida, e num lugar ainda de destaque, aparecem os diálogos vários, tendo este contado com uma percentagem de 48%, devido ao facto de ser importante estabelecer sempre algum contacto com os clientes estrangeiros, de forma a criar-se uma boa relação de trabalho.

Nas últimas posições, aparecem as mensagens, situações sociais e apresentações tendo obtido, respectivamente, uma percentagem de 38%, 21% e 17%.

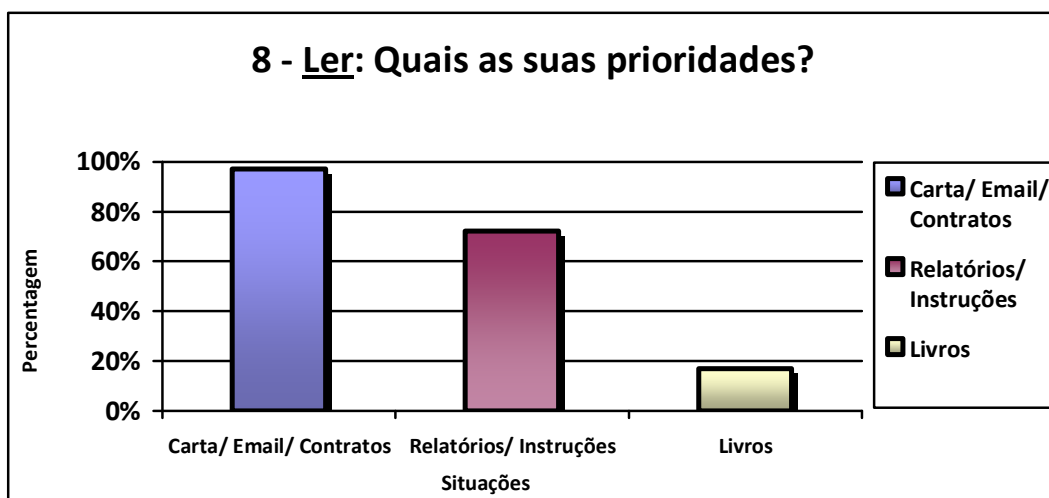


Relativamente à produção oral, esta torna-se mais importante quando se tem que lidar directamente com clientes, tendo obtido um total de 86%, logo seguido pelo contacto telefónico com um total de 83%.

Em terceiro lugar aparecem as reuniões com uma percentagem de 76%.

Mais uma vez, estas são situações comuns para o dia-a-dia das empresas em que é muito importante o domínio destas competências pois é vital para a sua sobrevivência fazer passar correctamente uma mensagem.

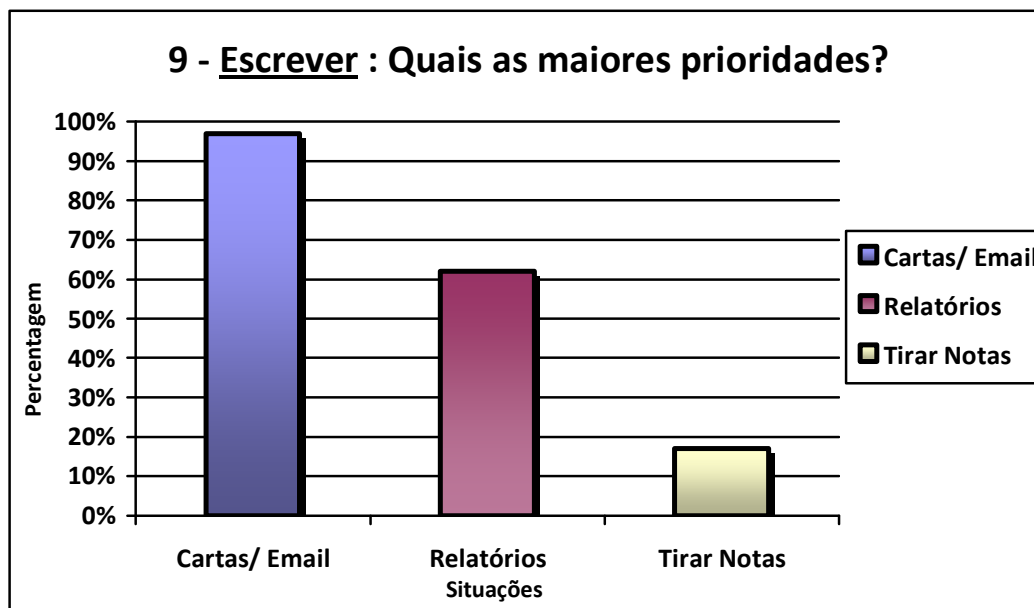
Nos últimos lugares, temos situações sociais, apresentações e lidar com colegas estrangeiros, (respectivamente 21%, 17% e 7%).



