

# **Ensino de PLE para fins comerciais: o caso dos aprendentes chineses adultos em Angola**

**Shen Yongzhong**

**Dissertação de Mestrado em Português como Língua  
Segunda e Estrangeira**

**Fevereiro de 2024**

*“[...] a maioria pensa com a sensibilidade, e eu sinto com o pensamento.  
Para o homem vulgar, sentir é viver e pensar é saber viver. Para mim,  
pensar é viver e sentir não é mais que o alimento de pensar.”*

*Livro do Desassossego, de Bernardo Soares (heterónimo de Fernando Pessoa)*

## **Agradecimentos**

Começo por agradecer à minha orientadora, a Professora Doutora Susete Albino, pelos seus ensinamentos e pela sua contribuição para a minha dissertação. A sua orientação na sala de aula, o seu ensino científico, a sua dedicação à disciplina e o facto de nos ter guiado em várias leituras sobre o ensino do português como língua segunda e estrangeira deixaram-nos profundamente impressionados. Foi graças à sua orientação científica, por assim dizer, que a minha dissertação foi um êxito.

À Professora Doutora Ana Maria Martinho, coordenadora do Mestrado em Português Língua Segunda e Estrangeira, que nos fez gostar ainda mais da literatura lusófona e nos levou a discutir várias metodologias úteis no processo de ensino-aprendizagem de português.

Ao coletivo de docentes do Mestrado, em particular ao Professor Doutor Luís Manuel Bernardo, à Professora Doutora Sílvia Almeida e à Professora Doutora Rima Jay Prakash, pela forma de dirigir este curso e pelos conhecimentos transmitidos durante o meu percurso nesta universidade. Todos nós beneficiámos dos seus sólidos conhecimentos académicos e da sua vasta experiência de ensino.

## **Ensino de PLE para fins comerciais: o caso dos aprendentes chineses adultos em Angola**

### **Resumo**

Ao longo dos últimos anos e num mundo em constante transformação política, económica, social e cultural, a língua portuguesa tem vindo a ganhar destaque não só devido ao aumento dos falantes como também devido ao papel que esta língua adquiriu nas trocas comerciais. À medida que a cooperação económica se aprofunda entre Angola e a China e tendo em consideração a constante alteração do mercado angolano, importa referir que as empresas chinesas, principalmente de construção civil, num contexto em que estas se encontram, repensaram as estratégias de investimento e optaram por desenvolver os seus empreendimentos nas áreas comerciais. Atendendo à rápida expansão dos centros comerciais em Angola, constatamos que a aprendizagem do português para fins comerciais por parte dos trabalhadores e dos investidores chineses é primordial. De facto, os resultados do ensino que tem sido proporcionado não têm sido satisfatórios, em parte devido ao facto de não ter sido feito um levantamento das necessidades deste público e de não ter sido criado material didático relacionado com esta área profissional. É a esses aspetos que esta dissertação se destina: o ensino do português para fins comerciais direcionado aos chineses adultos que desenvolvem a sua atividade profissional em Angola, população para a qual o português é língua estrangeira. Posto isso, pretendemos dar respostas para os desafios que se colocam em frente do ensino do português para fins comerciais. Neste trabalho procuramos encontrar os pressupostos teóricos como fundamentação, relacionados com a importância da abordagem comunicativa, do conhecimento sociocultural, da consciência intercultural e das competências sociolinguística e pragmática, das tarefas no ensino, e a faixa etária dos aprendentes. Assim, esta dissertação tem como objetivo apresentar os pressupostos e seleção dos temas para elaboração de um material didático para fins comerciais no contexto angolano e por fim propor uma unidade deste material para os profissionais chineses adultos que se encontram em Angola e que pretendem desenvolver a sua proficiência linguística em português nesta área específica. No que toca à metodologia de investigação, optamos por uma metodologia quanti-qualitativa e por técnicas de recolha de dados variadas: pesquisa documental, aplicação de inquéritos por questionário a emigrantes chineses residentes em Angola e pela realização de entrevistas a angolanos, que, pelo cargo que ocupam, conhecem bem a comunidade chinesa a residir e trabalhar em Angola e as suas necessidades. O trabalho efetuado aponta para uma necessidade urgente de elaboração de um material didático, de abordagem comunicativa, contextualizado e específico para a área comercial e ligado à uma realidade angolana. A elaboração do material visa colmatar a lacuna e constituir um contributo para um incremento do estudo e divulgação do português junto deste público específico. O trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos: i) relações económicas e políticas entre Angola e a China; ii) ensino de uma língua estrangeira e de uma língua para fins específicos; iii) metodologia; iv) análise dos dados obtidos nos inquéritos por questionário; e v) proposta de material didático.

**Palavras-chave:** Angola; aprendentes chineses adultos; português língua estrangeira; português para fins comerciais; criação de materiais didáticos para fins específicos.

## **Teaching Portuguese as a foreign language for commercial purposes: The case of adult Chinese learners in Angola**

### **Abstract**

Over the last few years and in a world that is constantly changing politically, economically, socially, and culturally, the Portuguese language has been gaining prominence not only because of the increase in speakers but also because of the role it has acquired in trade. As economic co-operation deepens between Angola and China and considering the constant changes in the Angolan market, it should be noted that Chinese companies, mainly in the construction industry, have rethought their investment strategies and opted to develop their ventures in commercial areas. Given the rapid expansion of shopping centers in Angola, we can see that Chinese workers and investors need to learn Portuguese for commercial purposes. In fact, the results of the teaching that has been provided have not been satisfactory, partly due to the fact that there has been no survey of the needs of this public and no didactic material has been created related to this professional area. The process of teaching and learning Portuguese for specific purposes is far from guaranteed for the development of Chinese investment and professionals in Angola. This dissertation aims to address these aspects: the teaching of Portuguese for business purposes targeted at Chinese adults engaged in professional activities in Angola, where Portuguese is a foreign language. Therefore, the objective is to provide solutions to the challenges faced in teaching Portuguese for commercial purposes. In this work, we seek to identify theoretical assumptions as a foundation, related to the importance of communicative approaches, sociocultural knowledge, intercultural awareness, sociolinguistic and pragmatic competencies, teaching tasks, and the age group of learners. Thus, the dissertation aims to present the assumptions and topic selection for the development of educational materials for commercial purposes in the Angolan context. Finally, it proposes a unit of this material for adult Chinese professionals in Angola aiming to enhance their language proficiency in Portuguese within this specific area. Regarding the research methodology, we opted for a quantitative-qualitative approach and various data collection techniques: document research, questionnaire surveys among Chinese immigrants residing in Angola, and interviews with Angolans familiar with the Chinese community living and working in Angola and their needs. The work underscores an urgent need to develop communicative, contextualized, and specific educational materials for the commercial sector, linked to the Angolan reality. The material's development aims to fill the gap and contribute to increased study and dissemination of Portuguese within this specific audience. The work is divided into five chapters: i) economic and political relations between Angola and China; ii) teaching a foreign language and a language for specific purposes; iii) methodology; iv) analysis of data obtained in the questionnaire surveys; and vi) proposal for teaching material.

**Keywords:** Angola; adult Chinese learners; Portuguese as a foreign language; Portuguese for business purposes; creation of teaching materials for specific purposes.

# ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS .....	VI
ÍNDICE DE QUADROS. ....	IX
LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS .....	X
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>1. AS RELAÇÕES ECONÓMICAS E POLÍTICAS ENTRE ANGOLA E A CHINA .....</b>	<b>4</b>
1.1 Comércio bilateral entre Angola e a China .....	4
1.2 Investimento chinês em Angola .....	5
1.3 Mecanismos de cooperação económica e comercial China-Angola .....	6
1.3.1 Fórum de Cooperação China-África .....	6
1.3.2 Comissão Conjunta China-Angola para a Economia e o Comércio .....	7
1.3.3 Zonas de cooperação económica e comercial ultramarina .....	7
1.3.3.1 Parque Industrial do Grupo Internacional de Guangde .....	7
1.3.3.2 Sino-ORD Parque Industrial .....	8
1.3.3.3 Centros comerciais .....	8
1.3.3.3.1 Shopping Center-Cidade da China .....	9
1.3.3.3.2 Centro Comercial NOVA ERA .....	9
1.3.3.3.3 Shopping Popular .....	10
1.3.3.3.4 Kikuxi Shopping .....	10
1.3.3.3.5 Shopping Montanha de Ouro .....	10
1.3.3.3.6 Outlet Shopping Mall .....	11
<b>2. O ENSINO DE UMA LÍNGUA ESTRANGEIRA (LE) E O ENSINO DE UMA LÍNGUA PARA FINS ESPECÍFICOS (LFE) .....</b>	<b>13</b>
2.1 Ensino e aprendizagem de uma língua estrangeira: perspetiva histórica, abordagem e métodos .....	13
2.2 Ensino de português como língua estrangeira .....	17
2.2.1 O português como língua estrangeira .....	17
2.2.2 Ensino e aprendizagem do português como língua estrangeira .....	18
2.2.2.1 A construção da competência comunicativa em língua portuguesa ...	18
2.2.2.2 As tarefas e o seu papel no ensino de PLE .....	19
2.2.2.3 A importância do conhecimento sociocultural, a consciência intercultural e as competências sociolinguística e pragmática .....	20
2.2.2.4 O papel dos temas e do género de textos no desenvolvimento da competência comunicativa .....	21
2.2.2.5 Aprendizagem de português por adultos .....	22
2.3 Ensino de uma língua para fins específicos .....	23
2.3.1 Inglês para fins específicos .....	23

2.3.2 Português como LE para fins específicos .....	24
2.3.2.1 Português como LE para fins comerciais .....	24
2.3.2.2 Português como LE para fins comerciais no contexto angolano .....	26
2.4 O manual no ensino do português para fins específicos .....	27
<b>3. METODOLOGIA .....</b>	<b>29</b>
3.1 Problemática .....	29
3.2 Opções metodológicas .....	30
3.3 Validação e tratamento de dados .....	32
<b>4. ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS E DAS ENTREVISTAS .....</b>	<b>33</b>
4.1 Análise dos resultados do primeiro inquérito por questionário (I1) .....	33
4.2 Análise dos resultados do segundo inquérito por questionário (I2) .....	40
4.3 Análise das entrevistas .....	47
<b>5. PROPOSTA DE MATERIAL DIDÁTICO .....</b>	<b>50</b>
5.1 Pressupostos para a elaboração do material didático .....	50
5.2 Seleção dos temas .....	53
5.3 Organização das unidades .....	54
5.4 Proposta de programa de ensino do português para a venda de mercadorias gerais e produtos plásticos .....	54
5.5 Proposta de unidade didática – Unidade 1.....	56
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>58</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>I</b>
Anexo 1 – Inquérito por questionário 1 .....	II
Anexo 2 – Inquérito por questionário 2 .....	V
Anexo 3 – Guião de entrevista .....	IX
Anexo 4 – Transcrição da entrevista 1 .....	XI
Anexo 5 – Transcrição da entrevista 2 .....	XII
Anexo 6 – Transcrição da entrevista 3 .....	XIII
Anexo 7 – Transcrição da entrevista 4 .....	XIV
Anexo 8 – Unidade didática .....	XVI

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Volume do comércio bilateral entre a China e Angola (2017-2021)
Figura 2	Fluxos e stocks de investimento direto chinês em Angola (2017-2021)
Figura 3	I1: Género dos inquiridos
Figura 4	I1: Idade dos inquiridos
Figura 5	I1: Nível de escolaridade dos inquiridos
Figura 6	I1: Área de trabalho dos inquiridos
Figura 7	I1: Nível de conhecimento da língua inglesa
Figura 8	I1: Motivo da aprendizagem do português
Figura 9	I1: Competência a priorizar no ensino-aprendizagem do português
Figura 10	I1: Grau de importância, nos materiais didáticos, das noções de direito, cultura, história, literatura e conhecimento empresarial relativos a Angola
Figura 11	I1: O que deve ser priorizado pelo professor em sala de aula
Figura 12	I1: Conteúdos/temas que gostariam de aprender em Português
Figura 13	I1: Grau de confiança dos inquiridos quando aprendem português
Figura 14	I2: Género dos inquiridos
Figura 15	I2: Idade dos inquiridos
Figura 16	I2: Nível de escolaridade dos inquiridos
Figura 17	I2: Setores de atividade dos inquiridos
Figura 18	I2: Cargos ocupados pelos inquiridos
Figura 19	I2: Tempo de permanência em Angola
Figura 20	I2: Aprendizagem da língua portuguesa antes de ir para Angola
Figura 21	I2: Grau de conhecimento em língua portuguesa
Figura 22	I2: Competências a trabalhar para falar melhor

## **ÍNDICE DE QUADROS**

- Quadro 1 I2: Competências trabalhadas na aprendizagem do português
- Quadro 2 I2: Temas a trabalhar no PFE para melhor exercer a sua atividade profissional
- Quadro 3 I2: Aspetos a melhorar pelos professores chineses de português em Angola

## **LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS**

BE – Business English

EAP – English for Academic Purposes

EBP – English for Business Purposes

EFL – English as a Foreign Language

ELT – English Language Teaching

EPE – Ensino de Português no Estrangeiro

ESP – English for Specific Purposes

LE – Língua Estrangeira

LFE – Língua para Fins Específicos

LM – Língua Materna

LNМ – Língua Não Materna

L2 – Língua Dois

PFC/ PC – Português para Fins Comerciais/ Português Comercial

PFE – Português para Fins Específicos

PLE – Português Língua Estrangeira

PLNM – Português Língua Não Materna

PLM – Português Língua Materna

PLS – Português Língua Segunda

QECR – Quadro Europeu Comum de Referência

QuaREPE – Quadro de Referência para o Ensino de Português no Estrangeiro

VOLL – Vocationally-Oriented Language Learning

## INTRODUÇÃO

De acordo com as estimativas das Nações Unidas, o número de falantes de português deverá atingir 387 milhões em 2050 e 487 milhões no final do século, e a distribuição geográfica da população lusófona sofrerá alterações profundas.

A observação da realidade circundante e do contexto social permite-nos depreender que o mundo está em constante e célere mudança. Permite-nos, igualmente, perceber que a língua portuguesa tem vindo a ganhar visibilidade e importância com o desenvolvimento das trocas comerciais entre os países de língua portuguesa e os demais países. Enquanto língua de transação económica, a aprendizagem do Português para Fins Comerciais (PFC) começa, por conseguinte, a ser pertinente e uma necessidade.

Em consonância com as estatísticas aduaneiras chinesas, no ano de 2022, o comércio bilateral entre a China e Angola continuou a crescer, atingindo 27,34 mil milhões de dólares, mais 16,3 por cento em termos anuais. Angola é o segundo maior parceiro comercial da China em África. Já a China é o maior parceiro económico e comercial de Angola, uma fonte de investimento direto e um parceiro económico e político importante. À medida que as relações económicas entre a China e Angola se estreitam, cada vez mais chineses se deslocam para Angola à procura de empregos, para aí exercerem as suas profissões ou realizarem atividades económicas.

Na linha do mencionado e tendo como suporte o defendido por Béacco & Byram (2007), para quem o conhecimento de línguas estrangeiras deve ser entendido como parte do “capital económico” do falante, consideramos que os trabalhadores chineses que vão para Angola serão mais bem-sucedidos caso dominem a língua portuguesa e a consigam utilizar no âmbito das suas funções profissionais.

Ao longo dos anos, o ensino de PLE para fins comerciais aos aprendentes chineses no contexto angolano tem sido ministrado como português geral, com material didático voltado para o ensino tradicional, muito focado na gramática. Os resultados desta abordagem não têm sido satisfatórios. Estes resultados decorrem, acreditamos, do facto de não se ter sido feito um levantamento das necessidades específicas deste público e de não ter sido criado material didático relacionado com a sua área de atuação. Segundo Tavares (2008), uma boa parte dos materiais existentes são, maioritariamente, generalistas, pois “não se dirigem a um público-alvo específico, mas a um público heterogéneo, tanto no que diz respeito ao nível etário, como ao nível cultural e linguístico” (p.35). É, portanto, evidente a falta de materiais didáticos que potenciem o

desenvolvimento profissional, cultural e linguístico dos imigrantes chineses em Angola. Embora estes estejam em contexto de imersão, e alguns até já trabalhem há bastantes anos no país, continuam a não conseguir compreender e comunicar com os seus clientes e/ou com os nativos. Isto deve-se, em parte, ao facto de os falantes recorrerem apenas à gramática para comunicar e por tentarem construir frases segundo a ordem da sua LM (L1). Ora, como sublinha Selinker (1972), o aprendente de L2 tende a procurar parâmetros sintáticos, semânticos e fonológicos entre a língua-alvo e a L1. Logo, erros podem ser interiorizados e tornar-se permanentes nas produções dos falantes de L2, mesmo no caso de alunos que se encontram em níveis de proficiência avançados.

Perante a constatação desses aspetos, verificamos que o ensino de português como LE em Angola para a comunidade chinesa requer um forte investimento nas áreas da elaboração de cursos de PFE e da criação de materiais didáticos adequados.

Atendendo ao exposto, o tema deste trabalho decorre da perceção e do julgamento da nova realidade e da falta de materiais didáticos para auxiliar o processo de ensino-aprendizagem de uma LE no mundo empresarial e profissional. Assim, a elaboração de uma proposta de conteúdos didáticos, com recurso a materiais autênticos e baseada no levantamento das necessidades dos aprendentes chineses em Angola, reveste-se de grande importância, uma vez que visa colmatar as dificuldades observadas ao longo do nosso estudo. Para o efeito, tivemos sempre presente a vantagem de estes materiais estarem relacionados com a profissão dos alunos e apresentarem um carácter mais prático.

Quanto ao enquadramento teórico, recorreremos a textos e bibliografia para suportar o conteúdo da dissertação. O *QECR* e *Referencial Camões - Português Língua Estrangeira* são utilizados na fundamentação teórica do processo de ensino-aprendizagem de português como LE. Lembramos que, segundo, Dudley-Evans & St. John (2000), a origem da aprendizagem de LFE remonta aos impérios grego e romano, quando os romanos aprendiam grego para fins académicos, e à época medieval, quando o latim era uma língua religiosa. Irshad & Anwar (2018) alegam que o surgimento da necessidade de aprender uma LFE se deve ao facto de haver um grupo com necessidades de aprendizagem específicas e precisas. Babo (2005), por sua vez, considera que a língua de especialidade leva em consideração a área de aplicação e os pressupostos tidos em conta para a concretização do ensino. Quanto a Hutchinson & Waters (1987), apontam que o Ensino de Línguas para Fins Específicos (ELFE) deve ser encarado como uma abordagem de ensino de LE, na qual todas as decisões, quanto à metodologia e ao conteúdo, devem concentrar-se na razão pela qual o aluno está interessado em aprender a

língua. O estudante não tem como objetivo o domínio generalizado da língua-alvo, mas apenas de algumas competências linguísticas específicas da sua área profissional (Basturkmen, 2010). Deste modo, várias fontes são citadas para ter uma compreensão sólida do tópico deste trabalho.

Relativamente à operacionalização da investigação, optamos por uma metodologia quanti-qualitativa e por técnicas de recolha de dados variadas: pesquisa documental, aplicação de inquéritos por questionário e entrevistas. Assim, para além da pesquisa documental, recolhemos e analisamos a informação recolhida em dois inquéritos por questionário aplicados a aprendentes chineses, que trabalham ou operam em Angola, para avaliar as suas necessidades. Refletimos também sobre a temática: português para fins comerciais no contexto angolano. Acreditamos que, deste modo, conseguimos “determinar” a situação dos potenciais aprendentes e as suas necessidades mais urgentes com o intuito de as tornar ótimas. Complementarmente, realizámos quatro entrevistas a individualidades que conhecem bem a comunidade chinesa a residir e trabalhar em Angola e as suas necessidades, com o objetivo de entendermos o que estes consideram ser importante trabalhar com este grupo especial de aprendentes.

O trabalho estrutura-se em cinco capítulos. No primeiro capítulo, é efetuada uma análise das relações económicas e políticas entre Angola e a China. No segundo capítulo, é abordado o ensino de uma língua estrangeira e o ensino de uma língua para fins específicos. No terceiro capítulo, é apresentada a metodologia. Em seguida, no quarto capítulo, são analisados os dados obtidos nos inquéritos por questionário e nas entrevistas. E, por último, no quinto capítulo, é apresentada uma proposta de material didático.

# 1. AS RELAÇÕES ECONÓMICAS E POLÍTICAS ENTRE ANGOLA E A CHINA

## 1.1. Comércio bilateral entre Angola e a China

Desde o estabelecimento de relações diplomáticas entre a China e Angola em 1983, a cooperação económica e comercial bilateral tem-se desenvolvido rapidamente, com um aumento da cooperação nos domínios da energia, construção, comércio e indústria transformadora. Os dois países cooperam frequentemente em instituições internacionais, como as Nações Unidas, e coordenam as suas posições políticas. A China é um dos países que apoiou a candidatura de Angola a um lugar não permanente nas Nações Unidas.

No dia 2 de março de 2004, o Ministério das Finanças de Angola assinou o primeiro Acordo de Crédito com o EximBank<sup>1</sup>. Com este acordo, a China disponibilizou a Angola um valor na ordem de 2 mil milhões de dólares americanos. Entre 2004 e 2010, o Governo da China disponibilizou a Angola cerca de 10,5 mil milhões de dólares para financiar projectos de reconstrução nacional em Angola, utilizando o petróleo como garantia (Corkin, 2011). Os empréstimos destinam-se principalmente a projetos de infraestruturas (Brautigam, 2011).

Angola tornou-se assim um dos maiores parceiros comerciais da China em África e um dos principais fornecedores chineses de petróleo, com o comércio bilateral a atingir valores que rondaram os US\$ 25,3 bilhões de dólares, em 2008, e mais de 700 mil barris de petróleo por dia. Durante esse período, a China foi responsável por 15,7 por cento das exportações de petróleo de Angola (Corkin, 2011; Pautasso, 2010). Nos últimos anos, a título de exemplo, de janeiro a junho de 2022, as importações e exportações bilaterais totalizaram 14,49 mil milhões de dólares, com Angola a ultrapassar a Nigéria e a tornar-se o segundo maior parceiro comercial da China em África.<sup>2</sup> Em 2017, o comércio total de mercadorias entre os dois países ultrapassou os 20 mil milhões de dólares.

Dados divulgados pela Administração Geral das Alfândegas da China, em 2021, revelam que o total do comércio de mercadorias entre a China e Angola foi de 23,34 mil milhões de dólares, um aumento de 41,4 por cento em termos anuais. Deste valor, as

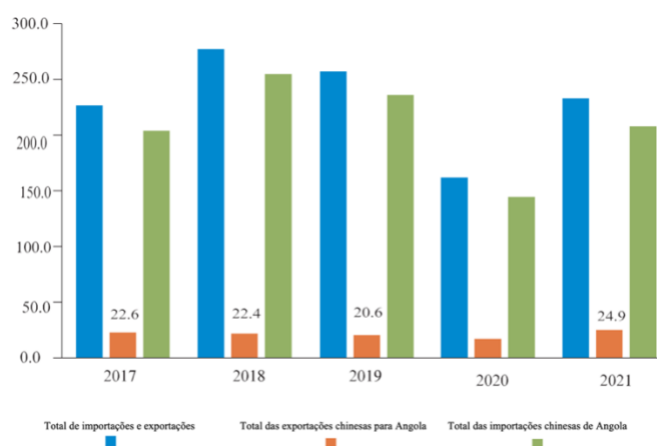
---

<sup>1</sup> O EximBank foi criado pelo Governo chinês em 1994, tendo como principais responsabilidades a execução da política industrial nacional, da política económica e comercial externa, da política financeira, a prestação de apoio financeiro à expansão das exportações chinesas de produtos eletromecânicos, conjuntos completos de equipamentos e produtos de alta tecnologia, a promoção de contratos com o estrangeiro e do investimento externo por parte de empresas com vantagens comparativas e a facilitação do desenvolvimento das relações externas e da cooperação económica e comercial internacional

<sup>2</sup> Informação disponível em: <http://www.mofcom.gov.cn>

exportações da China para Angola atingiram 2,49 mil milhões de dólares, um aumento de 42,6 por cento em termos anuais, enquanto as importações de Angola chegaram a 20,85 mil milhões de dólares, um aumento de 41,3 por cento em termos anuais. Como já foi anteriormente referido, de janeiro a junho de 2022, o comércio de mercadorias entre a China e Angola totalizou 14,49 mil milhões de dólares, um aumento de 33,2 por cento em relação ao ano anterior. Deste total, as exportações da China para Angola totalizaram 1,536 mil milhões de dólares e as importações de Angola conseguiram 12,954 mil milhões de dólares, um aumento de 48,8 por cento e 31,6 por cento respetivamente em relação ao ano anterior.<sup>3</sup> Como se pode ver na Figura 1, o total das exportações e importações apresenta uma tendência descendente em 2020 devido à pandemia, mas uma tendência ascendente em 2021 (**Figura 1**).

**Figura 1** - Volume do comércio bilateral entre a China e Angola (2017-2021)  
(unidade: cem milhões de USD)



Fonte: <http://www.customs.gov.cn>

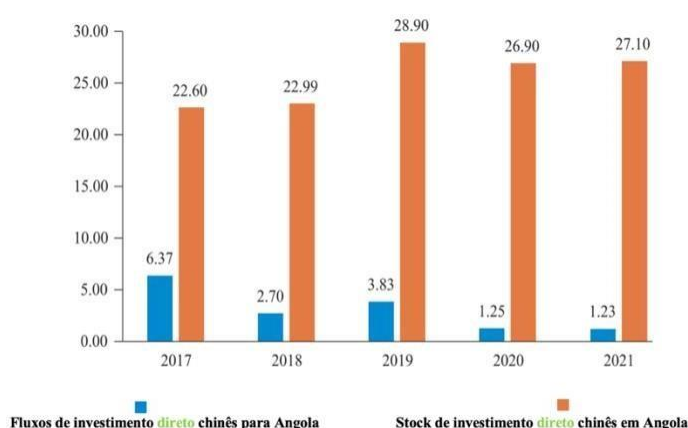
## 1.2. Investimento chinês em Angola

O investimento chinês em Angola é um dos maiores entre os países africanos, sobretudo nos setores do petróleo, das infraestruturas, do comércio, do imobiliário e da indústria transformadora, bem como no crescimento da agricultura e das pescas. As principais empresas chinesas que investiram em Angola são a Sinopec, a CITIC Construction, a China Road and Bridge, a Sinomachinery International Engineering Co., entre outras.

<sup>3</sup> Informação disponível em: <http://www.customs.gov.cn>

De acordo com as estatísticas do Ministério do Comércio chinês, os fluxos de investimento direto chinês em Angola rondou os 123 milhões de dólares em 2021. Até ao final de 2021, o stock de investimento direto chinês em Angola era de cerca de 2,710 mil milhões de dólares.<sup>4</sup> Como podemos observar na Figura 2, o investimento direto chinês em Angola diminuiu ligeiramente em 2020 e 2021 devido à pandemia, mas o stock continua a aumentar em 2021 (**Figura 2**).