Em relação à compreensão escrita, a maioria (cerca de 98%) exprimiu que a situação com maior prioridade é ler cartas/emails, uma vez que muitos contactos e muitas informações são enviadas sob esta forma.

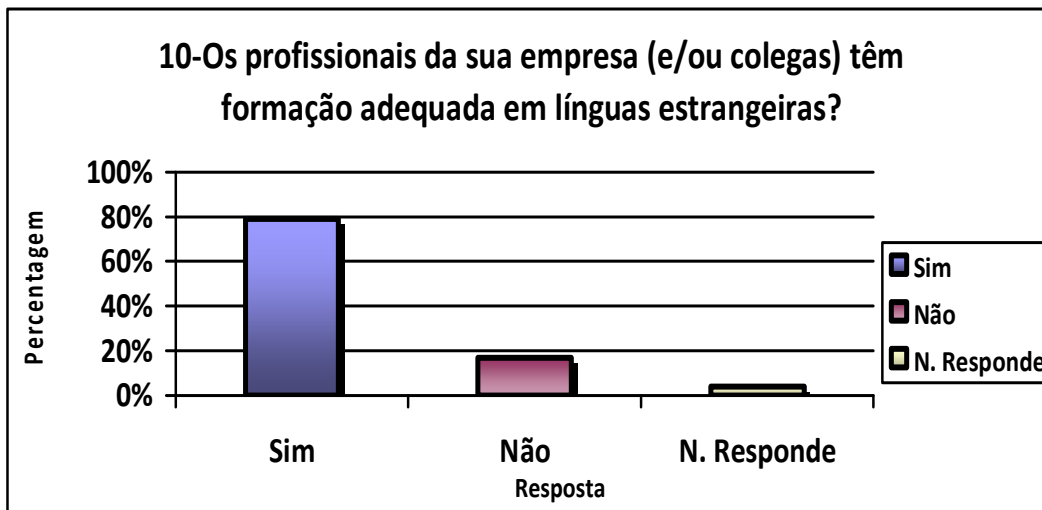
Em segundo lugar, aparece a leitura de relatórios e manuais de instruções, com 72% e, por último, a leitura de livros com 17%.

Aqui, torna-se importante (para além das noções básicas da língua em questão) o domínio de vocabulário específico inerente ao tipo de empresa.



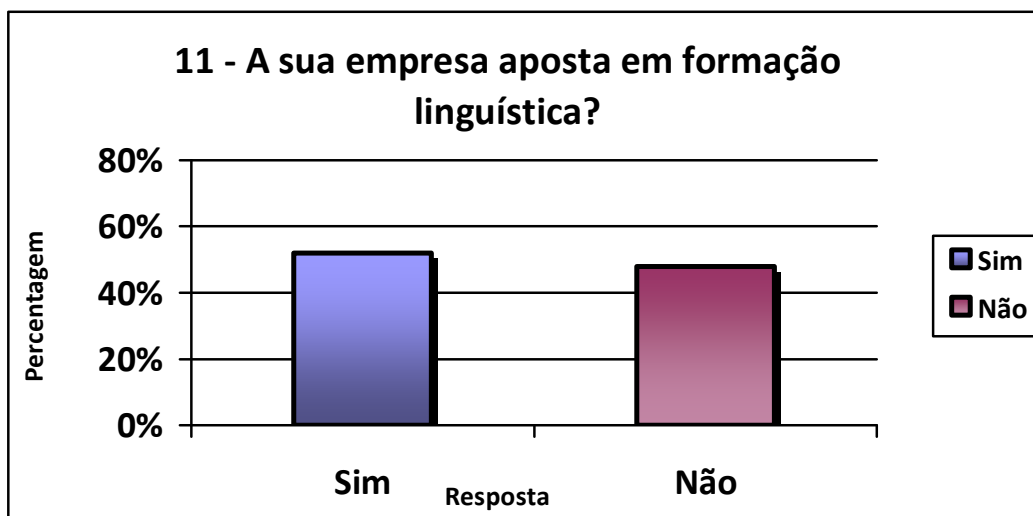
Por último, em relação à produção escrita, as empresas apontam como mais relevante a escrita de cartas/e-mails/fax, tendo esta obtido uma percentagem de 97%.