**Figura 2** - Fluxos e stocks de investimento direto chinês em Angola (2017-2021)  
(unidade: cem milhões de USD)



Fonte: Ministério do Comércio da China, Administração Nacional de Estatísticas, Administração Estatal das Divisas. Boletim estatístico de 2021 sobre o investimento direto estrangeiro da China

### 1.3. Mecanismos de cooperação económica e comercial China-Angola

#### 1.3.1. Fórum de Cooperação China-África

O Fórum de Cooperação China-África foi formalmente criado em outubro de 2000 para reforçar a amizade e a cooperação entre a China e os países africanos, para enfrentarem conjuntamente os desafios da globalização económica e para prosseguir o desenvolvimento comum. O objetivo do Fórum é realizar consultas em pé de igualdade, melhorar a compreensão, alargar o consenso, reforçar a amizade e promover a cooperação. Atualmente, foram estabelecidos três níveis de mecanismos de acompanhamento, incluindo reuniões ministeriais (realizadas de três em três anos), reuniões de

<sup>4</sup> Fonte: Ministério do Comércio da China, Administração Nacional de Estatísticas e Administração Estatal das Divisas. «Boletim Estatístico de 2021 sobre o Investimento Direto no Exterior da China».

acompanhamento a nível de altos funcionários e reuniões preparatórias para as reuniões ministeriais, bem como reuniões entre os embaixadores africanos na China e o Secretariado do Comité de Acompanhamento Chinês. Em setembro de 2018, realizaram-se a Cimeira de Pequim e a 7.<sup>a</sup> Conferência Ministerial do Fórum de Cooperação China-África, nas quais ambas as partes decidiram unanimemente dar as mãos para construir uma comunidade de destino entre a China e África, promover a construção conjunta da "Um Cinturão, Uma Rota" e reforçar a cooperação prática em vários domínios.

A Conferência Empresarial China-África foi fundada em 2003 e é um importante evento de apoio do Fórum de Cooperação China-África. Realiza-se de três em três anos, alternadamente na China e nos países africanos, e já foi realizada por cinco vezes até à data. Líderes, empresários e representantes de instituições chinesas e dos países africanos participam na conferência para trocar e discutir questões de interesse comum. A Conferência Empresarial China-África é organizada pelo CCPIT.

### **1.3.2. Comissão Conjunta China-Angola para a Economia e o Comércio**

A Comissão Conjunta China-Angola para a Economia e o Comércio foi criada em 1988 como um mecanismo importante para promover a cooperação entre os dois países nas áreas do comércio, investimento, infraestruturas e assistência ao desenvolvimento. Em novembro de 2019, realizou-se em Luanda a sexta reunião da Comissão Conjunta Sino-Asiática de Economia e Comércio (JCCET), onde ambas as partes chegaram a um amplo consenso sobre o reforço da cooperação nas áreas de investimento e financiamento, infraestruturas e assistência ao desenvolvimento no âmbito das "Oito Ações" da Cimeira de Pequim do Fórum de Cooperação China-África (FOCAC). Após a reunião, os representantes de ambas as partes assinaram a ata da reunião do JECFA e trocaram opiniões sobre o reforço da cooperação entre os dois países no domínio do investimento e do financiamento.

### **1.3.3. Zonas de cooperação económica e comercial ultramarina**

#### **1.3.3.1. Parque Industrial do Grupo Internacional de Guangde**

O Parque Industrial do Grupo Internacional Guangde foi construído em 2007 com o investimento do Grupo Internacional Zhejiang Guangde.

Localizado na capital, Luanda, o parque cobre uma área de mais de 1 milhão de metros quadrados e tem mais de 10 fábricas, incluindo uma fábrica de postes, uma fábrica de tubos de esgoto, uma fazenda, uma fábrica de cogumelos, uma fábrica de esponjas e uma fábrica de novas energias, etc. Os produtos não são apenas amplamente utilizados no mercado local, mas também vendidos a países vizinhos. No final de junho de 2021, o parque tinha atraído um total de 20 empresas, empregue mais de 2.000 pessoas locais e gerando vendas acumuladas de mais de 1,7 mil milhões de dólares. As vendas totais excederam US \$ 1,7 bilhão.<sup>5</sup>

### 1.3.3.2. Sino-ORD Parque Industrial

O Sino-ORD Parque Industrial é uma zona industrial investida por uma empresa da China, proveniente da Província de Shangdong, que está localizado no Bengo, em Angola, e foi concluída em 2017. Dedicase principalmente à construção de edifícios fabris padrão, ladrilhos de cerâmica, azulejos de parede, caixas de cartão, logística, fabrico de papel, mineração, placa de gesso, *lumping*, mobiliário e produção de vidro, com uma capacidade de produção anual de 20 milhões de metros quadrados de cerâmica, tornando-se o maior produtor de cerâmica da África Austral.<sup>6</sup>

### 1.3.3.3. Centros comerciais

À medida que a cooperação económica se aprofunda entre Angola e a China e tendo em consideração a constante alteração do mercado angolano, importa referir que as empresas chinesas, principalmente de construção civil, num contexto em que estas se encontram, repensaram as estratégias de investimento e optaram por desenvolver os seus empreendimentos nas áreas comerciais.

Posto isso, faremos resenha de alguns centros comerciais chineses em Angola, de grande escala, com uma ampla variedade de atividades comerciais, que levam ao

---

<sup>5</sup> Informação disponível em: [www.gdgj.biz](http://www.gdgj.biz)

<sup>6</sup> Fonte: Artigo “Going Abroad Navigation Network: Porque é que cada vez mais empresas chinesas investem em Angola?”, de dia 15 de junho de 2023. 【越来越多中国企业投资安哥拉为哪般?】  
[https://mq.mbd.baidu.com/r/1bPwCqk0hy0?f=cp&rs=3171445696&ruk=IKItavnUc5678gcQOfQ9HA&u=516dde6e16b502f6&urlext=%7B%22cuid%22%3A%22laHwa\\_8evu06aHaU08vHfgaMHi03uviZYPHCu\\_a5viKX0qqSB%22%7D](https://mq.mbd.baidu.com/r/1bPwCqk0hy0?f=cp&rs=3171445696&ruk=IKItavnUc5678gcQOfQ9HA&u=516dde6e16b502f6&urlext=%7B%22cuid%22%3A%22laHwa_8evu06aHaU08vHfgaMHi03uviZYPHCu_a5viKX0qqSB%22%7D)

surgimento de uma grande necessidade da aprendizagem de português para fins comerciais.

#### 1.3.3.3.1. Shopping Center-Cidade da China

A construção da Cidade da China partiu do baixo mercado de construção civil devido à crise financeira em Angola e teve início em 2014. O projeto, localizado em Viana, via expressa, ocupa uma área de 350 mil metros quadrados, tendo a primeira e a segunda fases sido concluídas e colocadas em funcionamento, e a construção da terceira fase está a progredir de forma constante.

O centro comercial formou um complexo de grandes armazéns de uso diário, mobiliário, produtos de plástico, ferragens e materiais de construção, peças de automóvel, vestuário em segunda mão, restaurantes, bancos, supermercados agrícolas e apoio a empresas, e o centro comercial proporcionou cerca de 4.000 empregos diretos à comunidade local, afetando a vida de dezenas de milhares de pessoas.<sup>7</sup>

#### 1.3.3.3.2. Centro Comercial NOVA ERA

Localizado em Cacucaco, Luanda, o Centro Comercial NOVA ERA é o terceiro mega projeto imobiliário comercial do Grupo Sunrise, com capital chinesa, depois da Cidade da China e do Kikolo Shopping.

A estrutura comercial do projeto inclui o comércio por grosso de bens de consumo diário, o comércio por grosso de produtos eletrónicos, o comércio por grosso de vestuário, calçado e chapéus, a distribuição de cadeias de frio, o comércio de produtos agrícolas frescos e de produtos secundários, o comércio de marisco, a decoração e os materiais decorativos, a reparação de automóveis e de peças de automóvel e outras áreas de distribuição industrial. O projeto abrange uma área de aproximadamente 500.000 metros quadrados, com uma área total de construção de aproximadamente 480.000 metros quadrados, acomodando mais de 1.000 empresas.

A primeira fase do projeto, com mais de 400 lojas, deverá estar concluída em outubro de 2023 e ser entregue ao mercado.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Informação disponível em: [www.afrisunrise.com/zgc/](http://www.afrisunrise.com/zgc/)

<sup>8</sup> Fonte: Artigo «Residentes chineses em Angola online: terra quente de investimento, um tesouro para empreendedorismo! Supergrande Centro Comercial em Angola-Nova Era Centro Comercial está em

#### 1.3.3.3.3. Shopping Popular

O Shopping Popular foi oficialmente lançado em 2011, pela Empresa Chinesa Grupo HS, da província de Sichuan, com uma área total de 1,4 milhões de metros quadrados, a primeira fase do projeto abrange uma área de 160.000 metros quadrados, com uma área de construção de 70.000 metros quadrados. Para além de mais de 450 lojas para uso comercial, o Shopping está equipado com 150 apartamentos. Há também uma área de armazém de mais de 30.000 metros quadrados.

Prevê-se que todo o mercado seja oficialmente aberto ao público no final de agosto de 2023, após a expansão, a renovação e o relançamento deste ano. Além disso, após a reabertura da primeira fase do mercado, o desenvolvimento da segunda fase de 1,2 milhões de metros quadrados será lançado num futuro próximo.<sup>9</sup>

#### 1.3.3.3.4. Kikuxi Shopping

O Kikuxi Shopping foi oficialmente inaugurado a 2 de setembro de 2023 em Luanda. O Shopping, um dos primeiros centros comerciais a ser desenvolvido ao longo da Avenida Castro, está localizado num terreno de 28 hectares num bairro conveniente e densamente povoado.

Desde 2021, investiu mais de 50 milhões de dólares em grandes obras de modernização, tendo-se transformado num parque completo com comércio, um centro comercial e logístico de cadeia de frio, armazéns, fábricas, alojamento e restauração. O shopping resulta de um investimento de empresários chineses da província de Zhejiang, China.<sup>10</sup>

#### 1.3.3.3.5. Shopping Montanha de Ouro

Este shopping está localizado na Zona de Desenvolvimento Económico ZEE, perto da Avenida Castro, no município de Viana, Luanda, cobrindo uma área de 310 hectares, com

---

promoção e será inaugurado em outubro do próximo ano», de dia 12 de dezembro de 2022. de dia 15 de junho de 2023. «旅安华侨在线文化» <https://mp.weixin.qq.com/s/zoooxgd-dTeKFjIxOE7qW>.

<sup>9</sup> Fonte: Artigo «Feiyue Angola: SHOPPING POPULAR volta com grandeza», de dia 29 de junho de 2023. «非阅安哥拉» [https://mp.weixin.qq.com/s/I37eT5\\_XSdvUIRly8pKpeg](https://mp.weixin.qq.com/s/I37eT5_XSdvUIRly8pKpeg)

<sup>10</sup> Fonte: Artigo «Feiyue Angola: Cidade comercial logística Angola China volta com grandeza», de dia 2 de setembro de 2023. «非阅安哥拉» <https://mp.weixin.qq.com/s/5J2a7vHjTM6Cas37NwzdMA>.

um investimento total estimado em mil milhões de dólares, para criar um mercado grossista de pequenas mercadorias, um mercado de ferragens e materiais de construção, uma cidade de mobiliário, uma cidade automóvel, uma rua comercial e pedonal, Veneza, um novo tipo de cidade inteligente, um campo de golfe, um centro desportivo, um hotel de cinco estrelas, habitações de alta qualidade num só, integrado com o centro comercial, escritórios, lazer, viver na comunidade de alta qualidade.

A cidade será desenvolvida e construída em várias fases, sendo que na primeira fase está prevista a construção de um mercado grossista de mercadorias "Novo Mercado St. Paulo", com 600.000 metros quadrados, que será concluído e entregue em 15 de dezembro deste ano.

De acordo com a procura de um pequeno mercado grossista de mercadorias, estão a ser planeadas e concebidas mais lojas para serem lançadas. Nos próximos ano, o investidor chinês pretende investir mil milhões de dólares americanos para construir uma comunidade comercial e residencial de alto nível que integre um mercado grossista de pequenas mercadorias, um mercado grossista de ferragens e materiais de construção, um mercado de automóveis e peças para automóveis, um mercado de produtos frescos, lojas comerciais, atividades recreativas, um campo de golfe, um centro desportivo, um hotel de cinco estrelas e residências de alto nível.<sup>11</sup>

#### 1.3.3.3.6. Outlet Shopping Mall

Além dos Centros Comerciais acima-apresentados, o Outlet Shopping Mall é um outro shopping que se situa ao pé da Cidade da China, Viana, via expressa, e tenciona criar um mercado para vestuário, grandes armazéns, eletrodomésticos a preto e branco, acessórios para casa e escritório, a restauração, agricultura e comércio, logística, entretenimento, parque infantil, ginásio, bancos e telecomunicações eletrónicas. O projeto do Outlet Shopping Mall está agora em pleno andamento e será inaugurado em junho de 2023.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Fonte: Artigo «Feiyue Angola: Cidade de Século, a promoção do mercado de construção civil da segunda fase iniciou-se», de dia 5 de julho de 2023. «非閱安哥拉» <https://mp.weixin.qq.com/s/RkbWeNZ0DGNz0qCvSk0qIw>.

<sup>12</sup> Fonte: Artigo «Feiyue Angola: Angola Wanda está prestes a se promover, lojas de ouro ajudam-vos a saltar no ano 2023», de dia 10 de janeiro de 2023. «非閱安哥拉» [https://mp.weixin.qq.com/s/D1ihkKpiUZ0GuUusT\\_8m9A](https://mp.weixin.qq.com/s/D1ihkKpiUZ0GuUusT_8m9A).

Atendendo à rápida expansão dos centros comerciais em Angola, constatamos que a aprendizagem do português para fins comerciais por parte dos trabalhadores e dos investidores chineses é primordial. Falar a língua dos seus clientes é visto como uma ferramenta fundamental para, entre outros, a realização das atividades económicas, a melhoria do desempenho das suas funções profissionais, e, indiretamente, o incremento de lucros. Dados empíricos permitem concluir que a falta de competência linguística é considerada um dos principais obstáculos à realização de uma atividade económica ou profissional no estrangeiro. Os clientes comerciais possuem uma língua diferente, parece lógico que se pretenda aprender a sua língua para que seja possível comunicar eficientemente e cumprir os objetivos pretendidos.

## 2. O ENSINO DE UMA LÍNGUA ESTRANGEIRA(LE) E O ENSINO DE UMA LÍNGUA PARA FINS ESPECÍFICOS(LFE)

### 2.1. Ensino e aprendizagem de uma língua estrangeira: perspectiva histórica, abordagem e métodos

Desde que existe comunicação entre pessoas de diferentes regiões, nacionalidades e línguas, tem havido a necessidade de aprender e ensinar outras línguas para além da(s) LM, o que, conseqüentemente, tem levado ao desenvolvimento de métodos e teorias de ensino e aprendizagem de L2. Com vista a se dedicar e estudar o ensino das línguas, é necessário perceber o caminho percorrido ao longo da história no que diz respeito às abordagens e métodos de ensino de LE e refletir sobre as tendências e os princípios mais recentes que servem de suporte teórico à aquisição de línguas, fazendo um breve apanhado histórico das abordagens e métodos existentes.

Claude Germain (1993) considera que os primeiros vestígios de ensino de uma língua estrangeira remontam a 3300 a C., com o começo da escrita pela civilização suméria. De facto,

les premières attestations de l'enseignement d'une langue seconde remontent à la conquête graduelle(de l'an 3000 environ jusque vers l'an (2350) de Sumer par les Akkadiens (...). Les Akkadiens adoptent alors dès les débuts le système d'écritures des Sumériens. (...),ils se mettent à apprendre la langue de leurs sujets conquis. (Germain (1993), citado por 김경랑 서울대학교 , p.88)

No entanto, na China, as primeiras escolas de LE têm uma história de 2000 anos. De acordo com Hou Han Shu em *Rulin Biografia*<sup>13</sup>, citado por Fu Ke, 1986. Pode dizer-se que Taixue (nome antigo da escola chinesa na história), em Luoyang, na dinastia Han Oriental, existiu a primeira universidade na China a aceitar estudantes estrangeiros, o que também pode ser considerado como o início do ensino de LE nas escolas chinesas, tal como está registado na história.

Se olharmos para a Europa, o período compreendido entre o século V a.C. e o século

---

<sup>13</sup> O Livro da Dinastia Han posterior (Hou Han Shu), uma biografia compilada sob a forma de biografia de turma, é um livro de história cronológica escrito por Fan Ye, da Dinastia do Sul, que regista os acontecimentos históricos desde o Imperador Guangwu da Dinastia Han até ao Imperador Xian da Dinastia Han, há 195 anos.

III a.C. foi o período clássico da língua e da literatura europeias, também conhecido como período da Grécia Antiga. Diz-se que o poeta cego Homero deixou dois grandes poemas épicos, a *Ilíada* e *A Odisseia*. Sabemos que a Grécia antiga é o berço da cultura europeia. A filologia ocidental deriva também da linguística grega antiga. Em 336 a.C., Alexandre da Macedónia ocupou o Egipto e, em 332 a.C., os macedónios construíram uma grande biblioteca em Alexandria, no Egipto, que se tornou gradualmente um centro de estudo da língua e da literatura. Nessa altura, a língua da Antiguidade grega era diferente da língua falada e o estudo da literatura grega começou a ser feito com o objetivo de decifrar os textos antigos, especialmente os épicos homéricos. A maior realização de investigação deste período foi a gramática.

Com a passagem do tempo, na Idade Média, o latim tornou-se a língua comum dos cultos na Europa, e a Idade Média é também conhecida na história europeia como a Idade das Trevas do domínio religioso. O conhecimento do latim era necessário para progredir tanto no mundo secular como no religioso, e o latim não era apenas a língua do culto e das cerimónias, mas também a língua comum da diplomacia, do mundo académico e da cultura de todas as nações, enquanto as outras línguas eram meros instrumentos da vida quotidiana ou dos negócios. Como resultado das atividades missionárias cristãs, a Bíblia foi traduzida para muitas línguas, e a necessidade de traduzir a Bíblia levou à criação de textos e ao estabelecimento de teorias de tradução em algumas línguas não escritas.

Há mais de dois mil anos, o estudo do grego e do latim incidia sobretudo na análise gramatical, na descrição das características morfológicas e da estrutura sintática em termos gramaticais e na tradução da língua escrita, e este método relativamente primitivo de aprendizagem e análise da língua constituía o elemento mais básico do método gramática-tradução que defende que o objetivo da aprendizagem de línguas é a leitura, especialmente da literatura clássica. O método de gramática-tradução é o de ensino mais antigo e mais controverso no ensino de LE, sendo também conhecido como método clássico ou tradicional, em que a língua materna desempenha um papel fundamental no trabalho de tradução. Como Frias (1992) refere “As duas línguas entram em contacto na aula de língua estrangeira, pelo recurso à LM, pela realização de exercícios de tradução de pela comparação explícita entre as duas línguas” (p.16).

Nos finais do século XIX, com o desenvolvimento da economia, especialmente dos meios de transporte modernos, como o avião e os comboios, bem como o âmbito cada vez maior das interações quotidianas das pessoas e do comércio, o método tradicional de gramática-tradução já não se adaptava às exigências da sociedade em matéria de

proficiência em LE. Por isso, na segunda metade do século XIX, o movimento de reforma do ensino das LE, iniciado na Europa Ocidental, deu origem ao método direto. No método direto, o professor adota perguntas e respostas progressivas para orientar os alunos a falar, e não utiliza a língua materna dos alunos para dar explicações.

Após a eclosão da Segunda Guerra Mundial, especialmente a Guerra do Pacífico em 1941, e depois de os Estados Unidos terem declarado a sua participação formal na guerra, foi necessário enviar um grande número de tropas para o estrangeiro. Com o intuito de recolher inteligências, os Estados Unidos criaram um programa de formação especial para o exército e adotaram uma série de medidas e meios para intensificar a capacidade de oralidade e pronúncia dos soldados, com resultados altamente eficazes. Este método de ensino baseava-se nas teorias da psicologia behaviorista e da linguística estrutural, colocando a compreensão e expressão orais em primeiro lugar. Depois da guerra, o método foi aplicado ao ensino de LE nas escolas e tornou-se popular nos Estados Unidos e nos países ocidentais nas décadas de 1950 e 1960, evoluindo para o que é conhecido como um método de referência na história do ensino de línguas, ou seja, o método de audiolingual.

Nos anos de 1960, a ciência e a tecnologia desenvolveram-se de forma célere e houve uma intensa concorrência internacional em vários domínios, como a política, a economia, as forças armadas, a ciência e a tecnologia, o que exigiu um grande número de talentos de alto nível capazes de intercâmbios internacionais diretos, e que o ensino de LE não só ajudasse os alunos a memorizar conhecimentos, mas também cultivasse e desenvolvesse o seu intelecto, e o método de audiolingual, que se baseava no cultivo da capacidade oral, estava cada vez mais exposto à sua fraqueza fatal - a mecanicidade - e a comunidade de ensino de LE reclamou a sua substituição por novos métodos.

Ao mesmo tempo, a psicologia, a pedagogia e a linguística nos EUA também tiveram um grande desenvolvimento, o que proporcionou uma base sólida para a criação de um novo sistema de método de ensino de LE. Em 1964, o Professor Carroll, um famoso psicólogo americano, no seu artigo sobre a forma moderna do método gramática-tradução, em resposta às desvantagens do método direto e do método de audiolingual que tinham sido expostas pela prática do ensino, apresentou a abordagem cognitiva. A base linguística desta abordagem é a gramática gerativa transformacional de Chomsky. No final dos anos 50, Chomsky publicou dois livros, *Syntactic Structures* (Estruturas Sintáticas) e *A Review of B.F. Skinner's Verbal Behavior* (Revisão dos actos verbais de Skinner), que criticavam fortemente os dois principais fundamentos teóricos do método

audiolingual, a linguística estruturalista e a psicologia behaviorista, gerando um impacto significativo no estudo da natureza da linguagem e da forma como é adquirida. Chomsky defendeu que a linguagem não é uma estrutura habitual, mas um processo transformativo e generativo.

A partir dos anos de 1970, quando os países europeus recuperavam do trauma da Segunda Guerra Mundial, o desenvolvimento socioeconómico entrava numa fase de grande prosperidade e o mercado de trabalho atraía milhares de pessoas para a Europa (muitos deles antigos residentes coloniais) em busca de oportunidades de emprego, a formação linguística dessas pessoas, de acordo com as suas especialidades profissionais, era considerada um problema urgente a resolver na altura.

O sociolinguista Hymes (1972) contestou a noção de competência linguística de Chomsky, argumentando que esta não se devia limitar ao conhecimento gramatical, mas devia também abranger a utilização de conhecimentos e competências linguísticas latentes em situações reais de comunicação verbal. Este conceito tornou-se uma base teórica importante para a abordagem comunicativa. A característica mais importante desta abordagem é o facto de tomar as necessidades comunicativas dos alunos como ponto de partida, a natureza comunicativa do processo de ensino como a sua principal característica e o cultivo da competência comunicativa verbal dos alunos como o seu principal objetivo.

A abordagem baseada em tarefas tem as suas origens na abordagem comunicativa nos anos de 1980 e evoluiu nos anos de 1990 para um movimento de ensino de línguas que teve um impacto global. Uma abordagem baseada em tarefas é aquela que permite aos alunos experimentar e aprender uma língua enquanto completam tarefas diretamente relacionadas com as suas experiências de vida ou de trabalho, cujo foco reside na ideia de “aprender fazendo”. As *Normas Curriculares de Inglês para o Ensino Obrigatório da China de 2011* do Ministério da Educação chinês, por exemplo, promovem a abordagem baseada em tarefas como um método de ensino de inglês corrente para professores de inglês do ensino primário e secundário em todo o país.

O linguista britânico Michael Lewis (1993), por sua vez, iniciou a abordagem lexical. Para o autor, "a língua é feita de vocabulário gramaticalizado, não de gramática lexicalizada", e "as partes lexicais, que se situam entre a gramática e o vocabulário, são o foco do uso da língua". A abordagem de lexical *chunking* pode combinar organicamente a aprendizagem do conhecimento da língua e o desenvolvimento da competência comunicativa, evitando assim a tendência radical das abordagens estrutural e comunicativa.

Após a década de 1990, o campo de investigação do ensino de línguas estrangeiras expandiu-se ainda mais, com o surgimento e o desenvolvimento da linguística, da linguística aplicada, da aquisição de língua segunda, do *corpus* e de outras disciplinas, o "método" deixou de ser o núcleo do ensino de LE e do sistema discursivo de investigação, o ensino de LE entrou na "era pós-metodológica". De facto, pós-métodos e métodos, não são irreconciliáveis, e não ser metodológico não é o mesmo que não falar de métodos; pelo contrário, os métodos continuam a ser uma parte importante das teorias de ensino construídas pelos professores. Na era pós-método, os métodos de ensino de línguas estrangeiras, incluindo alguns métodos tradicionais, continuam a ter um elevado grau de aceitação entre os professores de línguas estrangeiras em todo o mundo.

## **2.2. Ensino de português como língua estrangeira**

### **2.2.1. O português como língua estrangeira**

A disseminação do português iniciou-se no século XV, com o alargamento do território português, época em que o antigo Império impunha a língua portuguesa aos povos que dominava, não só para a conquista, mas também para a disseminação de valores, ideias políticas e crenças religiosas. À medida que conquistava territórios, a língua portuguesa ia ganhando espaço no mundo. Assim, a expansão marítima dos séculos XV e XVI possibilitou a difusão da língua portuguesa (inicialmente falada por perto de um milhão de pessoas) pelos diferentes continentes.

Atualmente, o português é visto como uma das línguas mundiais de grande peso, sendo apontado como a oitava língua mais falada no mundo e como uma das línguas que tem conhecido maior crescimento. Esta projeção tem levado a um aumento da procura de cursos de língua portuguesa como língua estrangeira e o governo português, no quadro da sua política externa, tem tentado responder a essa demanda. O Decreto-Lei nº165/2006, que institui o regime jurídico do ensino português no estrangeiro, é exemplo disso, uma vez que neste se pode ler que

Assegurar o ensino e a valorização permanente da língua portuguesa, defender o seu uso e fomentar a sua difusão internacional constituem tarefas fundamentais do Estado, tal como se encontram definidas na Constituição. (...), o Estado está ainda incumbido da defesa e promoção da cultura portuguesa no estrangeiro...

Outro bom exemplo, é a criação do *Quadro de Referência para o Ensino Português no Estrangeiro* (QuaREPE), que, com o intuito de valorizar e dignificar o ensino da língua e da cultura portuguesas no estrangeiro, fornece a base para a “elaboração e avaliação de programas, linhas de orientação curricular e escolha de materiais pedagógicos e didáticos(...)”, visando o pleno reconhecimento, acreditação e certificação dos cursos do Ensino Português no Estrangeiro” (2005, p.3).

## **2.2.2. Ensino e aprendizagem do português como língua estrangeira**

### **2.2.2.1. A construção da competência comunicativa em língua portuguesa**

De todos os métodos de ensino das línguas. O método comunicativo é o mais proeminente, na medida em que leva o aluno a uma situação de aprendizagem autêntica. De acordo com Andrade & Araújo e Sá (1992), a abordagem comunicativa abrange

o fenómeno linguístico em toda a sua complexidade representativa e comunicativa, retomando, com consequências fundamentais para o processo de ensino/aprendizagem, uma nova noção que começa, entretanto, a surgir e a ser progressivamente defendida: trata-se da competência da comunicação. Quer isso dizer, reveste-se de uma grande relevância desenvolver a competência comunicativa na língua portuguesa. (p.41)

A este respeito, Almeida Filho (2002) defende que

este ensino não toma as formas da língua descritas nas gramáticas como o modelo suficiente para organizar as experiências de aprender outra língua embora não descarte a possibilidade de criar na sala momentos de explicitação de regras e de prática rotinizante dos subsistemas gramaticais (como dos pronomes, terminações de verbos, etc.). (p.36)

Os materiais que dão ênfase ao método comunicativo estimulam o aluno a exprimir o que deseja e o que precisa de dizer. Os métodos são interativos e incentivam a realização de trabalhos com colegas e em pequenos grupos.