Em segundo lugar aparece a redacção de relatórios/artigos, com um total de 62% e, por fim, torna-se útil para tirar notas em reuniões, tendo obtido um total de 17%.



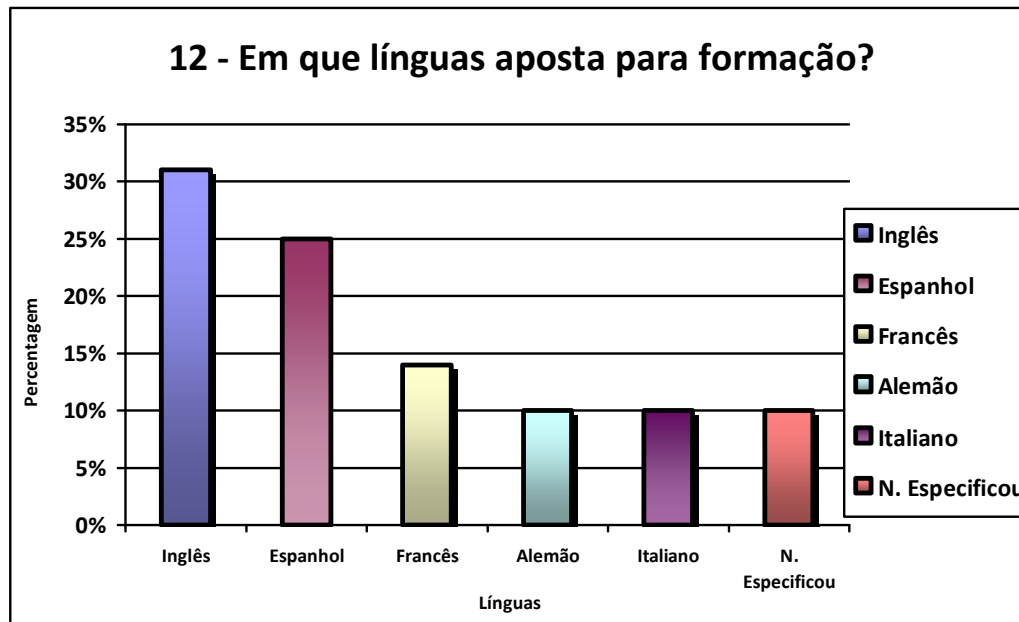
Nesta fase, inquiri os respondentes se os seus profissionais tinham uma formação adequada na área das línguas, à qual a maioria das empresas respondeu que sim. Cerca de 80% dos inquiridos afirma que a formação linguística dos seus trabalhadores cumpre os requisitos necessários para o seu bom funcionamento.

Por outro lado, 17% das empresas admitiu que os seus profissionais não tinham a formação adequada nesta área e, por último, 4% dos inquiridos não respondeu a esta pergunta.



Neste caso, também considerei particularmente interessante questionar se as empresas apostam na formação linguística dos seus colaboradores. Assim, concluiu-se que 52% das empresas aposta na formação, enquanto 48% das empresas não aposta na formação. Curiosamente, o resultado desta questão está intimamente relacionado com a questão

anterior, pois verifica-se que a percentagem de empresas que não aposta em formar os seus empregados é muito alta, reflectindo-se, efectivamente, num défice de importantes aptidões linguísticas dos seus colaboradores (o que poderá ter alguma influência nos resultados finais da empresa).