Comunicação e uso são os propósitos de aprender português. Tomlinson (2011) define que a competência comunicativa é a competência que utiliza a língua de forma eficaz para se comunicar. A aquisição desta competência implica a aquisição de

conhecimentos e competências linguísticas e sociolinguísticas (i.e. o desenvolvimento da competência de utilizar a língua de forma fluente, correta, adequada e eficaz).

O desenvolvimento da competência de comunicação é, desde há muito, uma preocupação do Conselho da Europa, considerando a competência pragmática e funcional como fundamental, levando a que o processo de ensino-aprendizagem das línguas estrangeiras coloque o foco nas necessidades, situações reais em que o aprendente precisa de utilizar a língua.

Tal como foi referido anteriormente, nos anos de 1970, o ensino e a aprendizagem das LE foram tidos em conta como ferramenta privilegiada de comunicação e passou a ser defendida uma metodologia direcionada para o desenvolvimento da competência comunicativa. Desta feita, surge a "abordagem comunicativa" que revolucionou a didática das línguas, trazendo a linguagem viva para a sala de aula e aumentando a necessidade de os alunos aprenderem línguas para fins comunicativos.

Atualmente, a evolução da investigação e do saber faz com que, no ensino-aprendizagem de português, se privilegie o desenvolvimento da competência comunicativa, tal como definido no QECR (2001) “as competências de comunicação são fundamentais no ensino, aprendizagem e avaliação de uma língua” (p.14).

#### **2.2.2.2. As tarefas e o seu papel no ensino de PLE**

Segundo Tomlinson (2011), as tarefas são atividades em que os aprendentes são convidados a utilizar a língua-alvo para atingir um determinado resultado num determinado contexto (por exemplo, resolver um problema; planear uma reunião; seleccionar candidatos para uma entrevista). Para o autor, as abordagens baseadas em tarefas centram-se nos materiais ou cursos concebidos em torno de uma série de tarefas autênticas que dão aos aprendentes a experiência de usar a língua em formas em que esta é utilizada no "mundo real" fora da sala de aula. Preencher espaços em branco, mudar verbos do passado simples para o presente simples e completar tabelas de substituição não são, portanto, tarefas autênticas. Exemplos de tarefas autênticas seriam responder a uma carta dirigida ao aprendente, defender um determinado ponto de vista e comparar várias brochuras de férias para decidir onde ir de férias. Retomando o QECR (2001), aprendentes de uma língua “são atores sociais, que têm de cumprir tarefas (que não estão apenas relacionadas com a língua) em circunstâncias e ambientes determinados, num domínio de atuação específico” (p.29).

Em contexto de imersão, as tarefas desenvolvidas pelos aprendentes ganham particular sentido e relevância, pois as competências por estes mobilizadas não são exclusivamente linguísticas, propondo formas de “aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a ser, aprender a viver juntos” (Delors *et al.*, 1996, p.163). Os atos de comunicação são levados a cabo para satisfazer as suas necessidades numa em situações concretas. No domínio público, “a intenção será fazer negócio, por exemplo, para comprar roupa de boa qualidade a um preço razoável. No domínio profissional, poderá ser a compreensão de novas regras e suas implicações para o cliente” (QECR, 2001, p.85). Assim, optar por um modelo pedagógico baseado na realização de tarefas permite aos alunos aprenderem o uso da língua em contexto real, logo autêntico (Mishan, 2005; Tomlinson & Masuhara, 2018).

### **2.2.2.3. A importância do conhecimento sociocultural, a consciência intercultural e as competências sociolinguística e pragmática**

O conhecimento sociocultural e as competências sociolinguística e intercultural são determinantes no desenvolvimento da competência comunicativa, aspetos fundamentais no ensino do português como língua estrangeira.

De acordo com Arends (1995), julgamentos errados de comportamentos “podem certamente impedir o desenvolvimento de uma relação entre pessoas pertencentes a culturas diferentes” (p.159).

Também Guastalegnanne, citado por Moraes (2003, p.62-63), nos fala sobre a relevância do desenvolvimento da competência sociocultural nas aulas de LE, defendendo a necessidade de conectar a língua-alvo com a cultura-alvo, pois se assim não for será:

muy fácil incurrir en un error sociocultural, aun manejando correctamente la lengua meta, y estos errores, pueden, muchas veces, alejarnos, de nuestro objetivo comunicativo mucho más que un verbo mal conjugado o una preposición fuera de lugar.

A língua, a cultura e a sociedade são inseparáveis, e a língua é um instrumento de transmissão da cultura, através do qual é refletida a imagem do país e a realidade da sociedade. A história e as normas sociais de um país não são apenas fatores indispensáveis

para compreender a cultura, possibilitam também ao público-aprendente o uso da língua de forma mais adequada. Como o QECR (2001) refere:

o conhecimento da sociedade e da cultura da(s) comunidade(s) onde a língua é falada é um dos aspetos do conhecimento do mundo. É, no entanto, suficientemente importante para merecer uma atenção especial, uma vez que, ao contrário de muitos outros aspetos do conhecimento, parece provável que este conhecimento fique fora da experiência prévia do aprendente e seja distorcido por estereótipos. (p.148)

as competências sociolinguísticas referem-se às condições socioculturais do uso da língua. a componente sociolinguística afeta fortemente toda a comunicação linguística entre representantes de culturas diferentes, embora os interlocutores possam não ter consciência desse facto. (p.35)

as competências pragmáticas dizem respeito ao uso funcional dos recursos linguísticos (produção de funções linguísticas, atos de fala) e criam um argumento ou um guião de trocas interacionais. Diz também respeito ao domínio do discurso, da coesão e da coerência, à identificação de tipos e formas de texto, à ironia e à paródia. (p.35)

#### **2.2.2.4. O papel dos temas e do género de textos no desenvolvimento da competência comunicativa**

Os temas e géneros de texto devem ser cuidadosamente selecionados para contribuir para o desenvolvimento da competência comunicativa. Como se encontra referido no QuaREPE (2005), a

ativação das competências comunicativas depende do uso de estratégias adequadas aos contextos de uso da língua e realiza-se no desempenho das atividades linguísticas de receção, produção, interação e mediação, oralmente e por escrito, de textos relacionados com temas pertencentes a domínios específicos.

A seleção dos domínios (privado, público, educativo, profissional) nos quais os aprendentes atuam, ou poderão atuar no futuro, tem implicações diretas na seleção das situações de comunicação, nos temas, textos, tarefas e atividades com os quais os aprendentes se vão deparar e conseqüentemente na elaboração de materiais. (p.15)

Assim, por exemplo, os utilizadores do QECR, inclusive os aprendentes, poderão tomar decisões com base na avaliação das características, motivações e necessidades. Também a aprendizagem de línguas orientada para fins específicos (vocationally-oriented language learning – VOLL) “poderá desenvolver temas da área profissional relevantes para os estudantes envolvidos” (QECR, 2001, p.84)

Sem esquecer que o currículo, para que favoreça a aprendizagem, deve centrar-se no aluno; as atividades devem ser selecionadas e respeitar o princípio de progressão e devem espelhar o que o falante/aprendente determina como relevante para o uso em situações reais de comunicação.

#### 2.2.2.5. Aprendizagem de português por adultos

Hoje em dia, com o desenvolvimento económico e a globalização, não só é possível aprender uma LE através de cursos escolares formais, como também é possível oferecer um ensino especializado de LE de acordo com as necessidades dos alunos. Embora o Conselho da Europa promova a aprendizagem de LE numa idade precoce, sublinha igualmente que os adultos também devem ser encorajados a aprender uma LE, seja para fins turísticos, académicos ou simplesmente para manter a sua mente ativa.

Perante a nova realidade, alguns adultos são motivados pela necessidade de aprender uma LE para se integrarem neste mundo globalizado, em particular por razões profissionais e empresariais.

Na opinião de Pizzolato (1995), os adultos têm algumas limitações na aprendizagem de uma LE, nomeadamente ao nível da gramática, da fonética e da memorização de vocabulário. Segundo o autor, existe um período dourado de aprendizagem, com um limite de idade, para além do qual a aprendizagem de uma língua se tornará muito difícil.

A este respeito, a linguista Spada (2004) defende que:

praticamente qualquer um diria “quanto mais novo, melhor”, quando se trata de aprender uma língua estrangeira através da educação formal, em escolas. Contudo, tanto a experiência como a pesquisa têm mostrado que estudantes mais velhos podem obter um nível de proficiência alto, se não nativo, em uma língua estrangeira. Então a resposta para a pergunta “qual é a melhor idade para que as pessoas comecem a aprender uma língua estrangeira” depende de diversos fatores, sendo os dois mais importantes: 1) os objetivos

e as expectativas do programa instrucional e, 2) o contexto em que o ensino acontece. Se o objetivo de aprender/ensinar uma língua estrangeira é obter o mais alto nível de habilidade na segunda língua, ou seja, o nível em que um falante de segunda língua se torne igual ao falante nativo, há sustentação para o argumento de “quanto mais cedo, melhor”. Esse apoio, encontrado na literatura sobre a hipótese do período crítico, é baseado no princípio de que fatores biológicos e maturacionais limitam a capacidade de aprendizagem de línguas depois de uma determinada idade. (pp.4-5)

Não há dúvida que um bom plano de estudos deve ter em consideração a faixa etária dos aprendentes, valorizar os valores culturais, ter em conta as múltiplas influências no processo de ensino e aprendizagem, ser capaz de promover uma pedagogia comunicativa e produzir resultados positivos sem adotar materiais e método de ensino que são utilizados com crianças.

Como podemos constatar, as teorias não apresentam consenso quanto à melhor idade para aprender uma LE. O que se observa é que a maioria dos aprendentes adultos de LE está sobretudo interessada em obter uma competência básica de comunicação na língua-alvo, porque a sua LM manter-se-á a sua língua privilegiada.

### **2.3. Ensino de uma língua para fins específicos**

#### **2.3.1. Inglês para fins específicos**

Recuperando as palavras de Cabré (1999), falar de linguagem de especialidade é falar de

registos funcionais caracterizados por uma temática específica, empregados em situações de características pragmáticas precisas, determinadas pelos interlocutores (basicamente o emissor), o tipo de situação em que são produzidas, e os propósitos ou intenções que se propõe a comunicação especializada. (p.152)

De facto, a importância da aprendizagem de línguas para fins específicos foi reconhecida a partir de 1960 com o aparecimento do Inglês para Fins Específicos (ESP), que partia da análise das necessidades do público-alvo (Munby, 1978). Para Strevens (citado por Swales, 1988, p. 14), “o interesse pela aprendizagem de línguas específicas começou a surgir no século XVI, como se pode verificar pelo surgimento do inglês para viajantes e vários documentos descobertos por este investigador, como provas do

processo de aprendizagem de línguas para fins específicos.”

A aprendizagem do inglês para fins específicos desenvolveu-se durante e após a Segunda Guerra Mundial. No período da guerra, os soldados tiveram de aprender para ganhar batalhas. Após a Grande Guerra em 1945, o desenvolvimento da economia internacional, da ciência e da tecnologia, das trocas comerciais e a emergência dos Estados Unidos como superpotência mundial e, em particular, o sistema de Bretton Woods, que estabeleceu a hegemonia do dólar americano, contribuíram para a difusão do inglês para fins específicos. Como fator fundamental no acesso aos mercados internacionais, ao comércio e à tecnologia, foi criado um grupo de aprendentes. Aprender inglês era considerado essencial para entrar no mundo dos negócios, no mundo técnico ou no mercado internacional (Hutchinson & Waters, 1987, pp.5-6). O ESP tem sucesso como modelo de desenvolvimento para outras línguas e todos competem para o imitar. A linguística aplicada surgiu nos anos 1990 e a aprendizagem de línguas alargou-se às linguagens informáticas, às linguagens jurídicas, às linguagens educativas, entre outras. A aprendizagem de línguas também começou a ter em conta diferentes contextos. A linguística foi aplicada ao local de trabalho, onde se aprendiam conhecimentos linguísticos, mas também conhecimentos especializados. A terminologia especializada desempenha um papel dominante.

De facto, é só na primeira década do século XXI que a aprendizagem das LE para fins específicos, em particular para fins profissionais, ganha visibilidade, na sequência da publicação de estudos e trabalhos concretizados por diversas instâncias europeias. Estes demonstraram que o ensino da língua destinado a este público específico deveria ser funcional, pois “a necessidade e o desejo de comunicar surgem numa situação específica e a forma e o conteúdo da comunicação são uma reação a essa situação” (QECR, p. 75).

## **2.3.2. Português como LE para fins específicos**

### **2.3.2.1. Português como LE para fins comerciais**

Na era da globalização, a importância da língua portuguesa como língua de transações económicas é cada vez mais elevada, devido ao desenvolvimento da tecnologia da comunicação, dos transportes, das trocas, do mercado de trabalho, da produção, da educação, do lazer, do turismo, da Internet, que conduz à convergência económica e social e cultural, ao aumento das trocas, à mobilidade no mercado de trabalho, à necessidade de

comércio global, de investimento, de expansão, de compras, de aquisições de empresas internacionais e, em particular, devido ao papel do Brasil e de Angola no panorama económico mundial.

O Português para Fins Específicos (PFE) refere-se à língua portuguesa relacionada com uma profissão, disciplina ou objetivo específico, e tem duas características distintivas: em primeiro lugar, devido às necessidades de uma profissão específica, o objetivo de aprendizagem do aprendente é claro, ou seja, o aprendente precisa de adquirir a capacidade de utilizar a língua portuguesa numa determinada disciplina ou indústria, e, em segundo lugar, a especialização do conteúdo do estudo, que é diferente do português comum, uma vez que o PFE é um curso aplicado que especializa o conhecimento e as competências do aprendente da língua portuguesa para uma determinada profissão ou ocupação, e caracteriza-se pelas suas próprias características em termos de tema, estrutura, gramática e vocabulário, e também pelo facto de estar intimamente relacionado com o conhecimento profissional das várias indústrias.

Apesar de o Português para Fins Comerciais (PFC) ser utilizado num contexto empresarial específico, tem também as características do português para fins gerais, com base no qual se desenvolveu, e, como língua principal das atividades de comunicação empresarial internacional, o PFC herda muitas das características do português comum. Por conseguinte, as teorias aplicáveis ao ensino do português para fins gerais. No entanto, sendo uma língua portuguesa especializada, tem a sua própria particularidade, ela é a fusão do português geral com o conhecimento empresarial.

Das leituras efetuadas, observámos algumas referências à língua para fins específicos nos documentos orientadores para o ensino de línguas. No entanto, é nos documentos europeus que se verifica uma maior atenção para estas questões, nomeadamente no QECR e, no mais recente, *CEFR Companion*.

Em Portugal, a importância da aprendizagem do PFE reflete-se no uso de vocabulário indireto em algumas referências, como áreas, objetivos e contextos específicos. O *Referencial Camões PLE* (2017), por exemplo, menciona quatro vezes a importância de ensino e aprendizagem de acordo com as necessidades dos alunos ou num contexto específico.

Contudo, em relação ao português, não existe ainda um documento oficial autónomo que se refira ao ensino do PFE, pelo que, apesar da sua importância já ser reconhecida, está ainda num estado inicial.

### 2.3.2.2. Português como LE para fins comerciais no contexto angolano

Angola conquistou a sua independência em 1975 e o português tornou-se a língua oficial do país. No entanto, de 1975 a 2002, Angola viveu 27 anos de guerra civil, durante a qual quase toda a cooperação económica internacional foi interrompida. Só depois de 2002, com o fim da guerra, quando Angola precisou de reconstruir o país, é que pôde restabelecer os laços económicos com o mundo.

Assim, após a guerra civil, países como a China, Portugal e o Brasil entraram no mercado angolano, iniciando o processo de reconstrução nacional. Nessa altura, Angola estava em plena expansão, a construção civil e o comércio tornaram-se os principais mercados, e o português tornou-se a principal língua utilizada pelas empresas chinesas que aí se instalaram. Até dezembro de 2014, momento em que Angola atravessou uma crise económica causada pela queda dos preços do petróleo, o mercado da construção civil estava em estagnado e o comércio estava em pleno andamento. Como referimos no capítulo 1 desta dissertação, surgiram vários centros comerciais chineses. Com o aumento do número de empresas comerciais, a necessidade de conhecimentos de português aumentou drasticamente para os que trabalham no setor comercial, bem como para o número crescente de investidores, a fim de aperfeiçoar as suas competências profissionais e expandir os seus negócios, bem como para gerir e comunicar de modo natural com os trabalhadores locais, receber de forma adequada os clientes, vender bem os produtos, aumentar o volume de negócios, tratar dos assuntos relacionados com a empresa (assuntos bancários, de imigração, fiscais e policiais, etc.).

Ao longo dos anos, o ensino de PLE para fins específicos a aprendentes chineses no contexto angolano foi ministrado como português geral, com material didático e uma metodologia voltados para o tradicional (com foco no ensino da gramática). O ensino de português como LE para fins comerciais, embora exista alguma formação já ministrada pontualmente, ainda se encontra numa fase incipiente. A título de um exemplo, em 2018, uma empresa chamada Agir Huang Motorcycle Company instalou uma nova linha de produção e precisava de ensinar português aos seus funcionários. A formação decorreu em Luanda e teve uma duração de cinco meses (de julho de 2018 a dezembro de 2018). Eram 15 formandos com idades entre os 25 e os 45 anos e escolaridades diferentes (desde o ensino secundário até o superior). Os funcionários integravam os departamentos de Contabilidade, Vendas, Serviço Pós-venda, e Administração. O material didático utilizado foi o manual *Português num instante*, compilado pelo Sr. Ye Zhiliang e revisto

pelo Sr. Zhao Hongling e pela Sra. Cristina Água-mel. Este livro contém textos, diálogos, exercícios, aspetos gramaticais básicos em mandarim e português (uma versão bilíngue), destinando-se aos aprendentes no nível de iniciação. A avaliação final dos formandos revelou resultados insatisfatórios. Estes resultados, acreditamos, aconteceram por não se ter feito o levantamento das necessidades dos alunos antes do início da formação e porque o material didático não estar relacionado com a profissão.

#### **2.4. O manual no ensino do português para fins específicos**

O manual assume um papel de particular destaque em todo o processo de ensino/aprendizagem de uma língua. Manual, como se sabe, nascendo do latim *manus*, significa algo que se pode manusear. De acordo com Tormenta (1996), “se consideramos a etimologia da palavra, verificamos tratar-se de algo que se tem à mão, portátil, facilmente manuseável” (p.55). Para Choppin (1992), os manuais são para a transmissão do saber de uma disciplina, veiculando um programa previamente estabelecido. Já segundo Huot (1989), hoje em dia, ninguém poderia imaginar um aluno sem manuais.

Os primeiros manuais de LE terão surgido entre os séculos XV e XVI, para as línguas francesa e inglesa. Os manuais, como relevante apoio do ensino/aprendizagem das línguas, foram acompanhando a transformação das abordagens ou métodos de ensino.

Se olharmos para o mercado editorial, para o ensino de PLE, existem poucos livros ou manuais direcionados para o mundo profissional ou de negócios. Um desses manuais é o *Manual de português técnico aplicado à área do comércio* (2009), compilado pelo IEFP, no âmbito do programa Português Para Todos, que oferece cursos de Português Técnico, nas áreas do Comércio, Hotelaria, Cuidados de Beleza, Construção Civil e Engenharia Civil, a fim de integrar os migrantes no mercado de trabalho.

Importa, porém, referir que, ao longo dos últimos anos, se tem registado um importante aumento no número de publicações de materiais didáticos na área específica do ensino do português, o que revela um aumento da procura, mas sobretudo a necessidade de responder a essa procura e a vitalidade deste campo.

No que diz respeito às mais recentes publicações, enfatizamos as seguintes: **1)** *Panorama Brasil ensino do português do mundo dos negócios* (Ponce, Burim, & Florissi, 2006); **2)** *Portugués empresarial y comercial* (González, 2007); **3)** *Manual de conversação trilingue para turismo e negócios – Português/Inglês/Espanhol* (Zanella, 2010); **4)** *Bons negócios – português do Brasil para o mundo do trabalho* (Santos, 2013);

5) *Correspondência comercial* (Moreira, 2015); 6) *Estratégias 1 – Método de português no domínio empresarial* (Dias, 2015); 7) *Português empresarial 1 e 2 – Exercícios práticos* (Neves, 2017); 8) *Português ativo – para o mundo profissional* (Magarreiro, Caçador, & Conceição, 2022).

Contudo, tal como sublinhado por vários autores, as publicações deveriam ser ainda muito mais, pois, para Leduc (2014), “(...) obviamente, os materiais deste tipo precisam ser ainda continuamente explorados” (p.2). Nesta perspetiva, Magarreiro (2014) afirma a “[...] quase total inexistência de material didático de suporte ao processo de ensino-aprendizagem de PLE, em contexto formal ou informal, de relações comerciais e de negócios” (p.2). No entanto, esses materiais destinam-se a um público muito amplo, não respondendo às necessidades efetivas dos aprendentes chineses específicos no contexto angolano.

No domínio da investigação, apesar do aumento das publicações na área do PLE (Almeida Filho, 2007; Pacheco, 2006), há um número muito limitado de manuais de língua portuguesa especializados e para fins específicos publicados, e se compararmos com a abundância de livros em língua inglesa, a discrepância é enorme. É, assim, urgente a produção de materiais mais específicos. Retomando Cunningsworth (1995), citado por Lopes (2009), estes materiais didáticos apresentam inúmeras vantagens em relação aos manuais para fins gerais, “afinal eles foram desenvolvidos especialmente para os alunos com necessidades específicas que não podem ser contempladas pelos livros didáticos para cursos gerais” (p.144).

O ensino de PFE, sobretudo para fins comerciais, direcionado para a comunidade chinesa em Angola, está longe de acompanhar o desenvolvimento da profissão e a necessidade de investimento, não só a qualidade do ensino não é a expectável, como os resultados alcançados até ao momento não são os ambicionados. Tal acontece, muito em parte, como vimos devido à falta de materiais didáticos adequados e específicos ao contexto e ao público-alvo. A falta de materiais didáticos próprios para grupos específicos de profissionais encontra ressonância na escassez de pesquisas na área de PLE para fins específicos.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. Problemática**

Tal como foi referenciado no início do trabalho, com o aprofundamento das relações políticas e económicas entre a China e Angola, cada vez mais chineses viajam para Angola com o objetivo de trabalhar ou investir. Tornou-se, assim, uma necessidade para eles aprender a língua portuguesa relacionada com a sua área de trabalho ou investimento, compreender a cultura para evitar mal-entendidos, conhecer a lei, hábitos e costumes.

Nos últimos anos, o investimento privado chinês no setor comercial angolano tem sido muito forte, tendo surgido dezenas de grandes centros comerciais, alguns já abertos, outros em processo de abertura e outros em construção e prontos a abrir num futuro próximo. Este investimento em grande escala no setor comercial tem levado um grande número de trabalhadores ou investidores chineses a aprender português e, assim, a melhorar o seu desempenho económico.

No contexto angolano, a formação em português para chineses existe, embora não muito, mas centra-se principalmente no ensino da gramática, negligenciando a ênfase no contexto real e o ensino baseado no cumprimento de uma tarefa, e não usa a interação e a discussão para criar uma atmosfera de aprendizagem ativa. Existem muito poucos manuais escolares no domínio empresarial para a faixa etária em questão e os existentes são pouco utilizados pelos organismos de formação, que utilizam sobretudo livros de português para fins gerais. O conteúdo de manual de português comercial no mercado não é direcionado para a população chinesa em Angola, nem para as características da língua portuguesa no contexto angolano e as profissões chinesas angolanas, pelo que a formação do português nesta área não tem sido muito bem-sucedida. O conteúdo dos materiais didáticos é difícil e não há interação na aula, o que leva um número considerável de formandos a desistir. Muitos chineses empregados, apesar de estarem em Angola há muitos anos (alguns há mais de 10 anos), ainda não conseguem comunicar de forma natural e fluente com os clientes e os falantes nativos, tendem a comunicar com eles de acordo com a sua forma nativa de falar, i.e., com muitos erros (Ex.: para ligar o ar condicionado, dizem abrir o AC; em vez de dizerem ligar o AC e vice-versa; para desligar, usam fechar o AC, em vez de dizerem desligar o AC).

Uma etapa fundamental no ensino de LPF é a realização de uma análise de necessidades, uma vez que ela leva à compreensão do uso da língua estrangeira nas

diferentes situações de comunicação. Assim, na linha do referido, a realização de uma investigação científica sobre o tipo de materiais didáticos mais adequados a este grupo específico de aprendentes, perceber em que áreas estão mais envolvidos, como alcançaram o nível de proficiência atual de português e em que áreas de especialidade necessitam de desenvolver as suas competências comunicativas é imprescindível. O primeiro Presidente chinês da República Popular da China Mao Zedong(1930) disse uma vez que não há direito de falar sem investigação. Como referem Ludke & André (1986) e Santos (1999) “investigar é um esforço de elaborar conhecimento sobre aspectos da realidade na busca de soluções para os problemas expostos.”

Na história de Angola, por várias razões, raramente foram aplicados inquéritos em grande escala sobre os chineses no país no que diz respeito à aprendizagem do português, por isso, entendemos pertinente o levantamento e a análise das suas necessidades reais e o desenvolvimento de materiais de ensino que respondam a essas necessidades. Foram por isso realizados inquéritos através da aplicação de dois questionários a potenciais formandos chineses interessados e, ao mesmo tempo, foram entrevistados quatro angolanos que, pelo cargo que ocupam, conhecem bem a comunidade chinesa a residir e trabalhar em Angola e as suas necessidades; de modo a analisar cientificamente as suas necessidades e exigências, como forma de nortear a elaboração de um material didático para fins comerciais.

### **3.2. Opções metodológicas**

O ponto anterior permitiu-nos destacar a pertinência deste estudo, mas igualmente a sua originalidade. Relativamente à operacionalização da investigação, optamos por uma metodologia quanti-qualitativa e por técnicas de recolha de dados variadas: pesquisa documental, aplicação de inquéritos por questionário e entrevistas.

Para a pesquisa documental, consultámos artigos científicos, trabalhos académicos e fontes oficiais dos governos chinês e angolano. As informações foram em seguida analisadas como informação não quantificada.

No que diz respeito aos inquéritos por questionário, procedemos ao levantamento de necessidades para conhecer melhor o perfil dos futuros alunos. De acordo com a problemática e os objetivos que se traçaram, preparámos dois questionários que foram aplicados aos potenciais aprendentes chineses da língua portuguesa, que trabalham ou

operam nos centros comerciais chineses, como Cidade da China e Shopping Kikolo, na cidade de Luanda.

Com o primeiro inquérito por questionário (I1) pretendíamos obter informação de carácter geral. Com o segundo inquérito por questionário (I2), queríamos perceber quais as suas necessidades específicas na aprendizagem do português. Assim, no que toca ao I1, entre os meses de abril e maio de 2023, foram aplicados 100 questionários, tendo sido validados 97. O I2 foi aplicado no mês de agosto a 35 indivíduos.

O I1 objetivava obter informações mais gerais, relativas aos: i) Sexo, ii) Idade, iii) Qualificações académicas, iv) Área de trabalho, v) Nível de conhecimento da língua inglesa, vi) O motivo que o leva a aprender português, vii) Ao longo dos seus estudos, qual foi competência que considerou mais importante, viii) Os materiais didáticos utilizados para ensinar português deveriam incluir noções de direito, cultura, história, literatura e conhecimento empresarial relativos a Angola, ix) Na sala de aula, o que acha que o professor deve priorizar, x) O que é que gostaria de aprender em Português, xi) Sente-se confiante quando aprende português.

Em relação ao I2, os dados estão mais relacionados com os detalhes acerca das suas necessidades e situações relativas: para além do seu perfil, i) Setor em que trabalha, ii) Cargo, iii) Tempo em Angola, iv) Se estudou português antes de vir para Angola, v) Se aprendeu português, quais foram as competências trabalhadas, vi) Grau de conhecimento do português, vii) Possui algum certificado de nível relativo à língua portuguesa, viii) Qual/Quais o(s) tema(s) que gostaria de trabalhar para melhor exercer as suas funções profissionais, ix) Para falar melhor português, qual das competências pensa ter de trabalhar, x) O que acha que os professores chineses de português em Angola precisam de melhorar.

Para além dos questionários, realizámos 4 entrevistas entre os meses de outubro e novembro de 2023, em Luanda, nomeadamente, ao assessor da Governadora Provincial do Bengo para Área Económica e Financeira, ao diretor do Gabinete Provincial para o Desenvolvimento Integrado de Luanda, ao ex-chefe de departamento da formação profissional INEFOP, MAPESS, e à diretora-geral do complexo escolar Fenda da Tundavala.

Segundo Ketele & Roegiers (1999), “a entrevista é um método de recolha de informações que consiste em conversas orais, individuais ou de grupos, com várias pessoas selecionadas cuidadosamente, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspectiva dos objetivos da recolha de informações.” Haguette (1997), por

sua vez, considera entrevista como “um processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. Como tal, a entrevista como coleta de dados sobre um determinado tema científico é a técnica mais utilizada no processo de trabalho de campo.

### **3.3. Validação e tratamento de dados**

Os inquéritos por questionário foram distribuídos, em suporte de papel, aleatoriamente diretamente pela Câmara de Comércio Geral de Jiangsu em Angola, que tem um melhor conhecimento a respeito da informação dos potenciais aprendentes, na medida em que estes, na sua maioria, são sócios da câmara e as suas necessidades são mais conhecidas por esta instituição. Depois de preenchidos, o secretário da câmara responsabilizou-se pela recolha dos dados. Dados esses que foram, em seguida, remetidos ao investigador. Os dados foram então analisados quantitativamente, com o objetivo de retirar conclusões corretas e científicas dos mesmos. Assim, por exemplo, quando soubermos dos inquiridos qual o aspeto da língua que mais gostariam de melhorar, e em particular a percentagem, saberemos qual o aspeto a privilegiar na preparação de futuros materiais didáticos ou no ensino da língua. Os dados foram processados manualmente, cada item foi contado. Com base nos dados, calculámos, depois, a percentagem de cada opção para cada pergunta e foram criadas Figuras.

Os inquéritos por questionário foram aplicados de forma aleatória, tendo os questionários de mapeamento sido preenchidos pelos interessados em aprender português. As empresas chinesas em Angola estão sobretudo vocacionadas para o comércio, pelo que o foco principal é o setor comercial. O mercado angolano também está em constante mudança, integrando-se, competindo, reintegrando-se e também emergindo.

Por fim, importa referir que a aplicação dos inquéritos por questionário foi relativamente fácil, desde logo devido à intervenção da Câmara de Comércio e ao conhecimento do terreno pelo investigador (mais de 20 anos).

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS E DAS ENTREVISTAS

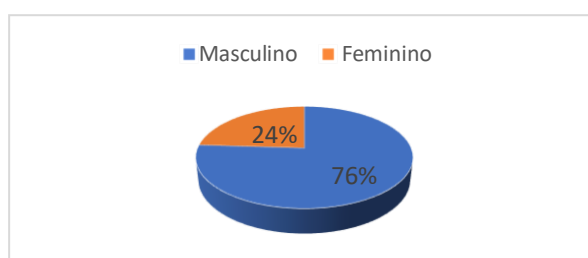
Como foi referido no capítulo anterior, foram aplicados dois inquéritos por questionário e realizadas quatro entrevistas. O I1 (**Anexo 1**) abrangeu chineses que trabalham em diversos setores e incidiu sobre informação de potenciais interessados em aprender português, enquanto o foco do I2 (**Anexo 2**) recaiu sobre um perfil linguístico mais pormenorizado (trabalhadores e investidores na área comercial). As entrevistas a quatro individualidades angolanas familiarizados com a comunidade chinesa centraram-se nas suas opiniões profissionais sobre como ensinar português a este grupo. Levar a cabo um levantamento das necessidades dos estudantes, de forma a definir um conjunto de tarefas-alvo, ou seja, daquilo que eles precisam de saber fazer (Long, 2015).

### 4.1. Análise dos resultados do primeiro inquérito por questionário (I1)

Na avaliação das necessidades e competências, deve apostar-se em levar a cabo inquéritos por questionário aos potenciais aprendentes chineses em Angola. Através deste método podemos perceber, mais claramente, quais as competências que já existem e encontrar formas de as utilizar de forma eficaz. Os dados recolhidos no I1 que têm em conta a idade do aprendente bem como o seu desenvolvimento cognitivo e a sua maturidade, permitem igualmente identificar as competências a desenvolver, os temas a escolher e as situações de aprendizagem mais apropriadas em função das características do aprendente.

A 1ª questão do I1 era sobre o género e pretendia determinar a proporção aproximada de potenciais aprendentes do sexo masculino e feminino interessados em estudar português. Dos 97 questionários aplicados, 76% eram homens (68) e 24% mulheres (22 mulheres). 7 participantes não preencheram este campo (Figura 3).

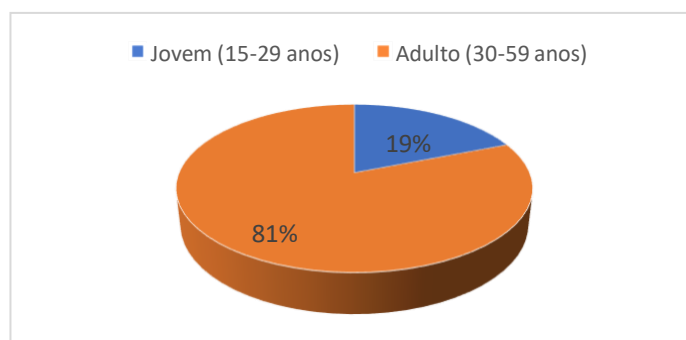
**Figura 3** – I1: Género dos inquiridos



Fonte: Elaborado pelo investigador

Em relação à idade (Questão 2), a pergunta integrou o questionário, pois queríamos conhecer a faixa etária dos potenciais aprendentes, uma vez que a idade constitui também um tema de debate no âmbito do processo de aprendizagem de LE. Segundo Tomlinson & Masuhara (2018), “cabe ao professor apresentar materiais específicos a utilizar na interação com os estudantes, tendo sempre em conta a idade, o género, o nível de proficiência, as necessidades e as preferências destes, bem como a duração do curso”. Em consonância com os grupos etários, existem 18 potenciais aprendentes no grupo etário dos 15-19 anos, 78 no grupo dos 30-59 anos e 1 que não preencheu a secção (Figura 4). Assim, apenas 19% dos potenciais formandos são jovens, enquanto 81% são adultos.

**Figura 4 – I1: Idade dos inquiridos**



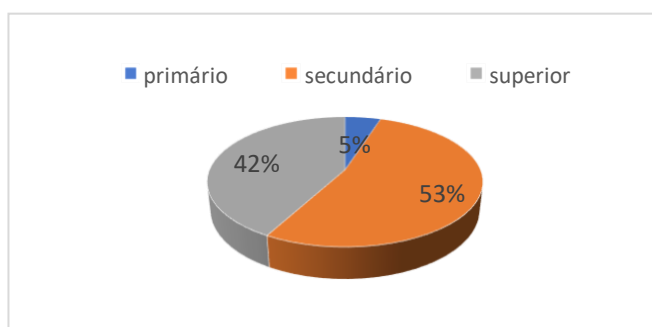
Fonte: Elaborado pelo investigador

A aprendizagem dos adultos é muito diferente da dos estudantes no sistema escolar formal, a maior parte deles tem família e o mundo dos adultos está cheio de preocupações. Estão ocupados em ganhar dinheiro durante o dia e têm pouco tempo para estudar à noite ou nos tempos livres. Além disso, a maioria deles tem os seus próprios círculos sociais e a sua vida quotidiana depois do trabalho consiste basicamente em lidar com chineses, o que dificulta a sua imersão verdadeira e total no ambiente linguístico local. Os adultos já ultrapassaram a era de ouro para aprender ou adquirir uma língua estrangeira de forma inconsciente, como foi referido no início do trabalho.

No que respeita à formação académica (Questão 3), constatamos que apenas 5 dos inquiridos têm o ensino primário, 51 têm o nível secundário e 40 o nível superior. Um dos inquiridos não respondeu à questão (Figura 5). Sabemos que a competência do mundo, o conhecimento sociolinguístico, sociocultural e pragmático, desempenham um papel

significativo na aprendizagem de uma língua estrangeira, como tal consideramos que esta informação é essencial quando preparamos um plano de estudos e materiais didáticos.

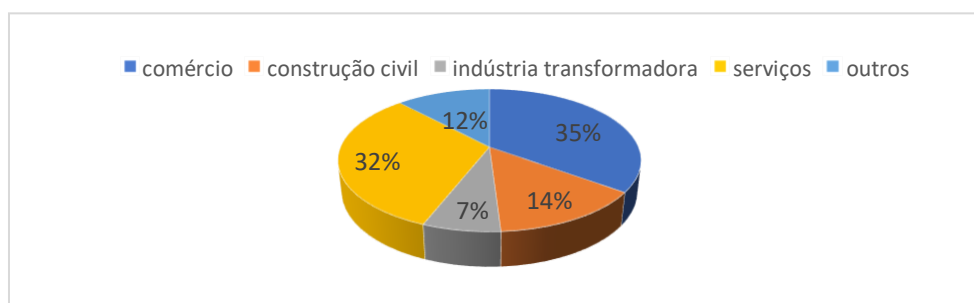
**Figura 5 – I1: Nível de escolaridade dos inquiridos**



Fonte: Elaborado pelo investigador

Relativamente à área de trabalho (Questão 4), queríamos saber quais os setores da economia que mais necessitam de aprender a língua portuguesa. No contexto da diversificação da economia angolana e das mudanças que estão a ocorrer no mercado, as respostas obtidas levam-nos a concluir que os potenciais aprendentes de português desenvolvem as suas funções no setor comercial (35%), seguindo-o, no entanto, de perto, o setor dos serviços (32%) (Figura 6).

**Figura 6 – I1: Área de trabalho dos inquiridos**

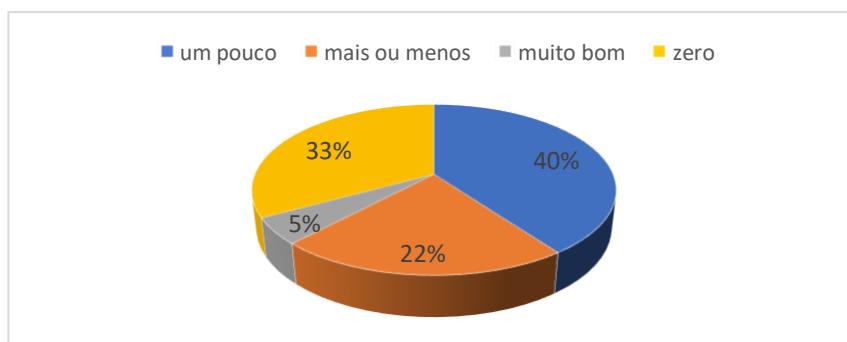


Fonte: Elaborado pelo investigador

Procurámos, ainda, saber se os inquiridos dominavam ou não a língua inglesa (Questão 5). O objetivo desta pergunta era saber se tinham um bom domínio, pois isso facilitaria a aprendizagem do português, que, afinal, faz parte da mesma família linguística e tem muitos pontos em comum. Como ilustra a Figura 7, 39 pessoas indicaram falar apenas um pouco inglês (o que corresponde 40% dos participantes), 32 referem ter

zero conhecimentos nesta língua (32%), 21 alguns conhecimentos (22%) e apenas 5 consideram ter bons conhecimentos (5%). Estes resultados mostram claramente que as pessoas têm um fraco domínio ou conhecimento do inglês, o que poderá ser um fator negativo na aprendizagem do português.

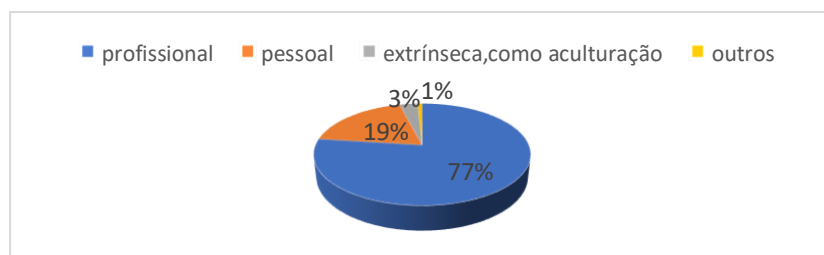
**Figura 7 – I1: Nível de conhecimento da língua inglesa**



Fonte: Elaborado pelo investigador

Investigámos, igualmente, o que leva estes imigrantes a aprender português (Questão 6), para compreender por que razão o PLE se aprende e o que cria exatamente essa necessidade, o que poderá nortear o desenvolvimento de futuros materiais didáticos. É interessante observar os resultados obtidos (Figura 8), pois o estudo do português foi escolhido 92 vezes por razões profissionais (o que equivale a 77%), 23 vezes por razões pessoais (19%), 4 vezes por razões extrínsecas como por exemplo integração cultural (3%) e 1 vez por outras razões (não foi indicada nenhuma razão). É evidente que as razões profissionais foram escolhidas com muito mais frequência do que outras razões, representando 77%. Posto isso, a aprendizagem do português para fins profissionais constitui a principal motivação para os adultos chineses aprenderem português em Angola.

**Figura 8 – I1: Motivo da aprendizagem do português**



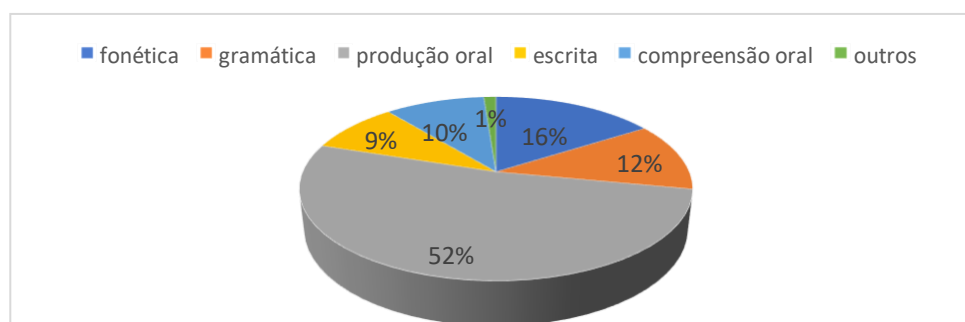
Fonte: Elaborado pelo investigador

Na 7ª questão, relativa à competência que os inquiridos consideram mais importante desenvolver no português, observa-se que a oralidade foi escolhida 86 vezes, o que demonstra que os potenciais aprendentes reconhecem que a comunicação se reveste de uma grande importância. Segue-se a fonética, selecionada 26 vezes, a gramática 20 vezes, a compreensão oral 16 vezes e a escrita 15 vezes (Figura 9).

Apesar de a escolha da gramática ter sido inferior à da expressão oral, este resultado sugere que algumas pessoas querem aperfeiçoar os seus conhecimentos de gramática. Deve-se isto à necessidade de os aprendentes chineses apreenderem alguma gramática para colmatar lacunas nas suas competências linguísticas.

Os dados apurados dão ainda conta que o “falar” se destaca como a competência mais importante, com 52% das preferências, o que se deve, em particular, ao facto de existir uma necessidade constante de comunicar com os clientes, quer por telefone quer presencialmente.

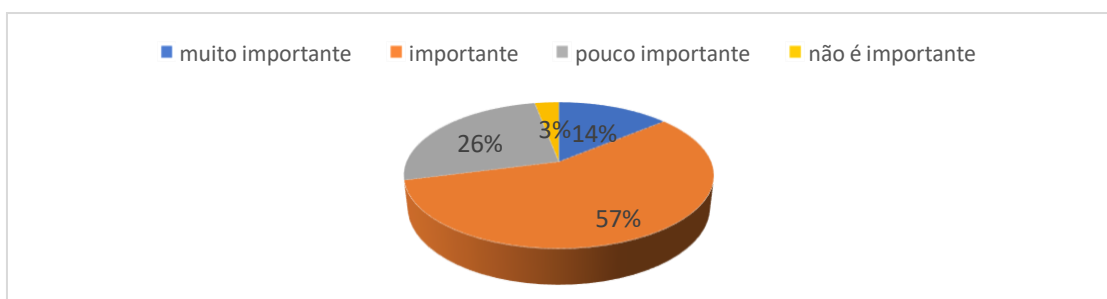
**Figura 9 – II:** Competência a priorizar no ensino-aprendizagem do português



Fonte: Elaborado pelo investigador

Na 8ª questão, perguntou-se a importância que atribuem, nos materiais didáticos, às noções de direito, cultura, história, literatura e conhecimento empresarial relativos a Angola. 55 inquiridos escolheram “importante”, o que representa 57%. Tal prova que os conteúdos de literatura, história, direito e conhecimento empresarial relativos a Angola devem ser considerados nos materiais didáticos, porque os formandos querem expandir os seus conhecimentos e comunicar com os seus clientes, por vezes de uma forma mais aprofundada, para aumentar o fator emocional, que é mais favorável ao seu negócio ou à sua profissão (Figura 10).

**Figura 10 – II:** Grau de importância, nos materiais didáticos, das noções de direito, cultura, história, literatura e conhecimento empresarial relativos a Angola

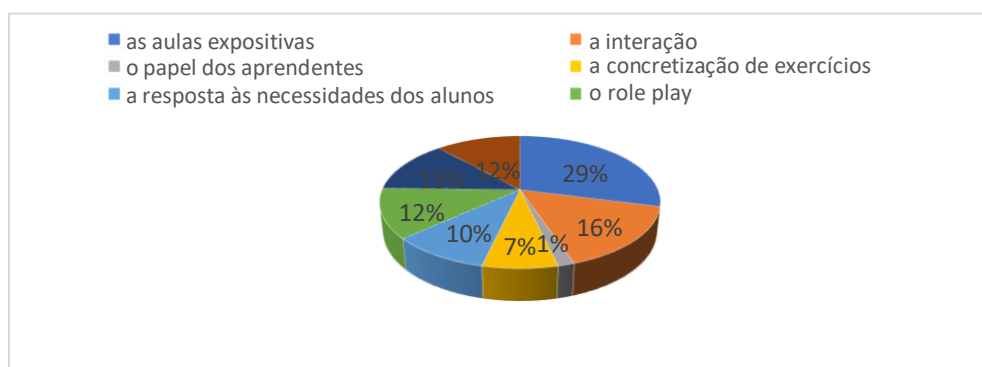


Fonte: Elaborado pelo investigador

Procurámos também saber o que os potenciais aprendentes consideram que um professor de língua deve priorizar na sala de aula (Questão 9). É curioso que a opção “as aulas expositivas” tenha sido escolhida 72 vezes, pois se por um lado os potenciais aprendentes querem aulas mais expositivas, também querem desenvolver a competência oral através de métodos interativos, (grupos de discussão, role play...), o que é incompatível com as aulas expositivas.

É ainda de realçar, que o uso das TIC atinge uma percentagem de 12%, indicando o papel cada vez mais relevante que estas ocupam na aprendizagem de línguas. Importa igualmente referir que a seleção 24 vezes da opção “a resposta às necessidades dos alunos”, o que revela que muitas vezes não se verifica essa preocupação por parte dos professores/formadores.

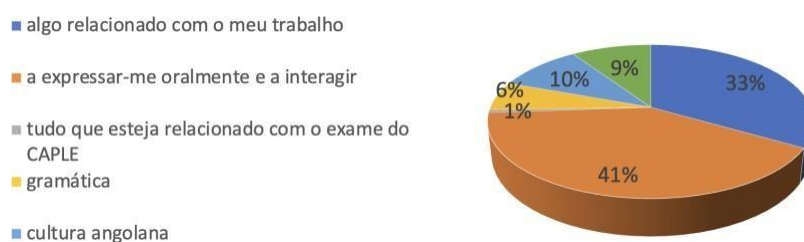
**Figura 11 – II:** O que deve ser priorizado pelo professor em sala de aula



Fonte: Elaborado pelo investigador

No que toca à 10.<sup>a</sup> questão, acerca do que é que gostaria de aprender em Português, a opção “a expressar-me oralmente e a interagir” aparece em 1.<sup>o</sup> lugar, tendo sido selecionada 73 vezes, e “algo relacionado com o meu trabalho” na 2.<sup>a</sup> posição (Figura 12). É óbvio que a aprendizagem do português está intimamente ligada à oralidade e ao domínio profissional.

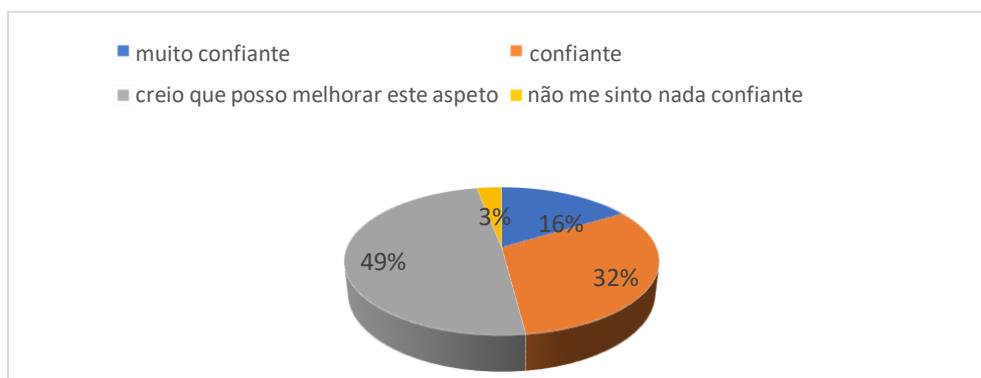
**Figura 12 – I1: Conteúdos/temas que gostariam de aprender em Português**



Fonte: Elaborado pelo investigador

Quanto à 11.<sup>a</sup> questão do I1, “sente-se confiante quando aprende Português?” o “creio que posso melhorar este aspeto” aparece numa posição muito destacada com uma percentagem de 49%, enquanto o “confiante” e “muito confiante” representam, respetivamente, 32% e 16%. Se somarmos essas três opções, atingimos 97%, o que significa que apenas 3% dos inquiridos não se sente confiante quando aprende esta língua. Estes resultados levam-nos a acreditar que uma boa seleção dos materiais didáticos terá um impacto muito positivo nos resultados.

**Figura 13 – I1: Grau de confiança dos inquiridos quando aprendem português**



Fonte: Elaborado pelo investigador

## 4.2. Análise dos resultados do segundo inquérito por questionário (I2)

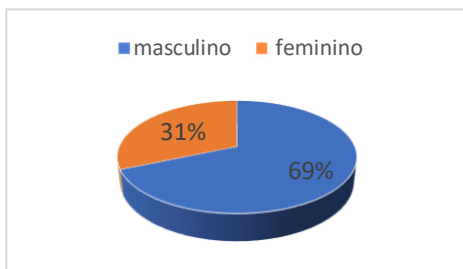
Com vista a inquirir de forma mais profunda e detalhada as necessidades dos aprendentes chineses, foram enviados mais 35 questionários para indivíduos ligados à área comercial, que trabalham nos Shoppings da Cidade da China e Kikoulo no mês de agosto de 2023. Passamos a apresentar e analisar os resultados dos dados recolhidos.

As primeiras três questões eram idênticas à do I1. As respostas obtidas mostram que, das 35 pessoas interessadas em aprender português, 24 são homens e 11 são mulheres (Figura 14).

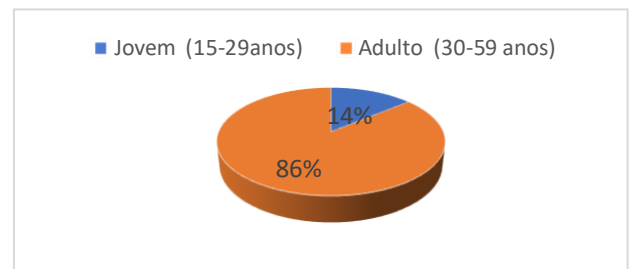
Em termos de idade, os adultos representam 86% dos inquiridos (Figura 15).

No que respeita às habilitações literárias, 25 dos inquiridos têm o ensino secundário e 6 o ensino superior, o que representa 71% e 17%, respetivamente. Apenas 4 possuem o ensino básico, o que representa 12% (Figura 16).

**Figura 14 – I2: Género dos inquiridos**

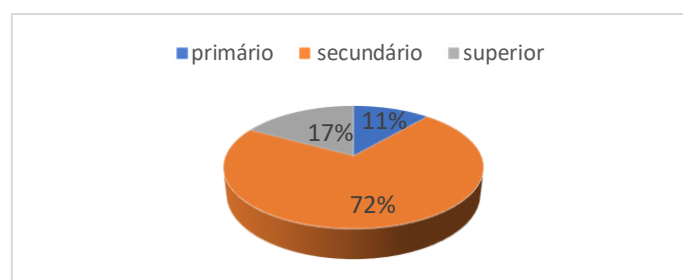


**Figura 15 – I2: Idade dos inquiridos**



Fonte: Elaborado pelo investigador

**Figura 16 – I2: Nível de escolaridade dos inquiridos**

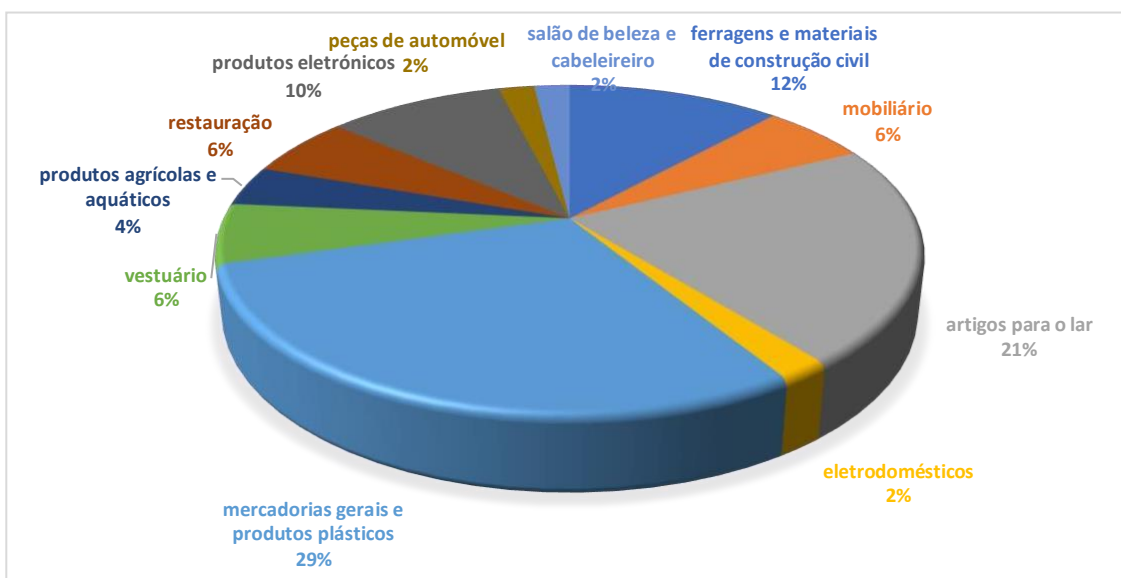


Fonte: Elaborado pelo investigador

Relativamente à quarta questão, como havia inquiridos a trabalhar em mais do que um setor, foram registados e contabilizados em termos de vezes. Quando perguntado o setor em que trabalha, o "mercadorias gerais e produtos plásticos" foi escolhido 15 vezes, representando 29%, o que é significativamente maior que os demais ofícios. Isto significa que a nossa produção de materiais didáticos se centrará nas atividades comerciais desses produtos.