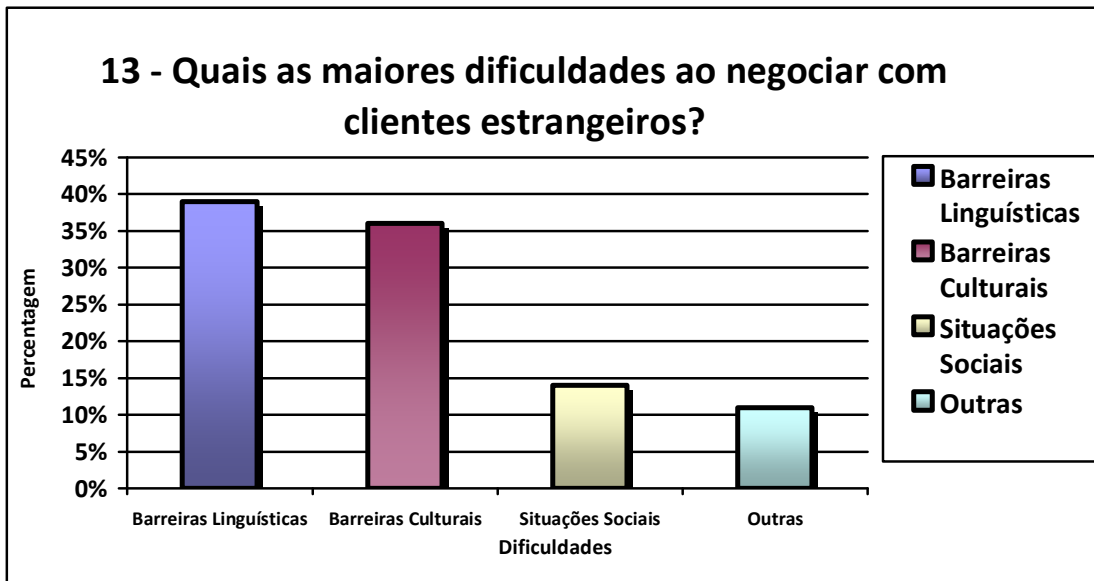


Das empresas que responderam afirmativamente à resposta anterior foi pedido que especificassem a(s) língua(s), em que apostavam para formação. Assim, em primeiro lugar encontramos a língua inglesa (com 31%), mantendo assim a mesma tendência de ser a língua mais utilizada.

De seguida, vem a língua espanhola com 25% e a língua francesa com 14%.

Por fim, vem o Alemão e o Italiano, ambos com 10%.

10% dos inquiridos não especificou qualquer língua.



Por último, questionei as empresas acerca das suas dificuldades ao negociarem com clientes estrangeiros. Neste caso, 39% dos inquiridos afirmou que o seu maior obstáculo era as barreiras linguísticas. Além disso, também verifiquei que a maioria das empresas que respondeu que os seus colaboradores não tinham a formação adequada escolheu esta hipótese.

De seguida, aparecem as barreiras culturais (com 36%), o que se deve ao facto da cultura dos países com que as empresas negociam não ser levada muito em consideração e os colaboradores não terem sensibilidade necessária para lidar com culturas diferentes - denotando assim uma falta de competências culturais.

De seguida, aparecem as situações sociais com 14%, pois frequentemente surgem dificuldades em estabelecer uma relação estável e sólida com os clientes, que por sua vez está relacionado com a falta de competências linguísticas e culturais necessárias. Por último, com 11%, aparecem outras dificuldades, como por exemplo a competitividade, a forte concorrência mundial e a situação económica.

1.3 Conclusões

Em termos práticos, pode concluir-se que, actualmente, as empresas não conseguem viver sem línguas estrangeiras. Raros são os casos de países (ou empresas) auto-suficientes. O mundo empresarial é cada vez mais interdependente e global. Daí a importância das competências linguísticas dos trabalhadores.

A língua franca para as empresas ainda é, efectivamente, a língua inglesa, uma vez que todas apontam o seu uso como essencial. No entanto, e com cada vez maior frequência, nota-se que dominar o inglês não é suficiente. As empresas que têm um domínio razoável da língua inglesa decidem melhorar as suas competências e apostar na formação noutras línguas (geralmente o espanhol, o francês, o italiano ou o alemão). De notar ainda uma tendência cada vez mais evidente que consiste na aprendizagem de línguas dos chamados países emergentes como a China (mandarim).

Além disso, através dos dados apresentados também se percebe que as competências mais importantes para os profissionais são a compreensão e a produção oral, o que se deve ao facto de serem estas as competências inerentes à comunicação directa com os clientes. Para além disso, as situações que os profissionais apontam como prioritárias e nas quais devem estar melhor preparados dizem, precisamente, respeito às principais formas de interacção com os “clientes”, de forma presencial ou através de telefonemas, em reuniões e, também, na elaboração de cartas/emails e relatórios e, ainda, a capacidade de fazer “small-talk”.