Seguem-se os setores de “artigos para o lar”, 21%; "ferragens e materiais de construção civil", 12%; “produtos eletrónicos”, 10 %; “mobiliários, vestuário e restauração”, 6 %; e “produtos agrícolas e aquáticos”, 4%. Neste lote de inquiridos, “os eletrodomésticos e as peças de automóvel, salão de beleza e cabeleireiro” representam apenas 2% , tendo cada um deles sido selecionado por apenas um inquirido. As opções de “produtos farmacêuticos e clínicas ” não foram preenchidas (Figura 17).

**Figura 17 – I2:** Setores de atividade dos inquiridos

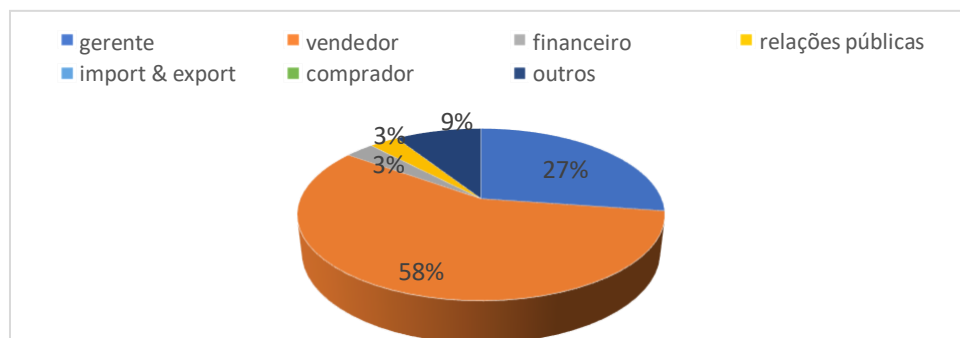


Fonte: Elaborado pelo investigador

Com a quinta pergunta pretendíamos ter uma ideia sobre o cargo dos futuros aprendentes, elemento-chave para selecionar o tipo de tarefas a propor em futuros materiais didáticos. Dois inquiridos não responderam. As 33 respostas obtidas revelam que 19 pessoas são vendedores e 9 gerentes. Os cargos de financeiro e relações-públicas foram assinalados apenas por dois inquiridos respetivamente. Ninguém assinalou as

opções de cargos de importação e exportação e comprador; e houve três dos participantes que colocaram “outros” (Figura 18).

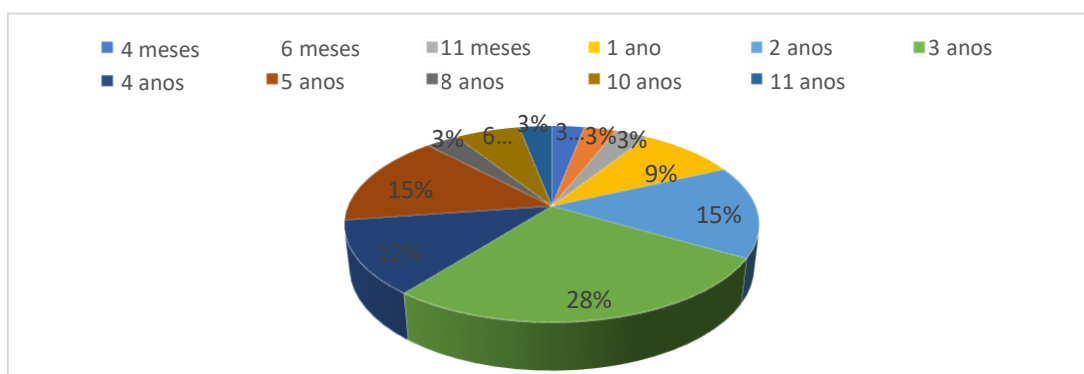
**Figura 18 – I2: Cargos ocupados pelos inquiridos**



Fonte: Elaborado pelo investigador

Entendemos pertinente ter uma ideia do tempo de permanência em Angola dos inquiridos, uma vez que consideramos que quanto mais longa for, maior será a necessidade de aprender PFE. Se olharmos para isso do ponto de vista do tempo, e conhecendo o seu nível de português, podemos ver igualmente se são capazes de dominar a língua mesmo estando “imersos” nela. Assim, à questão 6, “há quanto tempo está em Angola”, 3 optaram por não responder. Os restantes 33, permitiram-nos perceber que 3 pessoas estão em Angola há menos de um ano, 27 entre 1 ano e 5 anos, 4 pessoas entre 8 e 11 anos. É, assim, interessante observar que a maior parte dos potenciais aprendentes já está em imersão há muitos anos (Figura 19).

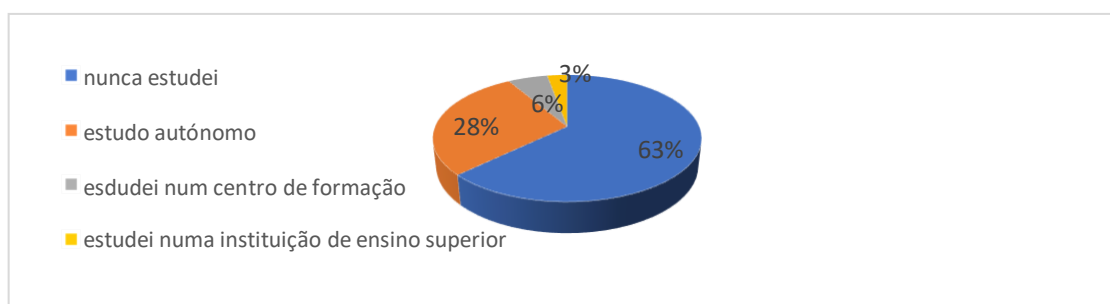
**Figura 19 – I2: Tempo de permanência em Angola**



Fonte: Elaborado pelo investigador

A 7ª questão, “Estudou português antes de vir para Angola?” foi colocada com o objetivo de saber se os potenciais aprendentes têm conhecimentos básicos de português e em que modalidade de ensino adquiriram esses conhecimentos (ensino formal ou estudo autónomo). Dos 35 inquiridos, 22 assinalaram “nunca estudei”, correspondendo a 63% da totalidade; 10 assinalaram “estudo autónomo”, 28%. Apenas 2 pessoas estudaram no centro de formação e 1 numa instituição de ensino superior (Figura 20).

**Figura 20 – I2:** Aprendizagem da língua portuguesa antes de ir para Angola



Fonte: Elaborado pelo investigador

A 8ª questão “Se aprendeu português, quais foram as competências trabalhadas?”, permitiu-nos saber que os 17 inquiridos que aprenderam português trabalharam a compreensão oral e a comunicação, mas não conteúdos relacionados com a atividade profissional atual, ocupando 50% de percentagem, 8 inquiridos têm um pouco de conhecimento ligado à compreensão oral, comunicação, leitura e escrita, mas não é suficiente, com 23%. 6 inquiridos escolheram compreensão oral, comunicação, leitura e escrita, não relacionadas com a atividade profissional atual (Quadro 1).

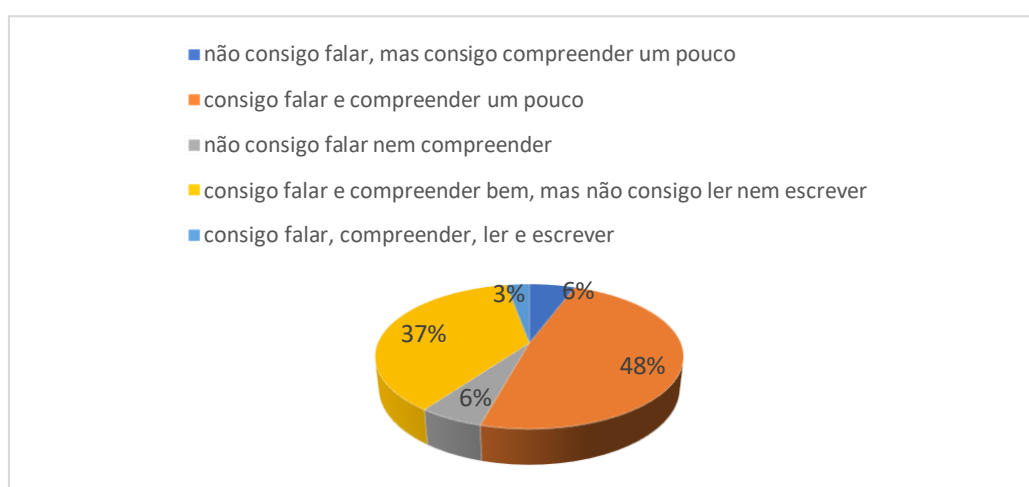
**Quadro 1 – I2:** Competências trabalhadas na aprendizagem do português

Se aprendeu português, quais foram as competências trabalhadas?	N.º de respostas	Percentagem
Compreensão oral, comunicação, leitura e escrita, não relacionadas com a atividade profissional atual	6	18%
Compreensão oral e comunicação, não relacionadas com a atividade profissional atual	17	50%
Compreensão oral, comunicação, leitura e escrita, relacionadas com a atividade profissional atual, mas não é suficiente	8	23%
Apenas gramática	1	3%
Outra(s)	2	6%
Total	34	100%
Observação: um inquirido não preencheu esta opção		

Fonte: Elaborado pelo investigador

No que tange à 9ª questão, “Grau do conhecimento do português”, 17 inquiridos escolheram “consigo falar e compreender um pouco”, o que corresponde a uma percentagem de 48%, associada, acreditamos, ao facto de uma boa parte dos inquiridos já estar há muito tempo em Angola, logo em contexto de imersão. 3 inquiridos responderam “consigo falar e compreender bem, mas não consigo ler nem escrever”, representando 37%, o que evidencia que eles possuem a competência oral, mas falta-lhes a leitura e escrita. As respostas de “não consigo falar, mas consigo compreender um pouco” e “não consigo falar nem compreender” com 2 pessoas de cada, ocupam 6% respetivamente. A resposta “consigo falar, compreender, ler e escrever” foi assinalada apenas por 1 uma pessoa, o que corresponde a 3% (Figura 21).

**Figura 21 – I2:** Grau de conhecimento em língua portuguesa



Fonte: Elaborado pelo investigador

Em relação à 10ª pergunta, “Possui algum certificado de nível relativo à língua portuguesa?”, é interessante observar que todos responderam que não.

Com respeito à 11ª questão, “Qual/Quais o(s) tema(s) que gostaria de trabalhar para melhor exercer as suas funções profissionais?”, a resposta “apresentação e venda de produtos” foi escolhida 28 vezes, o que corresponde a percentagem mais alta (37%) e indica que apresentar e vender os seus produtos são as suas principais preocupações. Em segundo lugar surge a opção “pedir e dar orçamentos”, assinalada 12 vezes (16%). Tal revela que os potenciais aprendentes querem que lhes sejam ensinados conhecimentos a respeito de como dar e pedir orçamentos em resposta à necessidade dos clientes. A opção

“receber clientes”, aparece na terceira posição, com 9 pessoas a assinalar esta opção (ou seja, 12% dos inquiridos), o que revela preocupação em receber bem os clientes com vista a estabelecer uma boa relação com eles e promover os seus artigos. Os temas “assuntos policiais” e “fazer telefonemas” alcançaram o mesmo resultado (6 vezes - 8% cada), evidenciando a importância de trabalhar igualmente estes temas. As opções “assuntos fiscais” e “compra de produtos” foram, quanto a elas, selecionadas 5 vezes (6%). A opção sobre “importação e exportação” foi escolhida com 4 vezes (5%). Por último, os “assuntos bancários”, “assuntos relacionados com a imigração” foram ambos selecionados apenas 1 vez. As opções “interação durante as refeições”, “consultas médicas”, “correspondência”, “negociação”, “entrevistas de emprego”, “participar numa feira”, não foram selecionadas por nenhum dos inquiridos (Quadro 2).

**Quadro 2 – I2: Temas a trabalhar no PFE para melhor exercer a sua atividade profissional**

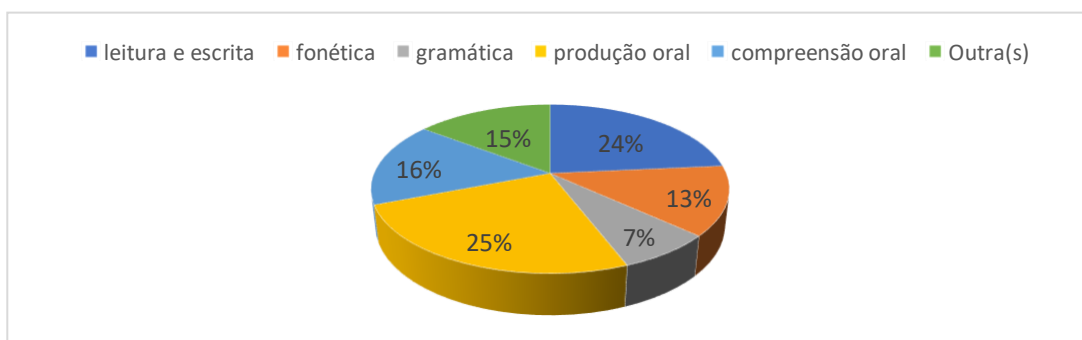
	N.º de vezes escolhidas	Percentagem
Apresentação e venda de produtos	28	37%
Importação e exportação de produtos	4	5%
Assuntos bancários	1	1%
Assuntos relacionados com a imigração	1	1%
Assuntos fiscais	5	6%
Assuntos policiais	6	8%
Compra de produtos	5	6%
Interação durante as refeições	0	0%
Consultas médicas	0	0%
Receber clientes	9	12%
Correspondência	0	0%
Negociação	0	0%
Entrevistas de emprego	0	0%
Participar numa feira	0	0%
Fazer telefonemas	6	8%
Pedir e dar orçamentos	12	16%
Total	77	100%
Observação: Um dos inquiridos não preencheu a última página. Os inquiridos podiam assinalar mais do que uma opção.		

Fonte: Elaborado pelo investigador

Na questão 12, “Para falar melhor português, qual das competências pensa ter de trabalhar?”, a opção “a produção oral” destacou-se das restantes, uma vez que foi selecionada 17 vezes, o que corresponde a 25%. A “leitura e escrita”, foi assinalada 16 vezes, a “compreensão oral” 11, e a opção “outra(s)” 10 vezes. Já a “fonética” ficou em 5º lugar, tendo sido selecionada 9 vezes e a “gramática”, apenas 5.

Analisando o conteúdo das respostas, verifica-se que a oralidade é a mais relevante, com um total de 41%, seguida da leitura e da escrita com 24%, depois a fonética e, por último, a gramática. Esses fatores serão elementos-chave na elaboração de material didático (Figura 22).

**Figura 22 – I2: Competências a trabalhar para falar melhor**



Fonte: Elaborado pelo investigador

No que toca à última questão, “O que acha que os professores chineses de português em Angola precisam de melhorar?”, um inquirido preencheu mais do que uma opção e 3 inquiridos não responderam a esta pergunta.

A partir das respostas obtidas, é curioso constatar que a opção “são muito bons, não precisam de melhorar nada” foi selecionada 18 vezes, o que corresponde a uma percentagem superior a 50% (55%). Já a opção de “o conhecimento das necessidades reais dos falantes” foi assinalada 4 vezes, “o nível de proficiência em português” e “o recurso a equipamentos modernos” 3 vezes, “o estilo de ensino” e “a metodologia de ensino”, 2 vezes, e a opção “outra” uma vez. As opções “a atitude perante os aprendentes” e “a preparação das aulas” não foram selecionadas por nenhum dos participantes.

Esta pergunta foi elaborada com o intuito de percebermos qual a imagem que os potenciais aprendentes têm dos professores. Ainda que eles tenham escolhido “são muito bons, não precisam de melhorar nada”, os dados anteriores revelaram que a maioria nunca teve uma experiência escolar na aprendizagem do português e desconhecem, por isso, desempenho dos docentes (Quadro 3). Assim, estes resultados poderão ser entendidos como expectativas.

### Quadro 3 – I2: Aspetos a melhorar pelos professores chineses de português em Angola

	N.º de vezes escolhidas	Percentagem
São muito bons, não precisam de melhorar nada	18	55%
O nível de proficiência em português	3	9%
O estilo de ensino	2	6%
A metodologia de ensino	2	6%
A atitude perante os aprendentes	0	0%
A preparação das aulas	0	0%
O conhecimento das necessidades reais dos falantes	4	12%
O recurso a equipamentos modernos	3	9%
Outro(s)	1	3%
Total	33	100%

Fonte: Elaborado pelo investigador

A análise dos dois inquéritos por questionário permitiu-nos ter uma imagem clara das necessidades destes potenciais aprendentes e das suas exigências no quadro atual, de modo que a metodologia de ensino pode ser ajustada a estas necessidades e os materiais ir ao encontro dos temas e das competências por estes apontadas.

#### 4.3. Análise das entrevistas

Como já referimos, complementarmente entrevistámos quatro individualidades angolanas que, pelo cargo que ocupam, conhecem bem a comunidade chinesa em Angola e as suas necessidades (**Anexo 3**). Como contactam frequentemente com o nosso público-alvo, auscultámo-los sobre os benefícios da aprendizagem do português pelos imigrantes adultos chineses na melhoria das relações entre estes e os seus parceiros locais.

Na primeira entrevista realizada (**Anexo 4**), segundo o assessor da Governadora Provincial do Bengo para a área económica e financeira, os imigrantes chineses devem aprender, em primeiro lugar, o português básico, depois estender-se para o português comercial. Além disso, na sua opinião, eles devem saber fazer contas e escrever. Na parte legislativa, o assessor alegou que era necessário que os mesmos “aprendessem o português jurídico para evitar a multa”. Em relação aos aspetos culturais, considera importante valorizar a cultura angola.

Na segunda entrevista (**Anexo 5**), de acordo com o Diretor do Gabinete Provincial para o Desenvolvimento Económico Integrado de Luanda, a comunidade chinesa que opera ou investe na área comercial no país deve aprender português, pois isso “permite-

lhes desenvolver a sua atividade com mais facilidade e confiança, o que facilitará a penetração no mercado diretamente”. No que respeita à cultura angolana, o Diretor acha importante que conheçam os hábitos e costumes angolanos. Se não, poderia prejudicar os negócios ou até fazer com que estes não se concretizassem. Em termos de legislação, ele defende que devem conhecer a lei laboral e de impostos. Quando se perguntou sobre qual vantagem que o domínio do português pelos imigrantes chineses dominarem o português poderia trazer para o negócio, o especialista considerou que iria “contatar diretamente um chinês que fale bem português, sem pensar duas vezes”.

A terceira entrevista foi realizada com o ex-responsável pela formação profissional no Ministério do Trabalho de Angola (**Anexo 6**). Para o perito, os aprendentes chineses, na área comercial, devem aprender o léxico específico da área, saber falar de preços, negociar os descontos, conhecer termos comerciais: cálculos, percentagens, entre outros. Em relação à cultura angolana, defende a importância de eles aprenderem vários aspetos da cultura, saber como tratar os clientes angolanos: saudar, cumprimentar, agradecer (mesmo que o cliente não compre nada). Segundo ele, “a forma de tratamento tem de ser acolhedora”. Além disso, a deontologia também é um fator relevante para compreender como se comportar. Quando se perguntou a respeito da legislação, o perito considerou importante “esses comerciantes conhecessem a legislação comercial e de IVA”. Do seu ponto de vista, a metodologia de ensino a utilizar com este grupo específico deve centrar-se nas simulações, nos diálogos, trabalhos em pequenos grupos que envolvam os produtos que comercializam, por exemplo.

Na última entrevista, com a Diretora-Geral do Complexo Escolar Fenda da Tundavala, distrito de Zango, município de Viana, Província de Luanda (**Anexo 7**) apercebemos de que “a gramática portuguesa é sempre importante um novo falante dominar as classes de palavras e as suas variações, falando aqui essencialmente da conjugação correta dos verbos, da acentuação das palavras e da pontuação das frases”. Em termos comunicativos, a Diretora considerou importante que eles aprendessem mais sobre a fonética, a pronúncia, assim como tivessem noções básicas da rotina diária das pessoas. Na sua perspectiva, os conteúdos nos materiais didáticos para fins comerciais devem incluir “o processo de interação/relação entre os diversos agentes comerciais (cliente-comprador-fornecedor), princípios básicos sobre a legislação comercial, a numeração cardinal e ordinal, assim como dominar a linguagem das operações matemáticas básicas em português”. Do seu ponto de vista, a metodologia de ensino a utilizar no ensino com este grupo específico é o método de elaboração conjunta

(observação direta e exposição). No que diz respeito às estratégias de organização linguística, ela defendeu que seria necessário primeiro estabelecer um plano temático sobre o que importa que eles conheçam sobre a língua portuguesa e daí buscar todos os meios que lhes permitam adquirir esse conhecimento. Em relação à cultura angolana, ela considera importante eles aprenderem a parte da cultura mais liberal, que visa a interação entre os povos e a evolução da sua própria cultura. Quando se perguntou sobre a legislação, na opinião da Diretora, eles “devem aprender os pontos essenciais da nossa Lei Geral do Trabalho, o Código Penal Angolano e essencialmente (para evitarem cometer crimes sem saber), a Constituição da República de Angola no que concerne aos direitos e deveres dos estrangeiros, assim como as suas limitações”.

Da análise das respostas obtidas junto dos quatro entrevistados, destacamos o facto de ser consensual que a aprendizagem do português assume um papel de grande importância e que traz comodidade para o trabalho e para os negócios. Para além da aprendizagem da língua portuguesa, ressalta a relevância do conhecimento da cultura e da lei para evitar conflitos culturais e infrações. De facto, não é difícil de se notar, que a comunicação e a interação com os clientes são fundamentais no mundo de negócios.

Deste feito, com base no exposto, a criação de materiais didáticos para fins comerciais no contexto angolano deve também ter em conta as opiniões dos especialistas acima mencionados.

## 5. PROPOSTA DE MATERIAL DIDÁTICO

Os pontos anteriores colocaram em evidência a relevância e a necessidade de ensinar PFE aos trabalhadores chineses que vivem em Angola e aí desenvolvem a sua atividade profissional. Permitiram-nos igualmente perceber que os materiais existentes no mercado são maioritariamente manuais generalistas, que não têm suficiente foco nas áreas do interesse do estudante de um curso específico (Wisniewska, 2011). Dada a escassez de manuais atuais de PFC no contexto angolano, a melhor opção é a criação dos materiais didáticos. Essa criação deverá partir de fontes orais e escritas da área específica em questão (Basturkmen, 2010). Elaborar os próprios materiais parece-nos mais apropriado, visto que materiais especificamente elaborados para um determinado contexto serão mais eficazes na abordagem dos conteúdos relevantes.

### 5.1. Pressupostos para a elaboração do material didático

Os dados apurados e apresentados no Capítulo 4 permitiram-nos perceber que as competências mais importantes para os profissionais são a produção e compreensão orais, o que se deve ao facto de serem estas as competências inerentes à comunicação direta com os clientes. Para além disso, os profissionais apontam a importância de aprender “algo relacionado com o seu trabalho” e de aprender “a expressar-se oralmente e a interagir” como prioritários. Tendo como suporte esta necessidade, o material a desenvolver focar-se-á na Abordagem Comunicativa, visto que a comunicação em contextos reais é o principal objetivo. O curso poderá permitir aos alunos enriquecer o seu vocabulário e utilizá-lo em situações reais do seu trabalho. Desta feita, os conteúdos programáticos são produzidos a partir das suas necessidades específicas e de modo a incentivar e promover a comunicação na língua portuguesa, eliminando assim potenciais barreiras linguísticas. O QECR refere que:

O uso de uma língua abrangendo a sua aprendizagem inclui as ações realizadas pelas pessoas que, como indivíduos e como atores sociais, desenvolvem um conjunto de competências gerais e, particularmente, **competências comunicativas em língua**. As pessoas utilizam as competências à sua disposição em vários contextos, em diferentes condições, sujeitas a diversas limitações, com o fim de realizarem atividades linguísticas que implicam **processos linguísticos** para produzirem e/ou receberem **textos** relacionados com **temas** pertencentes a domínios específicos. Para tal, ativam as

estratégias que lhes parecem mais apropriadas para o desempenho das tarefas a realizar.  
(QECR;2001: 29)

O português para o mundo dos negócios tem muito em comum com o contexto geral, mas também difere em muitos aspetos, dado que os objetivos de um curso específico devem ser completamente diferentes dos do português geral. Os objetivos destes cursos específicos vão estar sempre relacionados com a área de atuação dos aprendentes, apresentando um carácter mais prático. A análise de dados permitiu-nos observar que a maioria dos inquiridos desenvolve a sua atividade na área do comércio e aponta para o facto de o motivo para aprender o português estar intimamente relacionado com o domínio profissional, representando 77%. O típico estudante de um curso de língua para fins específicos tem como objetivo uma melhoria na sua situação profissional (Basturkmen, 2010). Segundo o QECR (2001:76.), “o ensino da língua pode ser perspectivado no desenvolvimento do domínio profissional, no qual o indivíduo está empenhado no seu trabalho ou profissão”.

Uma das características mais importantes do PFC é que a língua é usada para atingir um fim e o uso bem sucedido desta língua é vista como uma mais-valia para as empresas comerciais. Os utilizadores de línguas de negócios necessitam de saber falar a língua em questão para que possam atingir melhor os objetivos no seu trabalho. Para tal, o material deve centrar-se na oralidade e comunicação. O PFC é cada vez mais importante tendo em conta a necessidade de enfrentar a concorrência nos mercados internacionais, neste caso, no mercado angolano. Ramos (2005; 2009a; 2009b) destaca que o entendimento do ensino de línguas para fins específicos

avançou em relação a outros métodos da época, já que seus pressupostos se baseavam na aprendizagem centrada no aluno e no levantamento de suas necessidades como ponto central para a elaboração de cursos.

Há que ter em consideração que existe uma forte ligação entre a cultura e a língua e que estas não se podem dissociar. Os alunos devem ter em conta que os objetivos de aprender uma nova língua são os de adquirir uma competência comunicativa nessa língua estrangeira, mas também adquirir uma competência comunicativa intercultural. Os dados expostos no Capítulo 4, mostraram que a opção “a importância, nos materiais didáticos, das noções de direito, cultura, história, literatura e conhecimento empresarial relativos a

Angola” representa uma percentagem de 57%. Desta forma, é imprescindível a presença dos conteúdos culturais neste material didático. Segundo Béacco (2000:45),

Mettre en place des enseignements de culture-civilization adaptés à un publique et/ou à une institution suppose de dégager les caractéristiques des situations d’enseignement que l’on prendra en considération pour moduler ces formes de présence de la culture-civilization das la classe de langue.

Por vezes, a história de um país, as normas sociais e os fundamentos históricos da sociedade não são apenas fatores essenciais para compreender a cultura, mas possibilitam também que os aprendentes utilizem a língua de forma mais apropriada. Como o QECR(2001: 34) refere, “a competência comunicativa em língua compreende diferentes componentes: linguística, sociolinguística e pragmática”.

Nesse sentido, defendemos que as quatro competências linguísticas sejam desenvolvidas, de acordo com a área de atuação dos aprendentes no material didático a desenvolver. Assim, apesar de os dados apresentados acerca de competências a trabalhar indicar que a maioria dos inquiridos aponta a produção e compreensão orais, seguidas da leitura e da escrita, fonética, gramática, consideramos que apesar de o foco dever recair no desenvolvimento da oralidade, as outras competências não devem ser negligenciadas.