De facto, pode igualmente concluir-se que as empresas apostam cada vez mais na formação linguística, uma vez que já se deram conta das inúmeras vantagens de ter colaboradores devidamente preparados para enfrentar o mercado em que trabalham. No entanto, ainda existem muitas empresas que reconhecem não investir suficientemente na formação linguística dos seus colaboradores (muitas vezes devido a factores económicos e/ou de desinteresse). Assim, são principalmente estes últimos (que insistem em descurar da importância de se dominarem línguas estrangeiras) que enfrentam mais barreiras linguísticas e sentem mais dificuldades ao negociar com clientes estrangeiros. De uma forma geral estes obstáculos são, também, agravados por barreiras culturais, desadequação em situações sociais e, inevitavelmente, na perda de competitividade. Por sua vez, ao apostar-se numa formação e actualização constantes dos trabalhadores está a melhorar-se a imagem e o desempenho da empresa como um todo, tornando-a mais competitiva e eficiente.

CONCLUSÃO

Em jeito de conclusão deste relatório posso afirmar que o estágio na Royal School of Languages se tornou numa experiência muito enriquecedora. Em primeiro lugar, porque marca o início da minha formação profissional e, depois, para a minha aprendizagem (tanto pessoal, como profissional) dado que, nesta instituição, me foram sendo incumbidas variadíssimas tarefas e com variados graus de responsabilidade, possibilitando-me assim um crescimento a vários níveis.

Desde o início, e no decorrer de todo o estágio, esforcei-me e empenhei-me para atingir os objectivos propostos. Para isso, não posso também esquecer a ajuda de todos os profissionais da RSL, que também foram responsáveis pelo sucesso do meu trabalho e uma preciosa ajuda no desenvolvimento da temática escolhida para o meu relatório.

Após a minha pesquisa aqui desenvolvida podem retirar-se algumas conclusões-chave que são importantes reter. Por um lado, é inegável que vivemos numa sociedade globalizada a praticamente todos os níveis. O mundo tornou-se mais desenvolvido, as distâncias encurtaram-se e quase que podemos dizer que somos cidadãos do Mundo. As vantagens são muitas e a variadíssimos níveis (tecnológicos, sociais, culturais, pessoais, comerciais), mas também se deve ter em conta o reverso da medalha.

Se as vantagens são muitas, também é verdade que os malefícios não são poucos. Entre outras coisas, o processo de constante globalização e modernização económica está a causar um declínio na diversidade linguística do mundo – algumas línguas locais estão a desaparecer e devemos acabar este século só com 10% das línguas que actualmente existem. Línguas que detêm uma posição hegemónica nesta sociedade globalizada (como o inglês) nada têm com que se preocupar. O problema reside nas línguas e dialectos de pequenos países (geralmente pouco influentes) que estão em vias de desaparecer.

Como tem vindo a ser evidenciado ao longo deste trabalho, o inglês – quando comparado com outras línguas - reúne (ainda) um consenso de preferências quando se trata de estabelecer contactos e trocas comerciais (e, inevitavelmente, sociais). No entanto, com o surgimento de novos mercados, línguas que antes eram tidas como menos importantes (tal como, o francês, o espanhol, o alemão) conhecem agora uma progressiva expansão.

Paralelamente, tem-se notado um crescente interesse (acompanhado por um aumento na procura de formação e aprendizagem) por novos idiomas. Assim, nos próximos anos, línguas como o mandarim, o japonês e alguns dialectos de países de Leste vão assumir uma maior relevância a nível internacional.

Como as línguas se estão a tornar mais escassas, também se tornam mais valorizadas. Por isso, muitos países já estão a reconhecer a importância que uma língua tem para manter a identidade e a cultura de um país ou região, contando para isso também com o apoio da Comissão Europeia e das medidas implementadas por este organismo, que já foram anteriormente evidenciadas.