Relativamente aos materiais autênticos, estes revestem-se, sem dúvida, de grande importância nesta situação de ensino, desde logo por se tratar de material utilizado em situações reais de comunicação. O baixo nível de proficiência (nível elementar) dos aprendentes leva-nos, contudo, a ter de adaptar o material disponível, em particular a nível estrutural e lexical (McDonough, Shaw & Masuhara, 2013), para que este seja compreensível para o estudante e eficaz para a aprendizagem. Por exemplo, par a parte da cultura, da história e, por vezes, da legislação angolana, podem ser selecionados textos originais, mas estes têm de ser adaptados, de forma a torná-los mais apropriados ao contexto de ensino (McDonough, Shaw & Masuhara, 2013). A este respeito, Bronkart (2006:138) refere que

A seleção de gêneros de texto é relevante pois estes são construídos pela mobilização de recursos lexicais e sintáticos, ao mesmo tempo em que o agente leva em conta os modelos de organização textual disponíveis no âmbito da língua.

Há ainda que ter em consideração a importância de os aprendentes chineses aprenderem conteúdos gramaticais, para que os possam utilizar de forma certa e melhorar as suas competências linguísticas na área comercial.

O léxico específico também é visto como fundamental (Coxhead, 2013). Tendo em conta com os dados obtidos no I1 e no I2, o vocabulário a privilegiar estará ligado ao setor mais indicado pelos inquiridos: mercadorias gerais e produtos plásticos.<sup>14</sup> É importante que os aprendentes chineses conheçam vocabulário, estruturas e conteúdos com que eles se possam deparar no seu quotidiano profissional, de forma a saber como responder a situações reais. Não se espera, obviamente, que um iniciante consiga usar fluentemente a língua-alvo, mas é possível prepará-lo para responder a situações previsíveis, especialmente no domínio da oralidade, e ensinar-lhe estratégias para usar de forma mais abrangente as estruturas em que ele já é proficiente (Goh, 2013).

## **5.2. Seleção dos temas**

A análise dos dados dos questionários permitiu-nos identificar os interesses e necessidades dos potenciais aprendentes chineses em Angola e perceber que a apresentação e venda de produtos constitui um ponto essencial. Desse modo, selecionámos os seguintes temas para as unidades didáticas do manual: (a) falar sobre si, da sua profissão e dos seus produtos: apresentar-se, nomear o objeto, descrever a matéria-prima, a composição, o tamanho, o formato, a cor, o peso, a função, as variedades, o impacto no ambiente, entre outros; (b) receber o cliente: saudar, pôr o cliente à vontade para que este possa colocar as suas questões, responder educadamente às dúvidas do cliente, acompanhá-lo e orientá-lo nas suas escolhas...; (c) comercializar o seu produto: expressões persuasivas, menção a valores, expressões inerentes à negociação (descontos, abatimentos, conversão de moeda); (d) Fazer a conta e emitir a fatura; (e) Falar com os clientes por telefone e por e-mail; (f) Dar e pedir orçamentos; (g) Entregar e transportar produtos ; (h) Fazer reclamação e devolver produtos.

---

<sup>14</sup> Neste ponto, importa referir que o investigador pretende desenvolver manuais para o conjunto dos setores: Português para a venda de mercadorias gerais e produtos plásticos; Português para a venda de artigos para o lar; Português para a venda de ferragens e materiais de construção civil; Português para a venda de produtos eletrónicos; Português para a venda de mobiliários; Português para a venda de vestuário Português para a venda de produtos agrícolas e aquáticos.

### **5.3. Organização das unidades**

Em consonância com o referido no ponto anterior, as unidades do manual *Português para venda de mercadorias gerais e produtos plásticos* serão distribuídas da seguinte forma:

Unidade 1 – Apresentação pessoal, profissional e de produtos

Unidade 2 – Receber clientes

Unidade 3 – Negociar e fechar negócios

Unidade 4 – Fazer a conta e emitir faturas

Unidade 5 – Fazer telefonemas e escrever e-mails

Unidade 6 – Dar e pedir orçamentos

Unidade 7 – Entregar e transportar produtos

Unidade 8 – Fazer uma reclamação e devolver produtos.

### **5.4. Proposta de programa de ensino do português para a venda de mercadorias gerais e produtos plásticos**

Como sabemos, da investigação feita, 62,86% dos inquiridos não estudaram português antes de ir para Angola, mas falam um pouco português por residirem no país há vários anos e por se encontrarem em situação de imersão.

A proposta de unidade que apresentamos no **Anexo 8**, como já mencionámos, é a primeira unidade do manual que pretendemos desenvolver, *Português para venda de mercadorias gerais e produtos plásticos*. Destina-se a aprendentes chineses em Angola que desenvolvem a sua atividade neste setor e que se encontram no nível de proficiência elementar do português (níveis A1 e A2) do QECR e visa desenvolver principalmente a competência de comunicação em sua situação de trabalho, através do desenvolvimento de atividades de compreensão, expressão, interação orais (diálogos, role play...), da leitura e interpretação da legislação. da abordagem de aspetos culturais e de conteúdos linguísticos e sociolinguístico.

Os conteúdos linguísticos demasiado complexos podem desmotivar aprendentes. Em razão disso, incluímos umas informações voltadas para a aprendizagem da pronúncia e de conhecimentos básicos de português.

Com o objetivo de levar os aprendentes não só a empregar o português na sua esfera profissional, mas também a implementá-lo corretamente, do ponto de vista estrutural, e

levar a que o ensino satisfaça as necessidades comunicativas (em português) dos aprendentes no desempenho das suas funções, consideramos o determinado pelo QECR (2001) para os diferentes domínios, para o nível elementar.

### **Compreensão oral**

- Ser capaz de entender o suficiente para corresponder às necessidades concretas e associadas ao seu domínio profissional, contando que o discurso seja unido claramente.
- Ser capaz de identificar o assunto da discussão a que assiste, quando esta se desenrola de forma clara e pausada e se encontra relacionada com a sua atividade profissional.

### **Produção/interação oral**

- Ser capaz de comunicar desde que as tarefas sejam simples e habituais.
- Ser capaz de trocar informações simples e diretas sobre assuntos que lhe são familiares e que estão associados ao seu domínio profissional.
- Ser capaz de interagir de forma natural em situações bem estruturadas e conversas curtas sobre assuntos que lhe são familiares e que estão ligados à sua área profissional.

### **Compreensão da leitura**

- Ser capaz de compreender textos curtos e simples, assuntos que lhe são familiares e de uma determinada área, com uma linguagem quotidiana ou ligado ao seu trabalho.
- Ser capaz de reconhecer, em textos escritos, informações concretas, simples, específicas e ligadas a sua área profissional.

### **Produção escrita**

- Ser capaz de, no âmbito do seu domínio profissional, escrever textos muito simples e curtos, utilizando os conectores simples.
- Ser capaz de escrever textos curtos e simples associados às questões de necessidade imediata, da sua atividade profissional.

### **Competência estrutural**

- Ser capaz de utilizar um repertório linguístico que lhe permite lidar com as situações do quotidiano profissional de conteúdo previsível.
- Ser capaz de usar corretamente, estruturas curtas e simples, apesar de cometer erros básicos sistematicamente.

Com o objetivo de mostrar como desenvolver materiais didáticos de língua portuguesa para a venda de mercadorias gerais e produtos de plástico, que estão intimamente

relacionados com o contexto angolano, a primeira unidade foi concebida e desenvolvida como um guia. Todo o manual estará interligado, centrado e organizado como um todo na promoção de vendas e na aprendizagem do português nesta área, com uma forte incidência não só no conhecimento da língua, da gramática e da pronúncia, mas também em excertos sobre o país, a sua história e algumas disposições do Código do Trabalho, sendo que cada unidade terá uma secção sobre a cultura angolana e legislação relevante e de grande valor prático no contexto angolano.

## **5.5. Proposta de unidade didática – Unidade 1**

### **Unidade 1| Apresentação pessoal, profissional e de produtos**

#### **OBJETIVOS GERAIS**

##### **Compreensão oral**

- Compreender e seleccionar informações de textos de apresentação, de biografias e de diálogos

##### **Leitura**

- Ler, analisar e seleccionar informações específicas de textos de apresentação e de diálogos

##### **Produção escrita**

- Escrever breves textos de apresentação
- Escrever numerais cardinais

##### **Expressão e interação orais**

- Apresentar-se a si e a outras pessoas em contexto profissional
- Simular diálogos
- Apresentar produtos
- Apresentar Angola e o Carnaval de Angola

#### **COMPETÊNCIAS LINGUÍSTICA E SOCIOLINGUÍSTICA**

##### **Gramatical**

- Pronomes pessoais sujeito
- Presente do modo indicativo dos verbos regulares

- Presente do modo indicativo dos verbos Chamar-se, Estar, Ser e Ter
- Interrogativos
- Determinantes artigos definidos e indefinidos
- Preposição de lugar *em* e a preposição de origem *de*
- Determinantes e pronomes possessivos
- Pronomes possessivos de complemento direto e indireto

### **Lexical**

- Identificação pessoal
- Nacionalidade
- Estado civil
- Formação e habilitações académicas
- Profissão e categorias profissionais
- Nomes dos produtos, as especificações do produto

### **Sociolinguística**

- Marcadores linguísticos apropriados às situações de comunicação

### **COMPETÊNCIA PRAGMÁTICA**

- Apresentar-se, apresentar alguém e apresentar produtos
- Dar e pedir informações de carácter profissional
- Cumprimentar e despedir-se

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação surgiu da emergência de satisfazer as necessidades comunicativas e formativas dos aprendentes chineses em Angola, uma vez que os mesmos precisam de aprender uma língua não materna relacionada com o mundo dos negócios.

O presente trabalho teve, assim, como objetivo dar resposta aos desafios que se colocam ao ensino do português à comunidade chinesa que reside e desenvolve a sua atividade profissional nesta área em Angola e para quem a língua portuguesa é uma LE, efetuando, para este efeito, um levantamento das necessidades específicas deste público e apresentando uma proposta de material didático contextualizada.

O nosso estudo centrou-se nos seguintes pontos relevantes: i) relações económicas e políticas bilaterais entre Angola e a China e a presença cada vez mais forte dos profissionais e investidores chineses, em particular nos centros comerciais; ii) importância da abordagem comunicativa, do conhecimento sociocultural, da consciência intercultural e das competências sociolinguística e pragmática, dos temas e do género de textos no ensino do PLE; iii) aprendizagem do PLE por adultos; iv) abordagem da situação do ensino do PLE para fins comerciais no contexto angolano e a escassez do material didático neste campo; v) análise dos dados obtidos nos questionários e entrevistas realizados com vista a identificar as necessidades deste público-alvo; vi) pressupostos e temas selecionados para a criação de material didático para fins comerciais; vii) proposta de uma unidade didática.

A investigação concretizada permitiu-nos verificar que a aprendizagem do PFC por profissionais ou investidores em Angola se tornou uma realidade e uma necessidade a que temos de dar resposta. No entanto, a escassez de material didático de apoio ao ensino de PFC é um desafio com que nos deparamos. Como sempre destacámos na nossa dissertação, os conteúdos dos materiais didáticos presentes no mercado são genéricos. Neste sentido, o ponto mais difícil e crítico recai no levantamento das necessidades ou motivos dos potenciais aprendentes em aprender português, com vista a criar um manual que sirva para este público específico. Partindo deste entendimento, foram realizados dois inquéritos por questionário, bem como entrevistas a quatro individualidades angolanas que, pela sua experiência, conhecem bem a comunidade chinesa a residir e trabalhar em Angola e as suas necessidades, com o objetivo de entendermos o que consideram importante trabalhar.

A análise dos resultados dos inquéritos levados a cabo, permitiu-nos identificar as situações reais dos potenciais aprendentes chineses. O estudo revelou, assim, que a maioria dos aprendentes são adultos com entusiasmo de aprender português com o intuito de aperfeiçoar a sua competência comunicativa para atender de forma cordial os clientes e para vender melhor os seus produtos. Neste cenário, seleccionámos temas concretos deste setor de atividade e vários géneros de texto com este relacionado.

Esses temas foram usados para a criação de exercícios de produção e compreensão oral, produção escrita e leitura, embora seja central a competência comunicativa, obedecendo ao estipulado no QECR.

Outro desafio foi lidar com o aspeto lexical que envolve muitos tipos de produtos, de acordo com as categorias diversificadas da indústria. Porém, exercemos atividades económicas em Angola há mais de 20 anos, abrangendo áreas como educação, construção civil, comércio, saúde, entre outros, setores, o que acabou por facilitar o nosso trabalho.

Importa, igualmente, referir que a internet constituiu um meio importante para a obtenção de informação, nomeadamente para a criação dos conteúdos relativos à cultura, história, literatura e legislação angolana, permitindo-nos a seleção de textos autênticos.

Com base na identificação dos temas, conseguimos delinear a estrutura básica do manual «*Português para a venda de mercadorias gerais e produtos plásticos*», e organizá-la em 8 unidades: Unidade 1 – Apresentação pessoal, profissional e de produtos; Unidade 2 – Receber clientes; Unidade 3 – Negociar e fechar negócios; Unidade 4 – Fazer a conta e emitir faturas; Unidade 5 – Fazer telefonemas e escrever e-mail; Unidade 6 – Dar e pedir orçamentos; Unidade 7 – Entregar e transportar produtos; Unidade 8 – Fazer uma reclamação e devolver produtos.

Devido às limitações do tempo de investigação e à extensão da dissertação, apenas a primeira unidade do manual foi elaborada. Espera-se que os profissionais ou investidores chineses em Angola beneficiem deste manual no futuro e sejam capazes de enfrentar os desafios do mercado empresarial.

Estamos conscientes de que, apesar dos esforços desenvolvidos, este é apenas o primeiro passo de uma longa caminhada e de que há ainda um longo caminho a percorrer no futuro, pretendendo este ser apenas um ponto de partida para a elaboração de materiais para fins específicos contextualizados e que respondam a necessidades efetivas e concretas dos aprendentes chineses de PLE.

## BIBLIOGRAFIA

### *Livros, artigos científicos e outras publicações*

- Almeida Filho (2007). Índices nacionais de desenvolvimento do ensino de português língua estrangeira. In: Almeida Filho, José. C. P.; CUNHA, Maria. J. C (Orgs.). *Projetos iniciais em português para falantes de outras línguas*. Campinas, SP: Pontes.
- Almeida Filho, J. C. P. (2002) *Dimensões Comunicativas no Ensino de Línguas* (3.<sup>a</sup> ed). Campinas, SP: Pontes.
- Andrade, A. I. O., Araújo e Sá, M. H. A. B (1992). *Didáctica da Língua Estrangeira*. Porto: Edições ASA.
- Arends, R. (1995). *Aprender a ensinar*. Lisboa: McGraw-Hill.
- Babo, M. A. M. M. (1999). A língua estrangeira para fins específicos: uma língua "mutilada"? In *Atas do 4.º Encontro Nacional do Ensino das Línguas Vivas no Ensino Superior em Portugal* (pp.237-244). Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Basturkmen, H. (2010). *Developing Courses in English for Specific Purposes*. Houndmills: Palgrave MacMillan.
- Béacco, J. C. (2000). *Les Dimensions Culturelles des Enseignements de Langue, Des Mots aux Discours*. Paris: Hachette.
- Béacco, J. C., Byram, M. (2007). *Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe: de la diversité linguistique à l'éducation plurilingue*. Strasbourg: Conselho da Europa.
- Benson, S. D. (2016). Task-based language teaching: An empirical study of task transfer. *Language Teaching Research*, 20(3), 341-365.

- Brautigam, D. (2011). *China and Oil-backed Loans in Angola: The Real Story*” Disponível em: <http://www.chinaafricarealstory.com/2011/10/china-and-oil-backed-loans-in-angola.html>, [acedido em 13 setembro de 2023].
- Bronckart, J. P. (2003). *Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo*. São Paulo: EDUC.
- Chomsky, N. (1957). *Syntactic Structures*. The Hague: Mouton.
- Chomsky, N. (1959). A Review of B.F. Skinner's Verbal Behavior[J]. *Language*,35(1), 26-58.
- Choppin, A. (1992). *Manuels Scolaires: Histoire et Actualité*. Paris: Hachette.
- Coxhead, A. (2013). Vocabulary and ESP. In B. Paltridge, & S. Starfield (Eds.), *The Handbook of English for Specific Purposes* (pp. 115- 132). San Francisco: John Wiley & Sons.
- Conselho da Europa (2001). *Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas – Aprendizagem, Ensino, Avaliação*. Porto: Edições ASA.
- Corkin, L. (2011). China and Angola: Strategic partnership or marriage of convenience? *Angola Brief, 1 (1)*, 1-4.
- Duarte M. S. (2020). Novas Políticas Linguísticas e Aquisição de Competências Plurilingues Profissionais Aplicadas ao Ensino de Sinofalantes. *Diacrítica – Temas Em Estudos Luso-Chineses E Luso-Japoneses*, Braga: Universidade Do Minho (Submetido).
- Delors, J. (Org.) (1996). *Educação, um tesouro a descobrir. Relatório para a Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI*. Porto: Edições ASA.
- Dias, A. C. (2015). *Estratégias 1 – /: livro do aluno: níveis A1-A2*. Lisboa: Lidel.
- Dudley-Evans, T. & St. John, M. (2000). Developments in English for specific purposes: a multidisciplinary approach. *English for Specific Purposes*, 19(3), 297-300.

- Esperança, J. P., Reto, L. & Machado, F.L. (2016). *Novo Atlas da Língua Portuguesa*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Estima, C. E. (2012). O processo de elaboração de material de ensino em língua inglesa para artesãos: enfoque na comunicação oral. #*TEAR*, 1(2), 1-15.
- Feytor Pinto, P.; Melo-Pfeifer, S. (Coord.)(2018). *Políticas Linguísticas em Português*. Lisboa: Lidel.
- Frias, M.J. (1992). *Língua Materna-Língua Estrangeira, Uma Relação Multidimensional*. Porto: Porto Editora.
- Fu Ke (1986). *História do ensino de línguas estrangeiras na China [M]*. Xangai: Shanghai Foreign Language Education Press. 付克. 1986. 中国外语教育史[M]. 上海: 上海外语教育出版社.
- Germain, C. (1993). *Évolution de l'Enseignement des langues: 500 Ans d'Histoire*. Paris: CLE International.
- Goh, C. C. (2023). Goh, C. C. (2013). ESP and listening. In B. Paltridge, & S. Starfield (Eds.), *The Handbook of English for Specific Purposes* (pp. 55-76). San Francisco: John Wiley & Sons.
- González, M. M. (2007). *Portugués empresarial y comercial*. Coruña: Ideas propias Editorial.
- Grosso, M. J. (Coord.) (2011). *QuaREPE. Quadro de Referência para o Ensino Português no Estrangeiro – Documento Orientador*. Lisboa: ME & DGIDC.
- Haguette, T. M. F. (1997). *Metodologias qualitativas na Sociologia* (5a ed.). Petrópolis: Vozes.
- Huot, H. (1989). *Dans la Jungle des Manuels Scolaires*. Paris: Éditions du Seuil.
- Hymes, D. H. (1972). On communicative competence[A]. In Pride, J. B. & J. Holmes (Eds.). *Sociolinguistics: Selected Readings[C]*. Harmondsworth: Penguin, 269-293.

- Hutchinson, T. & Waters, A. (1987) *English for Specific Purposes – a learning-centered approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Irshad, I. & Anwar, B. (2018). Designing English for specific purposes course for computer science students. *Journal of Education and Educational Development*, 1 (5), 156- 171.
- Ketele, J.M & Roegiers, X. (1999). *Metodologia da recolha de dados: Fundamentos dos métodos, de observações, de questionários, de entrevistas, e de estudo de documentos*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Leduc, A. R. R. J. (2014). *Aprender português de negócios : análise da situação atual e esboço de uma solução didática online* (Dissertação de Mestrado). Universidade Aberta, Lisboa.
- Lewis, M. (1993). *The Lexical Approach[M]*. Hove: Language Teaching Publications.
- Long, M. (2015). *Second Language Acquisition and Task-Based Learning*. Maldem: Wiley-Blackwell.
- Lopes, J. H. (2009). Materiais didáticos de português para falantes de outras línguas: do levantamento de produções brasileiras a uma nova proposta. In. Furtoso, V. B. (Ed.) *Formação de professores de português para falantes de outras línguas: reflexões e contribuições*. Londrina: EDUEL.
- Lüdke, M. & Marli, E. D. A. A. (1986). *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU.
- Mackey, W.F. (1967). *Language Teaching Analysis[M]*. London: Longman.
- Magarreiro, V. C. V. (2014). Proposta de produção de unidade didática para manual de português comercial (Dissertação de Mestrado). Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Magarreiro, V., Caçador, R., & Conceição, D. (2022). *Português ativo – para o mundo profissional*. Lisboa: Lidel.

- Mariano (Org.). (2003). *A questão cultural no processo ensino aprendizagem de línguas estrangeiras*. Passo Fundo: UPF.
- McDonough, J., Shaw, C., & Masuhara, H. (2013). *Materials and Methods in ELT: A Teacher's Guide* (3.<sup>a</sup> ed.). Malden: Wiley-Blackwell
- Minayo, M. C. S. (1993). *O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde*. (2.<sup>a</sup> ed.). São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco.
- Mishan, F. (2005). *Designing Authenticity into Language Learning Materials*. Bristol Intellect.
- Moraes, G. B.; Buchweitz, R. M., Santos, M. E., & Morita, M. K. (1998). (Re)Pensando sobre o material didático de PLE. In: Silveira, Regina. C. (Org.) *Português língua estrangeira: perspectivas*, pp. 59-72. São Paulo: Cortez,
- Moreira, I. (2015). *Correspondência comercial*. Lisboa: Lidel.
- Neves, M. (2016; 2017). *Português empresarial 1 e 2 – exercícios práticos*. Lisboa: Lidel.
- Pacheco, Denise. G. L. C. (2006). *Português para estrangeiros e os materiais didáticos: um olhar discursivo* (Tese de Doutorado). Instituto de Letras, UFRJ, Rio de Janeiro.
- Pautasso, D. (2010). Economia política internacional da China para Angola e os caminhos da transição sistêmica. *Século XXI. Revista de Relações Internacionais – ESPM-POA*, 1(1), 107-126.
- Pizzolato, C. E. (1995). *A sala de aula de língua estrangeira com adultos de terceira idade* (Dissertação de Mestrado). Campinas: Unicamp.
- Ponce, H., Burim, S., & Florissi, S. (2006). *Panorama Brasil - Ensino do português do mundo dos negócios*. São Paulo: Editora Galpão.
- Ramos, R. C. G (2005). Instrumental no Brasil: a desconstrução de mitos e a construção do futuro. 2005 In: Freire, M. M.; Abrahão, M. H. V.; Barcelos, A. M. F. (Orgs.), *Linguística Aplicada e Contemporaneidade*. Campinas: Pontes Editores, p. 109-123.

- Ramos, R.C. G. (2009a). ESP in Brazil: history, new trends and challenges. In: Krzanowski, M. (Org.). *Current developments in English for Academic and Specific Purposes in Developing, Emerging and Least-Developed Countries*. Reading: Garnet Publishing Ltda, p. 63-80.
- Ramos, R.C. G. (Orgs.) (2009). *A Abordagem Instrumental no Brasil: um projeto, seus percursos e seus desdobramentos*. São Paulo: Mercado de Letras, p. 35-45.
- Ricardo, A., Sousa, D. (2009). *Manual de português técnico aplicado à área do comércio*. Lisboa: IEFP.
- Santos, A. R. (1999). *Metodologia científica: a construção do conhecimento*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- Santos, D., & Silva, G. (2013). *Bons negócios – português do brasil para o mundo do trabalho*. Barueri: Disal Editora.
- Selinker, L. (1972). Interlanguage. *International review of applied linguistics*, 10, 209-231.
- Spada, N. (2004). Linguística Aplicada ao Ensino de Língua Estrangeira. *Revista Virtual de Estudos da Linguagem – ReVEL*, 2 (2). Tradução de Gabriel de Ávila Othero. Disponível em: [www.revel.inf.br](http://www.revel.inf.br), [acedido em 30 setembro de 2023].
- Tavares, A. (2008). *Ensino/Aprendizagem do Português como Língua Estrangeira. Manuais de Iniciação*. Lisboa: LIDEL.
- Tomlinson, B., & Masuhara, H. (2018). *The Complete Guide to the Theory and Practice of Materials Development for Language Learning*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Tomlinson (2011). *Materials Development in Language Teaching: Glossary of basic terms for materials development in language teaching*. (2 Ed.) Cambridge: Cambridge University Press
- Tormenta, J. R. (1996). *Manuais Escolares, Inovação ou Tradição?*. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional.

Wisniewska, H. (2011). Revision Books in ESP: Myths and Reality. In A. Akbarov (Ed.), *Language for Specific Purposes in Theory and Practice* (pp. 103-113). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Wisniewska, H. (2006). *Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano*. Campinas: Mercado de Letras.

Wisniewska, H. (2008). *O agir nos discursos: das concepções teóricas às concepções dos trabalhadores*. Campinas: Mercado de Letras.

Wisniewska, H. (2010). Gêneros de textos, tipos de discurso e sequências: por uma renovação do ensino da produção escrita. *Letras*, 40 (1), 163-176.

Zanella, L. C. (2010). *Manual de conversação trilingue para turismo e negócios - português/inglês/espanhol*. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna.

Zedong, M. (1930). Artigo : «Contra o bookismo». «反对本本主义».

### ***Legislação Portuguesa***

Ministério da Educação (2006). *Decreto-Lei n°165/2006*, de 11 de Agosto.

### ***Boletins do Estado Chinês***

Ministério do Comércio da China, Administração Nacional de Estatísticas e Administração Estatal das Divisas. «Boletim Estatístico de 2021 sobre o Investimento Direto no Exterior da China » 中国商务部、国家统计局、国家外汇管理局. 《2021年度中国对外直接投资统计公报》

### ***Textos de imprensa***

«Residentes chineses em Angola online: terra quente de investimento, um tesouro para empreendedorismo! Supergrande Centro Comercial em Angola-Nova Era Centro Comercial está em promoção e será inaugurado em outubro do próximo ano» «旅安华侨在线: 投资热土, 创业宝地! 安哥拉超大商贸城-新时代商业中心火热招商, 将于明年十月开业»12.12.2022

«Feiyue Angola: SHOPPING POPULAR volta com grandeza» «非阅安哥拉：海山商贸城-隆重归来» 29.06.2023

«Feiyue Angola: Cidade comercial logística Angola China volta com grandeza»

«非阅安哥拉：安中物流商贸城隆重归来» 02.09.2023

«Feiyue Angola: Cidade de Século, a promoção do mercado de construção civil da segunda fase iniciou-se» «非阅安哥拉：安哥拉世纪城”二期建材市场招商启动» 05.07.2023

«Feiyue Angola: Angola Wanda está prestes a se promover, lojas de ouro ajudam-vos a saltar no ano 2023» «非阅安哥拉：安哥拉万达招商在即，淘金旺铺祝您 2023 兔飞猛进» 10.01.2023

«Going Abroad Navigation Network: Porque é que cada vez mais empresas chinesas investem em Angola?», 15.06.2023 «走出去导航网：越来越多中国企业投资安哥拉为哪般?»