Assim, os indivíduos que desenvolvem as suas competências linguísticas estão a aumentar a sua competitividade no mercado de trabalho. Pode até afirmar-se que existe uma estreita relação entre as competências linguísticas, o desenvolvimento de um país e o seu mercado de trabalho. Um trabalhador que domine várias línguas é mais competitivo e constitui uma mais-valia para qualquer empresa. Os empregadores devem apostar em trabalhadores qualificados (e/ou apostar na sua formação), pois vão estar a investir na própria empresa e na imagem que transmitem para o exterior. Além disso, fomenta-se uma maior tolerância e compreensão intercultural e uma atitude mais aberta e positiva perante outras línguas e culturas.

Obviamente (e preferencialmente) que o estudo de línguas deve começar o mais cedo possível. Saber línguas é, como tem vindo a ser demonstrado, um investimento a todos os níveis: quer pessoal, quer profissional. É, portanto, extremamente importante que os pais tenham a capacidade de transmitir o gosto pela aprendizagem de línguas e encorajar os seus filhos a aprender línguas desde pequenos. O estudo de línguas estrangeiras aumenta o conhecimento dos alunos, a sua compreensão e apreciação de culturas diferentes e facilita a comunicação e interacção com pessoas de backgrounds culturais diferentes.

Para finalizar, falta referir um elemento muito importante neste processo de aprendizagem linguística (seja ela escolar, lúdica ou profissional): o Professor. É muito importante frisar o papel do professor na aprendizagem de línguas estrangeiras, pois ele é parte essencial do processo. Terá, certamente, que haver interesse e empenho por parte dos alunos, mas é ao professor que cabe a tarefa de transmitir um conhecimento novo e cativar a sua atenção. O professor leva - através da língua que vai leccionar - para a sala de aula, toda uma nova

realidade e cultura, contribuindo activamente para a formação de pessoas mais esclarecidas e mais ricas. Por outras palavras, contribui para a construção de uma “nova” cultura mais tolerante, mais aberta, mais global. O professor deve, por isso, estar muito bem preparado e ter um bom conhecimento da língua e da cultura que ensina.

Quando se passa para contextos diferentes do percurso académico as exigências são maiores e podem, dependendo do receptor, exigir uma preparação diferente. Aos docentes de cursos de línguas estrangeiras especialmente direccionados para adultos com uma vertente comercial e/ou empresarial pedem-se competências muito específicas.

Pelo facto de este tipo de cursos terem a função de preparar profissionais das mais variadas áreas (trabalhadores, empresários, técnicos) torna-se vital transmitir outro tipo de conhecimentos. Desde logo, apostar na vertente prática, funcional e comunicacional da língua, preparando os alunos para o contacto social e privilegiando a eficácia da sua comunicação (com o intuito de atingir determinado objectivo). Depois, ter em conta qualquer diferença cultural para que o contacto com pessoas de outras culturas (em viagens de negócios, por exemplo) se efectue sem percalços e de forma eficaz. Por isso, ao ser-lhes facultado estas competências podem evitar-se barreiras linguísticas e culturais (e muitos mal entendidos) - que são os principais obstáculos apresentados pelos homens de negócios – tornando a pessoa (e por conseguinte, a empresa) mais competitiva e eficiente.

Para além disto, haverá alturas em que será requerido ao professor conhecimentos e esclarecimentos de vocabulário mais técnico e específico de determinada área ou empresa. Daí que, mais uma vez, a sua preparação deve ser constante, rigorosa e actualizada.

Acredito – e tive a oportunidade de o testemunhar durante o estágio na Royal School of Languages – que um profissional (neste caso, um professor) bem preparado resulta sempre em casos de sucesso, pois mais fácil e eficazmente, transmite os conhecimentos aos seus alunos e incute neles o gosto por aprender (neste caso particular, línguas estrangeiras).

As línguas definem a identidade de cada pessoa, mas fazem parte igualmente de uma herança comum. Podem servir de ponte para chegar a outras pessoas e permitir o acesso a outros países e culturas, promovendo a compreensão mútua. Uma política de multilinguismo bem sucedida pode traduzir-se em novas oportunidades para os cidadãos:

pode aumentar a sua empregabilidade, facilitar o acesso aos serviços e o exercício dos seus direitos, e contribuir para a solidariedade através da promoção do diálogo intercultural e da coesão social.