## **ANEXOS**

# ANEXO 1

## Inquérito por questionário 1

在安华人葡语学习调查问卷

Inquérito sobre a Aprendizagem do Português pelos Trabalhadores Chineses em Angola

填写日期 (data) : 年 (ano) 月 (mês) 日 (dia)

1. 性别 (Sexo):

A.  男 (masculino) B.  女 (feminino)

2. 年龄 (Idade): \_\_\_\_\_ 岁 (anos)

3. 学历 (Qualificações académicas):

A.  小学 (Ensino primário) B.  中学 (Ensino secundário) C.  大学 (Ensino superior)

4. 职业 (Área de trabalho):

- A.  贸易 (comércio)  
B.  建筑 (construção civil)  
C.  加工业 (indústria transformadora)  
D.  服务业 (serviços)  
E.  其他行业 (outra) \_\_\_\_\_

5. 英语掌握程度 (Nível de conhecimento da língua inglesa)

- A.  很好 (muito bom)  
B.  一点点 (um pouco)  
C.  一般 (mais ou menos)  
D.  没有基础 (zero)

6. 您学习葡语的动机是什么 (Indique o motivo que o leva a aprender português.)  
(可以多选 pode selecionar várias opções)

- A.  工作 (职业) 需要 (profissional)  
B.  个人提高 (pessoal)  
C.  其他因素如 (outro) \_\_\_\_\_

7. 在葡语学习过程中, 跟您最相关的是哪一方面? (Ao longo dos seus estudos, qual foi a competência que considerou mais importante?) (可以多选 pode selecionar várias opções)

A.  发音 (fonética) B.  语法 (gramática) C.  口语 (produção oral)

D.  书写 (escrita) E.  听力 (compreensão oral) F.  其他  
(outro)\_\_\_\_\_

8.

在学习过程中,您觉得教材是否应该包括安哥拉的法律、文化、历史、文学、商业知识? (Acha que os materiais didáticos utilizados para ensinar português deveriam incluir noções de direito, cultura, história, literatura e conhecimento empresarial relativos a Angola? Indique o grau de importância)

- A.  很重要(muito importante)
- B.  重要 (importante)
- C.  一般 (pouco importante)
- D.  不重要 (não é importante)

9. 您觉得在老师在课堂上应该以 (Na sala de aula, o que acha que o professor deve priorizar?) (可以多选pode seleccionar várias opções)

- A.  以老师讲课为主(as aulas expositivas)
- B.  以互动为主 (a interação)
- C.  以学生为主 (o papel dos aprendentes)
- D.  以布置练习为主 (a concretização de exercícios)
- E.  尊重学生需要 (a resposta às necessidades dos alunos)
- F.  角色扮演 (o role play)
- G.  分组讨论 (os grupos de discussão)
- H.  运用网络科技 (o uso das TIC )

10. 您最想学习的部分是 (O que é que gostaria de aprender em Português?) (可以多选pode seleccionar várias opções)

- A.  与自己工作有关的 (algo relacionado com o meu trabalho)
- B.  一般的口语和交流 (a expressar-me oralmente e a interagir)
- C.  考级内容 (tudo que esteja relacionado com o exame do CAPLE)
- D.  语法 (gramática)
- E.  安哥拉文化 (cultura angolana)
- F.  安哥拉法律知识 (direito angolano)
- G.  其他 (outro) \_\_\_\_\_

11. 您对学好葡语有信心吗? (Sente-se confiante quando aprende português?)

- A.  充满信心 (Sim, muito confiante)
- B.  有 (Sim, sinto-me confiante)
- C.  相信会提高 (Sim, mas creio que posso melhorar este aspeto)
- D.  很担心,怕 (Não, não me sinto nada confiante)



## ANEXO 2

### Inquérito por questionário 2

在安华人商业领域葡语学习调查问卷 2

Inquérito sobre a Aprendizagem do Português para Fins Comerciais pelos  
Trabalhadores Chineses Residentes em Angola 2

填写日期 (data) : 年 (ano) 月(mês) 日(dia)

5. 性别 (Sexo):

A.  男 (masculino) B.  女 (feminino)

6. 年龄(Idade): \_\_\_\_\_岁(anos)

7. 学历 (Qualificações académicas):

A.  小学 (Ensino primário) B.  中学 (Ensino secundário) C.  大学(Ensino superior)

8. 您涉及的领域 (Setor em que trabalha) :

A.  五金建材 (ferragens e materiais de construção civil)

B.  家具 (mobiliário)

C.  家居用品 (artigos para o lar)

D.  家电 (eletrodomésticos)

E.  塑料百货 (mercadorias gerais e produtos plásticos)

F.  服饰 (vestuário)

G.  农贸水产 (produtos agrícolas e aquáticos)

H.  餐饮 (restauração)

I.  电子 (produtos eletrónicos)

J.  汽车配件 (peças de automóvel)

K.  药品 (produtos farmacêuticos)

L.  诊所 (clínicas)

M.  美容美发 (salão de beleza e cabeleireiro)

N.  如果不是以上领域请指出您涉及的领域 (Se não for nenhuma das opções anteriores, indique o setor em que trabalha) : \_\_\_\_\_

9. 具体职业 (Cargo):

B.  经理 (gerente)

C.  销售员 (vendedor)

C.  会计 (gestão financeira/contabilidade)

D.  对外联络 (relações-públicas)

E.  进出口 (importação e exportação)

F.  采购员 (comprador)

G.  其他 (outro) : \_\_\_\_\_

10. 来安哥拉多长时间? (Há quanto tempo está em Angola?)

\_\_\_\_\_年(ano) 或(ou)\_\_\_\_\_月(mês)

11. 来安哥拉前学习过葡萄牙语吗? (Estudou português antes de vir para Angola?)

A.  在培训中心学过 (estudei num centro de formação)

B.  在大学学过 (estudei numa universidade)

C.  自学 (estudo autónomo)

D.  没学过 (nunca estudei)

12. 如果您学习过葡语, 主要涉及哪些方面? (Se aprendeu português, quais foram as competências trabalhadas?)

A.  一般的听说读写, 与自己目前工作无关 (compreensão oral, comunicação, leitura e escrita, não relacionadas com a atividade profissional atual)

B.  只是简单的听说, 没有读写, 与目前职业无关 (compreensão oral e comunicação, não relacionadas com a atividade profissional atual)

C.  一般的听说读写葡语与目前工作有关, 但是不够 (compreensão oral, comunicação, leitura e escrita, relacionadas com a atividade profissional atual, mas não é suficiente)

D.  主要是最基本的语法 (apenas gramática)

E.  其他 (outra(s): \_\_\_\_\_)

13. 目前葡语掌握程度 (Grau do conhecimento do português)

A.  不会说但是能听懂一点 (não consigo falar, mas consigo compreender um pouco)

B.  会说一点点, 简单的能听懂 (consigo falar e compreender um pouco)

C.  不会说, 也听不懂 (não consigo falar nem compreender)

D.  听说还可以, 但是不会读写 (consigo falar e compreender bem, mas não consigo ler nem escrever)

E.  会听说读写 (consigo falar, compreender, ler e escrever)

14. 您获得过葡语等级证书吗? (Possui algum certificado de nível relativo à língua portuguesa?)

A.  没有 (não)

B.  有 (sim),

等级是(de nível...) 1.  A1 2.  A2 3.  B1 4.  B2 5.  C1 6.  C2

15. 您最希望学习的领域是什么, 来完成您的任务? (Qual/Quais o(s) tema(s) que gostaria de trabalhar para melhor exercer as suas funções profissionais?)

- A.  介绍产品 (apresentação e venda de produtos)
- B.  进出口 (importação e exportação)
- C.  银行事务 (assuntos bancários)
- D.  移民事务 (assuntos relacionados com a imigração)
- E.  税务 (assuntos fiscais)
- F.  警察事务 (assuntos policiais)
- G.  采购 (compra de produtos)
- H.  用餐交流 (interação durante as refeições)
- I.  方便看病 (consultas médicas)
- J.  接待客人 (receber clientes)
- K.  书信往来 (correspondência)
- L.  谈判 (negociação)
- M.  面试求职 (entrevistas de emprego)
- N.  参加展会 (participar numa feira)
- O.  打电话 (fazer telefonemas)
- P.  报价 (pedir e dar orçamentos)
- Q  其他方面 (outro)\_\_\_\_\_

16. 在葡语学习过程中, 您需要提高哪方面? (Para falar melhor português, qual das competências pensa ter de trabalhar?) (可以多选) (pode seleccionar várias opções)

- A.  读写 (leitura e escrita)
- B.  发音 (fonética)
- C.  语法 (gramática)
- D.  口语 (produção oral)
- E.  听力 (compreensão oral)
- F.  其他 (outra) \_\_\_\_\_

17. 您觉得在安哥拉的中国葡语老师需要在哪些方面提高? (O que acha que os professores chineses de português em Angola precisam de melhorar?) (可以多选) (pode seleccionar várias opções)

- A.  很好, 不需要提高 (são muito bons, não precisam de melhorar nada)
- B.  本身葡语水平 (o nível de proficiência em português)
- C.  教学方式 (o estilo de ensino)
- D.  教学方法(a metodologia de ensino)
- E.  老师的态度 (a atitude perante os aprendentes)
- F.  备课不充分 (a preparação das aulas)
- G.  不了解学生实际情况和需求 (o conhecimento das necessidades reais dos falantes)
- H.  缺乏现代化的教学设施设备,如人工智能 (o recurso a equipamentos modernos)
- I.  其他 (outra) \_\_\_\_\_



## ANEXO 3

### Guião da entrevista

<b>Blocos</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Questões orientadoras</b>
A-Legitimação da entrevista	<ul style="list-style-type: none"><li>- Explicar os motivos da entrevista</li><li>- Garantir o anonimato e a confidencialidade da entrevista</li><li>- Pedir autorização para a gravação da entrevista</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Explicação dos objetivos e motivos da entrevista</li><li>- Destaque da importância do contributo entrevistado</li><li>- Explicação sobre a garantia do anonimato e confidencialidade da entrevista e o uso exclusivo para fins académicos</li><li>- Pedido de autorização para proceder à gravação</li><li>- Informação da duração da entrevista, a cerca de 45 minutos</li></ul>
B- Aprendizagem do PLE	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar a importância da aprendizagem do PLE na área comercial</li> <li>- Perceber as competências a desenvolver</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- O que é que considera importante os imigrantes chineses aprenderem em termos da língua portuguesa para desenvolver a sua atividade na área comercial em Angola?</li><li>- Acha relevante a comunidade chinesa que opera ou investe na área comercial em Angola aprender português?</li><li>- O que acha que, os aprendentes chineses, na área comercial, devem aprender em termos da língua portuguesa no contexto angolano?</li><li>- Segundo a sua experiência, o que acha que os trabalhadores ou investidores chineses devem aprender em termos da língua portuguesa para desenvolver a sua atividade no mundo dos negócios em Angola?</li><li>- Em termos comunicativos, o que é que considera importante aprenderem?</li></ul>
C- Cultura angolana	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar a importância de aprender a cultura angolana</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Em relação à cultura angolana, o que é que acha importante eles aprenderem?</li></ul>

	- Averiguar a parte cultural angolana a aprender	
D-Legislação angolana	- Saber a importância de aprender a legislação angolana - Aperceber as legislações a aprender	- E em termos de legislação, o que é que considera importante eles conhecerem?
E- A vantagem de aprender português	- Identificar as vantagens de aprender português em Angola	-Considera que o domínio da língua portuguesa pode facilitar o negócio?
F- Metodologia de ensino do PLE	- Saber o método de ensino do PLE apropriado	- Do seu ponto de vista, qual a metodologia de ensino a utilizar no ensino com este grupo específico? - Que estratégias de organização linguística devem eles aprender do ponto de vista da sintaxe, semântica e fonética?
G- Material didático	- Perceber os conteúdos a abranger nos materiais didáticos para fins comerciais	- Na sua perspectiva, quais os conteúdos a incluir nos materiais didáticos para fins comerciais?

## **ANEXO 4**

### **Entrevista 1**

**Assessor da Governadora Provincial do Bengo para a área económica e financeira**

**1. Dr., o que é que considera importante os imigrantes chineses aprenderem em termos da língua portuguesa para desenvolver a sua atividade na área comercial em Angola?**

Na minha opinião, eles devem, em primeiro lugar, aprender o português básico, devem saber letras, nomes, cumprimentos, fazer perguntas. Depois, eles devem aprender português especializado em comércio, por exemplo, como fazer contas, entre outras coisas. Além disso, eles também devem saber como escrever.

**2. E em termos de legislação, o que é que considera importante eles conhecerem?**

Aprender português jurídico é muito importante para evitar pagar multas. Se conhecerem o quadro legal angolano podem operar legalmente no território e evitar multas, por exemplo.

**3. Em relação à cultura angolana, o que é que acha importante eles aprenderem?**

Sei que muitos chineses são trabalhadores. Porém, eles devem saber como agradecer, conhecer as formas de tratamento a respeitar no mundo de negócios. Devem conhecer e valorizar a cultura angolana e vice-versa. Eles têm de compreender sobretudo a cultura local, saber por exemplo o que é um soba, a autoridade tradicional. Existem muitos rituais que também devem ser aprendidos.

## **ANEXO 5**

### **Entrevista 2**

**Diretor do Gabinete Provincial para o Desenvolvimento Económico Integrado de  
Luanda**

**1. Dr., acha relevante a comunidade chinesa que opera ou investe na área comercial em Angola aprender português?**

O domínio da língua portuguesa para eles é muito importante, porque isso permite-lhes desenvolver a sua atividade com mais facilidade e confiança, o que facilitará a penetração no mercado diretamente, sem tradutores.

**2. Em relação à cultura angolana, o que é acha importante eles aprenderem?**

Eles devem conhecer os hábitos e costumes angolanos. O seu desconhecimento pode prejudicar os negócios ou até fazer com que estes não se concretizem.

**3. E em termos de legislação, o que é que considera importante esses comerciantes conhecerem?**

Eles devem conhecer a lei laboral e de impostos.

**4. Considera que o domínio da língua portuguesa pode facilitar o negócio?**

Claro. Por exemplo, se eu tiver uma oportunidade de negócio, vou contactar diretamente um chinês que fale bem português, sem pensar duas vezes. Vou fazer negócio com uma pessoa com quem consiga comunicar sem problemas.

## **ANEXO 6**

### **Entrevista 3**

**Ex- chefe do departamento da formação profissional INEFOP, MAPESS**

**Ex-responsável pela formação profissional no Ministério do Trabalho de Angola**

**1. Dr., o que acha que, os aprendentes chineses, na área comercial, devem aprender em termos da língua portuguesa no contexto angolano?**

A meu ver, eles devem aprender o léxico específico da área, para saberem falar de preços, negociar os descontos. Devem conhecer termos comerciais, a linguagem comercial: cálculos, percentagens, entre outros.

**2. Em relação à cultura angolana, o que é que acha importante eles aprenderem?**

Eles devem aprender vários aspetos da cultura. Devem, por exemplo, saber como tratar os clientes angolanos: saudar, cumprimentar, agradecer (mesmo que o cliente não tinha comprado nada). A forma de tratamento tem de ser acolhedora. Além disso, a deontologia também é um fator relevante para compreender como se comportar. Quando abrirem lojas nas províncias, devem aprender elementos culturais locais.

**3. E em termos de legislação, o que é que considera importante esses comerciantes conhecerem?**

A legislação comercial e de IVA. Eles são comerciantes, devem aprender português nesta área para conhecer estas leis.

**4. Do seu ponto de vista, qual a metodologia de ensino a utilizar no ensino com este grupo específico?**

Fazer simulações, diálogos, trabalhos em pequenos grupos que envolvam os produtos que comercializam, por exemplo.

## **ANEXO 7**

### **Entrevista 4**

**Diretora-Geral do Complexo Escolar Fenda da Tundavala, distrito de Zango,  
município de Viana, Província de Luanda**

**1. Dra., segundo a sua experiência, o que acha que os trabalhadores ou investidores chineses devem aprender em termos da língua portuguesa para desenvolver a sua atividade no mundo dos negócios em Angola?**

Do ponto de vista da gramática portuguesa, é sempre importante um novo falante dominar as classes de palavras e as suas variações, falando aqui essencialmente da conjugação correta dos verbos, da acentuação das palavras e da pontuação das frases.

**2. E em termos comunicativos, o que é que considera importante aprenderem?**

Devem aprender mais sobre a fonética, pois a pronúncia correta das palavras faz toda a diferença no ato comunicativo, assim como ter noções básicas da rotina diária das pessoas, como: saudação, perguntar sobre localização, preços, pedir autorização e por favor, etc.

**3. Na sua perspetiva, quais os conteúdos a incluir nos materiais didáticos para fins comerciais?**

Para quem aprende a língua para fins comerciais deve, primeiro, dominar o processo de interação/relação entre os diversos agentes comerciais (cliente-comprador-fornecedor), princípios básicos sobre a legislação comercial, a numeração cardinal e ordinal, assim como dominar a linguagem das operações matemáticas básicas em português.

**4. Do seu ponto de vista, qual a metodologia de ensino a utilizar no ensino com este grupo específico?**

A melhor metodologia de ensino para leigos numa língua é o método de elaboração conjunta (observação direta e exposição), pois isso permite ao aluno acompanhar o processo evolutivo dos conteúdos a aprender.

**5. Que estratégias de organização linguística devem eles aprender do ponto de vista da sintaxe, semântica e fonética?**

Seria necessário primeiro estabelecer um plano temático sobre o que importa que eles conheçam sobre a língua portuguesa e daí buscar todos os meios que lhes permitam adquirir esse conhecimento, desde conversas guiadas por via de um questionário, uso frequente do dicionário atualizado dos termos, pesquisar na internet vídeos interativos e lúdicos para uma rápida assimilação, assim como jogos de memorização/soletração de palavras.

**6. Em relação à cultura angolana, o que é acha importante eles aprenderem?**

Um estrangeiro nunca deve estar interessado em aprender/assimilar uma parte da cultura de um povo que entra em conflito com a sua própria cultura e princípios; deve sim, aprender a parte da cultura mais liberal que visa a interação entre os povos e a evolução da sua própria cultura.

**7. E em termos de legislação, o que é que considera importante esses comerciantes conhecerem?**

Devem aprender os pontos essenciais da nossa Lei Geral do Trabalho, o Código Penal Angolano e essencialmente (para evitarem cometer crimes sem saber), a Constituição da República de Angola no que concerne aos direitos e deveres dos estrangeiros, assim como as suas limitações.

## **ANEXO 8**

Português para a venda de mercadorias gerais e produtos plásticos

**NÍVEL ELEMENTAR**

**A1 E A2**

**QECR**

## INTRODUÇÃO

O manual *Português para a venda de mercadorias gerais e produtos plásticos* permite ao aluno praticar português prático, específico e pragmático e tem como público-alvo aprendentes chineses adultos de Português Língua Estrangeira de nível elementar residentes em Angola, que desenvolvem a sua atividade profissional nesta área específica.

O manual destina-se a aprendentes dos níveis A1 e A2 e visa desenvolver a competência de comunicação em situações do trabalho.

Contém uma grande diversidade de diálogos, organizados em unidades temáticas, que constituem o ponto de partida para a realização da comunicação, destinados a verificar a compreensão e a reutilizar vocabulário ou estruturas presentes nos textos. Cada unidade inclui, igualmente, atividades de comunicação em pares que permitem aos alunos praticar diálogos semelhantes aos que se encontraram no seu dia a dia. Além disso, o manual contém a gramática básica, vários tipos de exercícios escritos e orais, conteúdos culturais, legislativos e históricos de Angola.

O manual pode ser usado na sala de aula, para desenvolver a comunicação, a compreensão oral, a leitura e a escrita, mas também, por aprendentes que desejem aprender português comercial de forma autónoma.

## Unidade 1| Apresentação pessoal, profissional e de produtos

### 自我介绍和产品介绍

#### 1. Leia os textos de apresentação. (朗读下列自我介绍)

##### Francisco Wang

Bom dia! Chamo-me Francisco Wang, sou chinês e tenho 45 anos. Sou casado. Já estou aqui em Angola há 5 anos e moro na Cidade da China. Tenho uma licenciatura em materiais inovadores. Sou gerente da loja LEÃO, onde se vendem mercadorias gerais e plásticos desde o início de 2018. Sou responsável por todas as vendas de produtos.

##### Luís António

Boa tarde! O meu nome é Luís António. Sou angolano e tenho 32 anos. Vivo com a minha esposa em Benfica e tenho 2 filhos. Sou licenciado em gestão empresarial e ajudo o meu gerente na gestão do pessoal angolano. Trabalho na Loja LEÃO há mais de 3 anos.

##### Fábio Shen

Olá, tudo bem? Sou o Fábio Shen, natural da Jiangsu, China. Tenho 35 anos de idade. Sou solteiro. Trabalho em Angola há quase 10 anos e vivo no Zango, município de Viana. Tenho o ensino secundária. Sou vendedor na Loja LEÃO desde o ano passado. Todos os dias recebo clientes, negoceio preços e vendo produtos.

##### Susana Li

Bom dia! Chamo-me Susana Li. Sou da China e tenho 30 anos. Sou casada e tenho um filho. Atualmente moro no dormitório da Cidade da China. Formei-me no Instituto Técnico das Finanças da China e sou tesoureira. A minha função é faturar e cobrar. Trabalho na loja há 2 anos.

#### 1.1 Preencha o quadro com as informações dos textos. (根据课文内容填充)

	Francisco Wang	Luís António	Fábio Shen	Susana Li
<b>Nacionalidade</b>				
<b>Idade</b>				
<b>Estado civil</b>				
<b>Habilitações académicas</b>				
<b>Morada</b>				
<b>Cargo/Função</b>				

1.2 Selecione a opção correta conforme o exemplo. (根据例子, 进行 A,B 栏搭配选择)

Coluna A		Coluna B
1. O nome		a) Trabalho no/a, a minha função é
2. A nacionalidade		b) Sou solteiro(a)/casado(a)
3. A idade		c) Tenho.....anos
4. O estado civil		d) Sou de(a)
5. As habilitações académicas	1	e) Sou o...
6. A morada		f) Sou licenciado...Tenho uma formação...
7. O cargo		g) Moro/Vivo em...

1.3 Apresente-se aos colegas utilizando as palavras anteriores. (使用课文句型向同学介绍自己)

1.4 Coloque as palavras na coluna adequada. (用 X 填充)

Bom dia!		Até amanhã!		Olá, tudo bem?		Tchau!		Boa tarde!
Adeus!		Boa noite!		Até logo!		Oi, como vai?		

Quando nos encontramos (相遇时)	Quando nos despedimos (分别时)
------------------------------	-----------------------------

## 2. Fonética (语音)

2.1 Leia o alfabeto : (朗读下列音标)

### Alfabeto 字母表

Letra Minúscula	Letra Maiúscula	Pronúncia	Letra Minúscula	Letra Maiúscula	Pronúncia
a	A	á	n	N	ene
b	B	bê	o	O	ó
c	C	cê	p	P	pê
d	D	dê	q	Q	quê
e	E	é	r	R	erre
f	F	efe	s	S	esse
g	G	gê, guê	t	T	tê
h	H	agá	u	U	u
i	I	i	v	V	vê
j	J	jota	w	W	dáblio
k	K	Capa, cá	x	X	xis
l	L	ele	y	Y	ípsilon
m	M	eme	z	Z	zê

**2.2** Faça a leitura dos seguintes fonemas (vogais e consoantes) e observe as letras sublinhadas. (朗  
读下列元音音素, 观察划线字母的读音)

- a: [a] olá chamar angolano  
 [ɑ] dia  
 [ɛ] ela esta
- e: [ə] [e] responsável chinês  
 [i] [ə] empresarial  
 [ɔj] tenho

**2.3** Faça a leitura dos seguintes fonemas (vogais e consoantes) e observe as letras sublinhadas. (朗  
读下列辅音音素, 观察划线字母的读音)

- [b] bom  
 [d] dia  
 [p] produto  
 [t] tarde

**3. Veja as frases e preste atenção às palavras sublinhadas.** (读下列句子并留意划线单词)

- a) Eu sou gerente da loja.  
 b) Nós somos vendedores.

As palavras sublinhadas são pronomes pessoais sujeito. (划线单词是主语人称代词)

Pessoa gramatical	singular	plural
语法人称	单数	复数
1ª pessoa 第一人称	eu 我	nós 我们
2ª pessoa 第二人称	tu 你	vós 你们
3ª pessoa 第三人称	ele, ela (você, o senhor, a senhora)	eles, elas (vocês, os senhores, as senhoras)
	他, 她 (您, 这位先生、女士)	senhoras (他们, 她们 (您们))

**3.1** Substitua as palavras sublinhadas pelo pronome pessoal sujeito adequado. (用合适的主语人称代词填空)

- a) O Sr. Francisco Wang é gerente. \_\_\_\_\_ é gerente.  
 b) O Sr. Francisco Wang e o Fábio Shen são chineses. \_\_\_\_\_ são chineses.  
 c) Eu e a Susana Li somos da China. \_\_\_\_\_ somos da China.  
 d) A Susana Li é tesoureira. \_\_\_\_\_ é tesoureira.

**4. Faça a leitura das expressões abaixo e observe com atenção os elementos destacados. Em**

seguida, leia o quadro informativo. 朗读下列短语并留意划线单词。然后阅读下表。

o meu nome    a minha esposa    todos os dias    as palavras

um filho    uma licenciatura    uns clientes    umas informações.

Os elementos destacados anteriores são **Determinantes Artigos Definidos**.  
上述划线单词叫定冠词。通常置于普通名词、人名、地名、物主代词前以及时间和度量衡表达中。

Os **Determinantes Artigos Definidos** são sempre colocados antes de substantivos comuns, antropónimos, topónimos, possessivos, em expressões de tempo e de peso e medida.

Os elementos sublinhados anteriores são **Determinantes Artigos Indefinidos**.  
上述划线部分叫不定冠词。通常置于普通名词、专有名词、数词之前以及一些特殊用法。

Os **Determinantes Artigos Indefinidos** são sempre colocados antes de substantivos comuns, substantivos próprios, numerais e alguns casos especiais.

<b>Determinantes Artigos Definidos.</b>	Singular	Plural
定冠词	单数	复数
Masculino 阳性	o	os
Feminino 阴性	a	as
<b>Determinantes Artigos Indefinidos</b>		
	不定冠词	
Masculino 阳性	um	uns
Feminino 阴性	uma	umas

4.1 Complete as frases com os determinantes artigos definidos e indefinidos adequados. (用冠词或不定冠词填空)

- \_\_\_\_\_ Francisco Wang é gerente da loja.
- \_\_\_\_\_ Susana Li é tesoureira desta loja.
- \_\_\_\_\_ Luís António tem 2 filhos. \_\_\_\_\_ filhos não estudam agora.
- \_\_\_\_\_ Fábio Shen é solteiro, mas tem \_\_\_\_\_ filha e \_\_\_\_\_ filho.
- A menina tem \_\_\_\_\_ quinze anos.
- São no total \_\_\_\_\_ dez professoras.

5. Leia o seguinte diálogo. (朗读下列对话)

Na loja do LEÃO...

**Fábio Shen:** Bom dia, chamo-me Fábio Shen. Sou o promotor de vendas. Seja bem-vindo!

**Cliente:** Bom dia, muito prazer! Obrigado.

**Fábio Shen:** Senhor, posso ajudá-lo?

**Cliente:** Sim, queria saber se aqui vendem mesas plásticas ?

**Fábio Shen:** Sim, vendemos. Aqui está o nosso catálogo. Dispomos de vários tipos de mesas. Do que é que precisa? Uma mesa de jantar, lazer, salas de aula? Temos uma ampla gama de produtos: mesas brancas quadradas monobloco de bar, mesas desmontáveis para piscina, lanchonete, temos mesas retangulares para jardim, mesas para salas de aulas...

**Cliente:** Queria comprar umas mesas para eventos e um jogo para refeições ao ar livre.

**Fábio Shen:** Uma das opções disponíveis é o conjunto de 5 mesas pretas monobloco multiuso para festas e eventos. Essas mesas são práticas, ideais para uso em ocasiões especiais. Além disso, o jogo de mesa de jantar + 4 cadeiras de plástico dobráveis na cor preta é uma escolha elegante para refeições ao ar livre.