Multilinguismo: uma mais-valia para a Europa e um compromisso comum 2008

Comissão Europeia

BIBLIOGRAFIA CITADA

BURNS, Anne e COFFIN, Caroline. *Analysing English in a global context: a reader*, New York, Routledge, 2001

CANCINO, Rita. “El español - la empresa multinacional: El impacto de la lengua y cultura española en el mundo actual.” *Sociedad y Discurso*, Universidade de Aalborg, Dinamarca, Nº10, 2006, p. 109-119

Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité económico e social europeu e ao comité das regiões, *Multilinguismo: uma mais-valia para a Europa e um compromisso comum*, Bruxelas, 18 Set. 2008,

http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/index_pt.htm, 25/07/2010

Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Conselho Económico e Social Europeu ao Comité das Regiões, *Um novo quadro estratégico para o multilinguismo*, Bruxelas, 22 Nov. 2005,

http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/index_pt.htm, 25/07/2010

Délégation générale à la langue française et aux langues de France, *La langue française dans le monde*, Paris, 23 Março 2006, <http://www.dglf.culture.gouv.fr/>, 03/08/2010

KNAPP, Karlfried e SEIDLHOFER, Barbara. *Handbook of foreign language Communications and Learning*, Göttingen, Mouton de Gruyter, 2009

Recomendações do Fórum das Empresas para o Multilinguismo criado pela Comissão Europeia, Direcção-Geral da Educação e da Cultura, *As Línguas são a Alma do Negócio: As línguas facilitam o funcionamento das empresas*, Bélgica, 2008

http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/index_pt.htm, 25/07/2010

„Sprache ist Macht“, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 15 Junho 2004, pág. 23, <http://www.faz.net>, 23/07/2010

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BAUER, Ulrich e MÜLLER-JACQUIER Bernd. *Business Language Guide: German-English*, Stuttgart, PONS, 2002

BIZARRO, Rosa e MOREIRA Gilian. *Como Abordar a escola e a diversidade cultural: Multiculturalismo, Interculturalismo e educação*, Maia, Areal Editores, 2006
3ª Parte – Gilian Moreira – página 190- 219

BRIEGER, Nick e COMFORT, Jeremy. *Language Reference for business English grammar, functions and communication skills*, New York, Prentice Hall International, 1992

CENOZ, Jasone e JESSNER, Ulrike. *English in Europe: The Acquisition of a Third Languages*, Clevedon, Multilingual Matters, 2000

DONNA, Sylvie. *Teach Business English*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000

ELLIS, Mark e JOHNSON, Christine. *Teaching Business English*, Oxford, Oxford University Press, 1994

EMMERSON, Paul e HAMILTON, Nick. *Five-Minute Activities for Business Activities*, Cambridge, Cambridge University Press, 2005

FIELD, Kit. *Issues in Modern Foreign Languages Teaching*, London, Routledge, 2000

HARTLEY, Paul e ROBINS, Gertrud. *Manual of Business German : a comprehensive language guide*, London, Routledge, 1996

JOHNSON, Keith. *An introduction to foreign language learning and teaching*, Edinburgh, Pearson Longman, 2001, 2nd Edition

SERCU, Lies. *Foreign Language Teachers and Intercultural Competence: An International Investigation*, Clevedon, Cromweel Press, 2005

The final report and recommendations of the Nuffield Languages Inquiry, *Languages: the next generation*, Londres, The Nuffield Foundation, 2000

Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité económico e social e ao Comité das regiões, *Promover a aprendizagem das línguas e a diversidade linguística: Um Plano de Acção 2004-2006*, Bruxelas, 24 Junho 2003, http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/index_pt.htm, 25/07/2010

CONFERENCE ON LANGUAGES & INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION, 9., 2010, Lindner Congress Hotel Düsseldorf, <http://www.sprachen-beruf.com/>, 22/07/2010

RIVERA LATAS, Javier. “El idioma de los negocios: el español”, *EL País*, Madrid, 24 Agosto 2008, <http://www.elpais.com>, 23/07/2010

„Die EU und die deutsche Sprache“, *Magazin zur Europapolitik*, Regierung Online, n° 53, Maio 2008, <http://www.bundesregierung.de>, 23/07/2010

- www.alliancefr.pt
- www.goethe.de
- www.camaramadrid.es
- www.cervantes.es
- www.SpanishSEO.org

ANEXOS

ANEXO I – Questionário às Empresas

Inquérito

Nome da Empresa (Opcional): _____

1. Precisa de utilizar línguas estrangeiras no trabalho? SIM NÃO

Se sim, especifique que línguas:

Inglês Francês Alemão Espanhol Italiano

Outras (especifique) _____

Qual tem maior importância? _____

2. Ordene por ordem de importância, de 1 a 4 (1 = mais importante)

Ler Escrever Falar Entender

3. Ordene de 1 a 4 (1 = mais importante)

Gramática Vocabulário Pronúncia

4. Assinale as suas maiores prioridades na utilização das línguas

A - ENTENDER

Apresentações/Conferências Telefonar Reuniões

Situações sociais Mensagens Diálogos vários

B - FALAR

Apresentações/Conferências Lidar com clientes Telefonar Reuniões
comerciais

Situações sociais Lidar com colegas estrangeiros

Outras (especificar) _____

C - LER

Cartas/faxes/actas/contratos Relatórios/artigos/instruções

Livros/Literatura Outras (especificar) _____

D - ESCREVER

Cartas/faxes/actas Relatórios/artigos Tomar notas

Outras (especificar) _____

5. Os profissionais têm formação adequada em línguas estrangeiras? SIM
NÃO

6. Costumam apostar em cursos de línguas para formação dos seus colaboradores? SIM NÃO

Se sim (especifique que línguas) _____

7. Quais as maiores dificuldades quando negocia com clientes estrangeiros?

Barreiras Linguísticas Barreiras Culturais Situações sociais

Outras (especificar) _____

Obrigada pela atenção!

ANEXO II – Base de dados Empresas

Tendo em conta as dimensões da Base de Dados, esta encontra-se disponível para consulta no CD.

ANEXO III – Base de Dados Restaurantes e Hotéis

Tendo em conta a dimensão deste documento, este encontra-se disponível para consulta no CD.

ANEXO IV – Pesquisa para o melhoramento do site da RSL

Sites visitados

IIK Düsseldorf

- Testes que se podem efectuar
- Serviços
- Sobre nós

The Anglophilcenter

- Protocolos e descontos
- Formulário de Contactos

Languages United

- Informações acerca da cidade

International House

- Notícias

Wall Street Institute

- Recrutamento
- Mapa do Site
- Teste o seu Inglês

Inlingua.de

- Diferentes localizações (filiais)
- Procurar

Open Languages.es

- A Escola (imagens)

Escuela Oficial de Idiomas

- Perguntas Frequentes

Feedback Instituite

- Horários
- Metodologias

BWS – Germanlingua

- Datas de inscrições e preços dos cursos

CFILC Ecole de Langues

- Ícones apelativos que acompanham a informação dos menus

Goethe – Institut

- Página do Facebook
- Registrar-se e ter uma conta Mein Goethe Institute

Site da Royal School of Languages (sugestões)

O menu principal da página da RSL deve conter os seguintes itens:

- Sobre nós (A Nossa Escola)
- Cursos
- Traduções
- TTC
- Contactos

Na barra lateral à esquerda deveria constar informação acerca:

- Testes /exames/Certificados
- Testes diagnósticos/nível
- Perguntas frequentes
- Links
- Mapa Site

A barra lateral esquerda deveria conter:

- Informação mais interactiva – Royal news
- Bolsa de Línguas

LOGO....		
A Nossa Escola :: Cursos de Língua :: Cursos Intensivos :: Traduções :: TTC :: Contactos		
Exames/Certificados Testes diagnósticos Perguntas frequentes Links Mapa Site		

Sugestões

- Adicionar uma página acerca dos orçamentos (adicionar formulário)
- Bolsa de Línguas – Como existe uma parceria com uma escola inglesa pode motivar-se os alunos a conversarem com “penfriends”
- Alterar o verde para um verde mais luminoso, mantendo parecido com o do logo da escola
- Actualizar fotos (Com melhor qualidade)
- Página de Entrada maior - que pode dar mais visibilidade e nitidez ao logo e às imagens
- Rever o tipo de letra
- Colocar imagens da escola
- Criar uma página com informação acerca das filiais e estabelecer ligação para estas caso tenham site
- Manter em todas as páginas a barra lateral da direita
- Incluir no site exercícios mensais que os alunos podem ir fazendo em casa ou links para sites de exercícios