**Cliente:** Parece bem. Qual é a marca? Onde é fabricada?

**Fábio Shen:** É da marca “Arqplast”, fabricada no Brasil. Esta marca produz uma variedade de produtos de alta qualidade na categoria “Casas, Móveis e Decoração”.

**Cliente:** Como é a qualidade? São resistentes?

**Fábio Shen:** São. Porque os produtos são de plástico resistente, o que os torna leves, fáceis de limpar e ideais para uso exterior. Além disso, os produtos passam rigorosos testes de qualidade, e garantem a satisfação dos consumidores. Essas mesas apresentam diferentes tamanhos, formatos e cores, e proporcionam uma variedade de opções para combinar com a estética do seu espaço.

**Cliente:** Muito obrigado pela sua apresentação. Quanto é que custa?

**Fábio Shen:** Um conjunto de 5 mesas para eventos e o jogo de mesa de jantar + 4 cadeiras para refeições custam um milhão e duzentos mil kwanzas no total.

**Cliente:** Então, vou ficar com um conjunto de 5 mesas retangulares para festas e um jogo de mesas redondas para refeições ao ar livre. Posso pagar agora e levantar amanhã?

**Fábio Shen:** Claro. Nós trabalhamos de segunda a sexta, das 8h às 17h, e aos sábados das 8h às 12h. Aos domingos não trabalhamos.

**Cliente:** Ótimo! Muito obrigado.

**Fábio Shen:** De nada. Estamos aqui para o servir.

### 5.1 Responda às seguintes perguntas. (回答下列问题)

- Quem é o Sr. Fábio Shen?
- O que é que o cliente queria comprar?
- O que é que a loja tem para oferecer?
- Quais são as opções que o Fábio Shen propõe ao cliente?
- Onde é fabricado o produto?
- As mesas são de boa qualidade? Porquê?
- Qual é a marca das mesas?
- Qual é horário da loja?

### 5.2 Trabalho de pares. Cada um vai desempenhar um papel com base no diálogo. Em seguida, troquem os papéis. (同学互动, 各自扮演一个角色对话, 然后调换)

### 5.3 Traduza as seguintes palavras ou expressões de português para chinês. (翻译)

- a) Promotor \_\_\_\_\_ b) mesa plástica \_\_\_\_\_ c) catálogo \_\_\_\_\_

- d) dispor de \_\_\_\_\_ e) ampla \_\_\_\_\_ f) gama \_\_\_\_\_  
 g) quadrada \_\_\_\_\_ h)desmontável \_\_\_\_\_ i) retangular \_\_\_\_\_  
 j) um jogo de \_\_\_\_\_ k)opção \_\_\_\_\_ l) durável \_\_\_\_\_  
 m)marca \_\_\_\_\_ n) uma variedade de \_\_\_\_\_ o) qualidade \_\_\_\_\_  
 p)resistente \_\_\_\_\_ q)satisfação \_\_\_\_\_ r) consumidor \_\_\_\_\_  
 s) formato \_\_\_\_\_ t) proporcionar \_\_\_\_\_ u) custa \_\_\_\_\_  
 v)redonda \_\_\_\_\_ w)levantar \_\_\_\_\_ x)servir \_\_\_\_\_

## 6. Fonética (语音)

6.1 Faça a leitura dos seguintes fonemas (vogais e consoantes) e observe as letras sublinhadas. (朗读

下列元音因素并留意划线字母)

i: [ i ]    dia    chinês

o: [ o ]    nome

[ ɔ ]    nós

[ u ]    amigo    como

6.2 Faça a leitura dos seguintes fonemas (vogais e consoantes) e observe as letras sublinhadas. (朗读

下列辅音音素并留意划线字母)

[g]    gama    pagar

[k]    casa    conjunto

[m]    milhão    muito

[n]    na    no

## 7. Género e número do adjetivo e do substantivo. (形容词和名词的性和数)

bom dia                      boa tarde                      boa noite

bons dias                      boas tardes                      boas noites

	Adjetivo形容词	Substantivo名词
Masculino 阳性		
singular 单数	bom	dia
plural 复数	bons	dias
Feminino 阴性		
singular 单数	boa	tarde    noite
plural 单数	boas	tardes    noites

7.1 Complete as seguintes frases com “bom”, “boa”, “bons”, “boas”. (用 “bom”, “boa”, “bons”, “boas” 填空)

- a) O Sr. Fábio Shen é um \_\_\_\_\_ vendedor.
- b) A Susana Li é uma \_\_\_\_\_ tesoureira.
- c) Eles são \_\_\_\_\_ vendedores.
- d) Elas são \_\_\_\_\_ tesoureiras.

**8. Leia as frases, tendo em atenção as formas verbais destacadas. Depois, veja os Quadros. (朗读下列句子, 并留意划线动词, 然后阅读表格内容)**

- a) **Chamo-me** Luís António, **sou** angolano, **estou** na Cidade da China, **tenho** 2 filhos.
- b) Essas mesas **apresentam** diferentes tamanhos, formatos e cores.
- c) **Oferecemos** uma ampla gama de produtos.
- d) **Dispomos** de vários tipos de mesas.

Os verbos destacados estão no presente do modo indicativo para enunciar um facto no momento em que se fala ou indicar ações permanentes e/ou dadas como verdades universais. Todos os verbos terminam com -ar,-er, -ir ou -or. Os verbos, quando são usados, mudam as suas formas consoante os pronomes pessoais e o tempo. Este fenómeno chama-se conjugação do verbo. 划线的动词表示陈述式现在时, 表示现在习惯性、经常性发生的动作或行为, 或表示一种事实。所有动词均以ar、er、ir或or结尾。他们的形式随着主语人称代词和时间的变化而产生变化。

Verbos regulares -ar		-er	-ir
<b>规则动词</b>	<b>apresentar</b>	<b>vender</b>	<b>abrir</b>
eu	apresento	vendo	abro
tu	apresentas	vendes	abres
você, ele, ela	apresenta	vende	abre
nós	apresentamos	vendemos	abrimos
vós	apresentais	vendeis	abris
vocês, eles, elas	apresentam	vendem	abrem

Verbos irregulares	<b>chamar-se</b>	<b>estar</b>	<b>ser</b>	<b>ter</b>
不规则动词				
eu	chamo-me	estou	sou	tenho
tu	chamas-te	estás	és	tens
você, ele, ela	chama-se	está	é	tem
nós	chamamo-nos	estamos	somos	temos
vós	chamais-vos	estais	sois	tendes
vocês, eles, elas	chamam-se	estão	são	têm

**8.1** Complete o texto com as formas verbais adequadas. (用动词的适当形式填空)

- a) O Sr. Francisco Wang \_\_\_\_\_ (ser) gerente da loja e \_\_\_\_\_ (trabalhar) muito. Ele \_\_\_\_\_ (ter) um filho e uma filha. Todos os dias ele \_\_\_\_\_ (abrir) a loja, \_\_\_\_\_ (pôr) os produtos na prateleira e \_\_\_\_\_-os (vender).
- b) Eu \_\_\_\_\_ (ser) o vendedor e a Susana \_\_\_\_\_ (ser) a tesoureira. Nós \_\_\_\_\_ (ser) chineses.
- c) O Luís António \_\_\_\_\_ (ser) ajudante do gerente, o Fábio Shen \_\_\_\_\_ (ser) um vendedor. Eles \_\_\_\_\_ (trabalhar) todos os dias menos domingos. Todos eles \_\_\_\_\_ (ter) filhos.
- d) Eu \_\_\_\_\_ (chamar-se) Francisco Wang, ela \_\_\_\_\_ (chamar-se) Susana Li, nós \_\_\_\_\_ (chamar-se) Luís António e Fábio Shen, eles \_\_\_\_\_ (chamar-se) Francisco Wang e Fábio Shen.

**9. Construção de frases com a estrutura fornecida e depois fale com o (a) seu (sua) colega. (造句, 然后与同学对话)**

1. Dispomos de \_\_\_\_\_.
2. Oferecemos uma ampla gama de \_\_\_\_\_.
3. Uma opção disponível é \_\_\_\_\_.
4. \_\_\_\_\_ são práticas e duráveis, ideais para \_\_\_\_\_.
5. Além disso, \_\_\_\_\_ é uma escolha elegante para refeições ao ar livre.
6. Esta marca é conhecida por \_\_\_\_\_.
7. \_\_\_\_\_ são submetidos a rigorosos testes de qualidade.
8. Nós trabalhamos de segunda a sexta, das \_\_\_\_\_ às \_\_\_\_\_ e aos sábados das \_\_\_\_\_.
9. Proporcionamos uma variedade de \_\_\_\_\_.

**10. Apresente o seu produto ao(a) seu(sua) colega. (把你的产品介绍给同学)**

**11. Leia as frases e observe as palavras sublinhadas. (朗读下列句子并主义划线单词)**

- a) Já estou aqui em Angola há mais de 5 anos e moro na Cidade da China. Tenho uma licenciatura em materiais inovadores, sou gerente da loja LEÃO, onde se vendem mercadorias gerais e plásticos desde o início de 2018. Responsável por todas as vendas de produtos.
- b) É a marca “Arqplast”, fabricada no Brasil.
- c) Além disso, o jogo de mesa de jantar + 4 cadeiras de plástico dobráveis na cor preta é uma escolha elegante para refeições ao ar livre.

**11.1** Leia o quadro informativo.

Em português, as preposições <i>de</i> e <i>em</i> podem juntar-se com os determinantes artigos definidos e assumir as seguintes formas: 在葡语中, <i>de</i> 和 <i>em</i> 式与定冠词式可以合并的。				
	o	a	os	as
de	de+o=do	de+a=da	de+os=dos	de+as=das
em	em+o=no	em+a=na	em+os=nos	em+as=nas

**11.2** Complete as seguintes frases com as preposições (simples ou contraídas) em falta. (用前置词填空)

- a) O Francisco Wang nasceu \_\_\_\_\_ Shanghai, \_\_\_\_\_ dia 30 \_\_\_\_\_ Novembro.
- b) O Luís António é \_\_\_\_\_ Angola, trabalha \_\_\_\_\_ loja LEÃO \_\_\_\_\_ Cidade \_\_\_\_\_ China.
- c) O Fábio Shen, natural \_\_\_\_\_ Jiangsu, China. Tem 35 anos \_\_\_\_\_ idade. É solteiro. Trabalha \_\_\_\_\_ Angola por quase 10 anos e vive \_\_\_\_\_ Zango, município \_\_\_\_\_ Viana.
- d) Além disso, os produtos passam rigorosos testes \_\_\_\_\_ qualidade, garantindo a satisfação \_\_\_\_\_ consumidores.
- e) Eu acredito \_\_\_\_\_ meu irmão e \_\_\_\_\_ minhas irmãs.
- f) O livro é \_\_\_\_\_ minhas colegas, a bicicleta é \_\_\_\_\_ meus tios.

**12. Leia as seguintes frases a respeito de data e hora. (朗读下列关于日期和时间的句子)**

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| a) Em que ano estamos?           | Estamos em 2024.                                 |
| b) Em que ano chegaste a Angola? | Ceguei a Angola em 2010.                         |
| c) Em que mês estamos?           | Estamos em janeiro.                              |
| d) Em que mês chegaste a Angola? | Ceguei a Angola em novembro.                     |
| e) Que dia do mês é hoje?        | Hoje é o dia 2 de janeiro.                       |
| f) Que dia da semana é hoje?     | Hoje é terça-feira.                              |
| g) Que horas são?                | É uma hora<br>São duas horas.<br>São sete e dez. |
| h) A que hora começa o jogo?     | Começa às cinco e meia.                          |

13. Leia os meses e dias da semana do Quadro abaixo. (阅读下列关于月份个星期的表格)

Meses		Dias da semana	
janeiro	fevereiro	segunda-feira	terça-feira
março	abril	quarta-feira	quinta-feira
maio	junho	sexta-feira	sábado
julho	agosto		domingo
setembro	outubro		fim de semana
novembro	dezembro		

14. Observe as palavras destacadas e depois veja o Quadro que se segue. (留意下列划线单词, 然后阅读表格内容)

O nosso produto    os nostros clientes    a sua loja    as suas amigas  
 O vosso catálogo    os vossos consumidores    as vossas mesas  
 O seu colega    os seus amigos    o filho dele    a filha dela  
 O meu filho    a minha filha    os meus trabalhos    as minhas colegas

Pronomes pessoais retos		Pronomes possessivos		Pronomes pessoais retos		Pronomes possessivos			
主格人称代词		物主代词		主语人称代词		物主代词			
masculino阳性		feminino阴性				masculino阳性		feminino阴性	
eu	meu		minha	nós		nosso		nossa	
tu	teu		tua	vocês					
você				os senhores		vosso		vossa	
o senhor	seu		sua	as senhoras					
a senhora									
ele	dele			eles		deles			
	dela			elas				delas	

15. Preste a atenção às perguntas e observe as palavras sublinhadas. (注意下列句子观察划线单词)

- Qual é a marca?
- Onde é fabricada?
- Como é a qualidade?

Veja a informação no Quadro abaixo. 阅读下列表格。

As palavras destacadas são pronomes interrogativos utilizados para fazer perguntas. Além desses pronomes **interrogativos** anteriores, há mais expressões de perguntas. Os interrogativos são colocados no início da frase. 划线单词叫疑问代词，用于提问。

Interrogativos	Uso	Exemplo
Que	objeto ou pessoa	Que pessoa?
Quem	pessoa	Quem é você?
Qual	objeto ou pessoa	Qual <b>é a</b> marca?
Quanto	quantidade	Quanto custa?
Quando	tempo	Quando acaba o trabalho?
Onde	lugar	Onde fica a vossa loja?
Como	modo	Como está?

**15.1** Complete as seguintes frases com os interrogativos adequados. (用适当的疑问代词填空)

- \_\_\_\_\_ tipo de negócio estás a fazer? Vendes mercadorias gerais e produtos plásticos?
- \_\_\_\_\_ faz contas é a Sra. Susana Li.
- \_\_\_\_\_ é que fica a sua loja? É na Cidade da China?
- \_\_\_\_\_ pode transportar a mercadoria? É urgente.
- \_\_\_\_\_ é a profissão do Sr. Luís António?
- \_\_\_\_\_ é que se chama ? Ele é o Francisco Wang?
- \_\_\_\_\_ funcionários tem a vossa empresa?

**16.** Leia os seguintes numerais e preste atenção à sua grafia. (朗读下列数字)

### NUMERAIS CARDINAIS (基数词)

1 – um / uma	11 – onze	21 – vinte e um / uma	538 quinhentos e trinta e oito
2 – dois / duas	12 – doze	22 – vinte e dois / duas	100 trabalhadores (cem trabalhadores)
3 – três	13 – treze	30 – trinta	101 produtos (cento e um produtos)
4 – quatro	14 – catorze	40 – quarenta	1348 mil trezentos e quarenta e oito
5 – cinco	15 – quinze	50 – cinquenta	1036 mil e trinta e seis
6 – seis	16 – dezasseis	60 – sessenta	um milhão e duzentos mil kzs
7 - setembro	17 – dezassete	70 – setenta	um milhão de receitas
8 – oito	18 – dezoito	80 – oitenta	
9 – nove	19 – dezanove	90 – noventa	
10 – dez	20 – vinte	100 – cem	

17. Ouça o seguinte diálogo entre um cliente e o gerente Francisco Wang. (听下列对话)

**Francisco Wang:** Boa tarde, seja bem-vinda à nossa loja! Sou o Francisco Wang, gerente da Loja.

**Cliente:** Boa tarde, sr. gerente, obrigada.

**Francisco Wang:** Senhora, em que posso ajudar?

**Cliente:** Sim, estou a precisar de copos de café de vidro. Quero saber se aqui vende este tipo de copo?

**Francisco Wang:** Sim, temos copos de vidro com design de camada dupla para isolamento térmico, e sua bebida poder permanecer quente ou fria por períodos mais longos.

**Cliente:** Que bom. Então, o copo tem punho para fácil aderência?

**Francisco Wang:** Sim. A alça nesta xícara de café de vidro fornece uma aderência confortável e segura, e facilita a retenção e a bebida sem derramamentos.

**Cliente:** O material é ecológico?

**Francisco Wang:** Sim. O material é de vidro ecológico. Esta xícara de café é uma escolha sustentável para aqueles que se preocupam com o meio ambiente.

**Cliente:** Qual é o volume, o peso e o tamanho do produto?

**Francisco Wang:** O peso do produto, com a embalagem, é 163g e o tamanho é 8.5\*5.5\*9cm. O volume é de 250ml e a cor é transparente.

**Cliente:** Qual é a diferença entre o vosso copo e outros copos? Pode mostrar-me o produto?

**Francisco Wang:** O nosso copo é de vidro alto de borossilicato e mais resistente e forte que outros copos de vidro normais. As amostras estão aqui. Está interessada nelas?

**Cliente:** Hummm...Deixe-me ver... São boas. Já que estou aqui, vou ficar com um jogo, seis copos. Não quero perder mais tempo por aqui.

**Francisco Wang:** Ótima escolha, senhora. Vá a Caixa ao fundo para pagar, por favor.

**Cliente:** Ok, muito obrigado.

**Francisco Wang:** Não tem de quê. Volte sempre.

17.1. Responda, oralmente e por escrito, às seguintes perguntas. (用口头和书面回答下列问题)

- Quem é o Francisco Wang? \_\_\_\_\_.
- De que está a precisar a cliente? \_\_\_\_\_.
- Que tipo de copo tem a loja? \_\_\_\_\_.
- Qual é a vantagem da alça? \_\_\_\_\_.
- Porque é ecológico o material? \_\_\_\_\_.
- Qual é a diferença entre o copo desta loja e outros copos normais? \_\_\_\_\_.

17.2 Traduza as seguintes palavras e expressões de português para chinês. (把下列葡语翻译成汉语)

- |                             |                       |                        |
|-----------------------------|-----------------------|------------------------|
| a) copo de vidro _____      | b) tipo _____         | c) camada dupla _____  |
| d) isolamento térmico _____ | e) permanecer _____   | f) punho _____         |
| g) aderência _____          | h) confortável _____  | i) segura _____        |
| j) ecológico _____          | k) sustentável _____  | l) meio ambiente _____ |
| m) volume _____             | n) peso _____         | o) tamanho _____       |
| p) embalagem _____          | q) mostrar _____      | r) conter _____        |
| s) amostra _____            | t) transparente _____ | u) escolha _____       |

17.3 Oralidade. Simule o diálogo com o(a) colega. (根据对话内容与同学模拟对话)

17.4 Escreva um pequeno texto sobre o seu produto, utilizando as expressões do texto anterior. (利用文中表达法书写你简单的产品)

---

---

---

---

## 18. Fonética (语音)

18.1 Faça a leitura dos seguintes fonemas (vogais) e observe as letras sublinhadas. (朗读下列元音音素并注意划线字母)

u: [u] ajudar dupla

18.2 Faça a leitura dos seguintes fonemas (consoantes) e observe as letras sublinhadas. (朗读喜爱额辅音音素并留意划线单词)

[ɲ] senhor tamanho

[l] loja longo

[f] fria fácil

[v] vinda vidro

19. Leia as seguintes frases e observe as palavras destacadas. (朗读下列句子并注意划线单词)

- a) O gerente deu-te o contacto?
- b) Posso pagar-vos amanhã?
- c) Vou entregar-lhes as mesas hoje à tarde.
- d) O Fábio apresentou-nos os produtos.

As palavras sublinhadas são pronomes pessoais de complemento direto e indireto cujas formas átonas são as seguintes:

Pronomes pessoais 主格人称代词	Pronomes pessoais de complemento direto e indireto 非重读间接宾格人称代词
Eu	me
Tu	te
Ele	
Ela	
Você	lhe
O senhor	
A senhora	
Nós	nos
Vocês	
Os senhores	vos
As senhoras	
Eles	
Elas	lhes

20. **Construção de frases com os seguintes verbos.** (用下列动词造句)

precisar    vender    permanecer    fornecer    preocupar-se

mostrar    pagar

- a) \_\_\_\_\_.
- b) \_\_\_\_\_.
- c) \_\_\_\_\_.
- d) \_\_\_\_\_.
- e) \_\_\_\_\_.
- f) \_\_\_\_\_.
- g) \_\_\_\_\_.

21. **Leia o texto sobre Angola.** 朗读下面关于安哥拉的文章。

Angola

Angola, oficialmente República de Angola, é um País Africano de maior dimensão, com uma área de 1.246.700 Km<sup>2</sup>. O país tem 18 províncias, e os principais centros urbanos, para além de Luanda, são as cidades do Huambo, Lobito, Benguela e o Lubango. As províncias estão divididas em municípios, comunas, bairros e/ou povoações. Para mais informações sobre a divisão territorial e administrativa de Angola, consulte a página oficial do Governo de Angola.

Principais indicadores:

Nome oficial: República de Angola      Nacionalidade: Angolana

Data nacional: 11 de Novembro (Dia da Independência)

Capital: Luanda (2.571.861 habitantes / 8,330,000 habitantes na area metropolitana)

Cidades principais: Luanda, Huambo, Lobito, Benguela, Lubango, Namibe, Malanje e Cabinda

Língua oficial: Português

Principais línguas nacionais/regionais: Umbundu, Kimbundu, Kikongu, Fiote, Tchokwe, N'Ganguela e Kunhama

Moeda: Kwanza      População: 31 milhões de habitantes

Área total: 1.246.700 km<sup>2</sup>      Código Telefónico: +244

Esperança de vida: 52 anos

Fonte: <https://www.embangola.at/dados.php?ref=sobre-angola> (adaptado)

21.1. Indique se as afirmações são verdadeiras (V) ou falsas (F). (指出下列句子的对 (V) 错 (F) )

a) Angola é um país de pequena dimensão.

b) O país tem 20 províncias.

- c) O Dia Nacional da Independência é de 4 de fevereiro.
- d) O português é a língua nacional de Angola.
- e) Angola tem uma população de 14 milhões e uma área total de 1.246.700 metros quadrados.

**21.2** Apresente Angola ao(a) seu(sua) colega do lado, tendo como suporte do texto anterior. (根据上文内容把安哥拉介绍给你同学)

22. Faça a leitura ao seguinte texto sobre o Carnaval de Angola. (阅读关于安哥拉狂欢节的文章)

### O Carnaval de Angola

A maior manifestação cultural angolana, o Carnaval, vai decorrer em Luanda, de 18 a 21 de Fevereiro, onde prevê-se a participação de 13 grupos na classe A, 17 na infantil e cinco na classe B.

Histórias do Carnaval são muitas. Uma são em livros, outras ainda são parte da oralidade. Porém, todas elas têm um ponto em comum: serem a representatividade da maior festa do povo em Angola. E, como é comum, é na capital do país, Luanda, onde esta manifestação tem maior expressão.

O Carnaval é uma das festas populares em Angola. O povo comemora em todo o país, os grupos lúdicos participam de espetaculares desfiles de carros alegóricos e competem uns com os outros.

O destaque do Carnaval de Luanda não só é a presença de símbolos do passado e do presente de Angola, mas também é explosão de alegria e ritmos musicais. Os principais estilos musicais são o semba, a kabetula e a kazukuta.

“Hoje, estamos no século XXI e, obviamente, muitas coisas devem mudar em relação ao Carnaval do século XX. Agora há mais cor, mais alegria, mais folia”, considera o Poly Rocha, um dos rostos do grupo União Recreativo Kilamba.

Fonte: <https://www.embangola.at/dados.php?ref=cultura>  
<https://www.jornaleme.ao/carnaval-da-vitoria-maior-manifestacao-cultural-angolana/> (adaptado)

**22.1** Conheça melhor as seguintes palavras. (查询下列词义)

Carnaval      festa      populares      manifestação      comemora      desfiles  
destaque      estilos

**22.2** Complete as frases com as palavras anteriores. (用上述单词填空)

- a) O \_\_\_\_\_ é uma das \_\_\_\_\_ em Angola.
- b) Esta \_\_\_\_\_ cultural angolana tem maior expressão.
- c) O povo angolano \_\_\_\_\_ a festa todos os anos.
- d) A grande festa do povo angolano para este ano está marcada para sábado (18), com o \_\_\_\_\_

dos grupos infantis.

e) O \_\_\_\_\_ da festa de Luanda é a presença do passado e presente de Angola.

f) os grupos desfilam com trajes tradicionais, ao som de muitos \_\_\_\_\_ musicais.

**22.3** Conte o Carnaval de Angola ao(a) seu( sua) colega do lado. (向你同学介绍安哥拉狂欢节)

**23.** Leia o seguinte artigo da Lei Geral do Trabalho de Angola. (阅读安哥拉劳动法第 44 条)

**Artigo 44.º**

**(Formação e aperfeiçoamento profissional)**

**1.** A formação profissional destina-se de forma sistemática a dar aos trabalhadores formação geral teórica e prática com vista à obtenção duma qualificação, capacitação para o exercício das funções inerentes ao posto de trabalho ou aos de outros sectores de produção e serviços e à elevação do seu nível técnico profissional.

**2.** O aperfeiçoamento profissional ou formação profissional prática destina-se a permitir a adaptação permanente dos trabalhadores às mudanças das técnicas e das condições de trabalho e a favorecer a qualificação profissional.

«Lei Geral de Trabalho de Angola de 1981»

**23.1** Traduza as seguintes palavras ou expressões de português para chinês. (把下列葡语单词或词组翻译成汉语)

formação profissional                      destina-se                      formação teórica e prática  
com vista à                      obtenção                      qualificação e capacitação  
exercício de funções                      inerente ao                      posto de trabalho  
produção e serviço                      elevação                      nível técnico profissional  
aperfeiçoamento profissional                      adaptação à                      condição de trabalho  
favorecer                      qualificação profissional

**23.2** Complete as frases com os dados anteriores. (用上述单词或词组填空)

a) A formação profissional é obrigatória \_\_\_\_\_ obtenção duma qualificação.

b) O empregador deve dar aos trabalhadores a formação teórica e prática para o exercício das funções \_\_\_\_\_ posto de trabalho.

c) A Lei Geral do Trabalho de Angola \_\_\_\_\_ aos todos os trabalhadores em Angola.

- d) O aperfeiçoamento profissional permite aos trabalhadores para uma \_\_\_\_\_ do seu nível técnico profissional.
- e) A adaptação permanente às mudanças das técnicas \_\_\_\_\_ a qualificação profissional.

**AUTOAVALIAÇÃO**

SIM NÃO

**Falar** – Sou capaz de:

- me apresentar;
- apresentar os meus produtos;
- cumprimentar e despedir-me;
- dizer datas, horas, meses e dias da semana;
- dizer numerais cardinais;
- apresentar Angola;
- apresentar o Carnaval de Angola.

**Compreender** – Sou capaz de:

- ler, ouvir e compreender pequenos textos de identificação;
- ler, ouvir e compreender diálogos simples de apresentação pessoal e profissional;
- ler, ouvir e compreender diálogos simples de apresentação de produtos;
- ler e compreender o Artigo 44.º da Lei Geral do Trabalho de Angola.

**Escrever** – Sou capaz de:

- escrever pequenos textos de apresentação pessoal e profissional;
- escrever pequenos textos de apresentação sobre os meus produtos;
- escrever numerais cardinais.

**Gramática** – Sou capaz de utilizar:

- os pronomes pessoais sujeito;
- o verbo chamar-se no presente do modo indicativo;
- o verbo ser no presente do modo indicativo;
- o verbo ter no presente do modo indicativo;
- o verbo estar no presente do modo indicativo;
- os verbos regulares no presente do modo indicativo;
- os determinantes artigos definidos e indefinidos;
- a preposição de lugar em e a preposição de origem de;
- os pronomes pessoais possessivos;
- os interrogativos;
- os pronomes pessoais de complemento direto e indireto .