



Institut Pluridisciplinaire pour les Études sur les Amériques à Toulouse

**Les enjeux de la communication interculturelle :
Les différentes représentations sociales et culturelles
entre la France et le Brésil**

**Mémoire de
Raphaëlla ALLAIN**

Sous la direction de Madame RAMOND

Mémoire de Master 1 « Études sur les Amériques » - 12 crédits

Année universitaire 2019-2020

Remerciements

Je tenais à exprimer mes remerciements aux personnes qui m'ont apporté le soutien nécessaire à l'élaboration de ce mémoire.

Tout d'abord je remercie tout particulièrement ma directrice de mémoire madame Viviane Ramond pour avoir accepté mon projet, pour m'avoir encadrée, pour m'avoir suivie et encouragée tout au long de l'année, malgré les circonstances inhabituelles de crise sanitaire ainsi que la fermeture de l'université. Merci de m'avoir accordé de votre temps et d'avoir trouvé des solutions pour que tout se passe dans les meilleures conditions.

Mes remerciements vont également à ma famille, notamment à mon père et à ma mère qui ont eux-mêmes baigné dans la culture brésilienne et dans la culture française et qui nous les ont transmises à mon frère, mes sœurs et moi-même. Merci de m'avoir inspiré ce sujet.

Enfin, je remercie mes amis, et spécialement Léa, qui m'ont éclairés lorsque j'avais besoin d'aide ou de conseils.

Sommaire

Remerciements	2
Sommaire	3
Introduction	5
I - Communiquer dans son pays	7
1) La communication interpersonnelle	7
2) L'identité culturelle	11
3) Les différences culturelles	13
4) La notion d'interculturalité	14
II - L'image de l'Autre	16
1) Représentations sociales	16
a) Définition	16
b) Les constituants	17
c) La théorie du Noyau Central de Jean-Claude Abric	19
2) Notion de stéréotypes	20
a) Définition	20
b) Quelques exemples de stéréotypes sur les Français	23
c) Quelques exemples de stéréotypes sur les Brésiliens	24
III - Étude comparative entre la France et le Brésil	25
1) Différences socio-culturelles entre la France et le Brésil du point de vue théorique : la métaphore de la pêche et la noix de coco	25

2) Exemples de cas de différences socioculturelles entre la France et le Brésil	26
a) Salutations, échanges comportementaux et verbaux	27
b) Le rapport au temps	29
c) Le rapport à la religion	31
Conclusion	32
Projet et ouverture	34
Bibliographie	36
Sitographie	39

Introduction

Le Brésil est un pays multiculturel et multiethnique car sa population est en partie issue de l'immigration. En 1500, le Portugais Pedro Alvares Cabral découvre le Brésil et trente ans plus tard, le pays est colonisé par ses semblables. Quelques années plus tard, des Africains sont débarqués sur les côtes brésiliennes par milliers comme esclaves, pour travailler dans les plantations de canne à sucre. Lorsque finalement la traite négrière prend fin, en 1850¹, on note, de la part de certains intellectuels et gouvernants, une volonté de blanchir la population brésilienne : c'est l'arrivée en masse d'Européens (Italiens, Allemands, etc.). Au cours de la deuxième moitié du XIX^e siècle, des Syriens et des Libanais chrétiens arrivèrent aussi au Brésil, essentiellement pour des raisons religieuses. Soulignons, surtout à partir du début du XX^e siècle, l'entrée de Turcs, d'Arabes ou encore de Japonais.

Parmi les pays d'Europe ayant accueilli des immigrants, la France est le plus ancien. C'est notamment pour combler le manque de main-d'oeuvre, qu'à partir de la deuxième moitié du XIX^e siècle une immigration de masse débute. Celle-ci est d'abord frontalière (Allemands et Belges), puis elle se diversifie après la Première Guerre mondiale, pour subvenir aux besoins de reconstruction du pays. Aujourd'hui, il y a beaucoup de demandeurs d'asile venus d'Asie, d'Afrique ou encore d'Amérique Latine. Il y a également une affluence d'immigrés roumains et bulgares et de nombreux Tchétchènes qui se réfugient en France.

Après avoir été longtemps ignoré, le sujet de la communication interculturelle est aujourd'hui très étudié, en particulier dans les sphères anthropologiques, sociologiques, psychologiques mais aussi historiques, géographiques ou encore économiques. C'est notamment la barrière de la langue qui a pendant longtemps empêché la reconnaissance absolue de celle-ci, mais aujourd'hui elle devient un enjeu important pour beaucoup d'acteurs sociaux. C'est grâce à l'immigration, à l'internalisation de l'économie, au tourisme ou encore aux colloques scientifiques que les contacts entre cultures s'intensifient et permettent les occasions de rencontre. L'ampleur de ce phénomène requiert une étude sur différents

¹ L'esclavage ne s'achèvera qu'en 1888.

éléments tels que la communication interpersonnelle, l'identité culturelle, l'interculturalité, les représentations sociales ou les stéréotypes.

Ce mémoire est donc organisé en trois parties qui permettront de comprendre ce phénomène et de répondre aux questions suivantes : Qu'est-ce que la communication interpersonnelle ? Qu'est-ce que l'identité culturelle ? Qu'est-ce que la notion d'interculturalité ? Qu'est-ce que sont les représentations sociales ? Qu'est-ce que le concept de stéréotype ? Quelles sont les différences socioculturelles entre la France et le Brésil ?

Dans un premier temps, la partie « Communiquer dans son pays » permettra de comprendre des généralités sur la communication interpersonnelle, le concept d'identité culturelle, les différences culturelles et la notion d'interculturalité à travers l'étude de travaux faits par des sociologues, enseignants, philosophes ou encore des anthropologues.

Puis la seconde partie « L'image de l'autre » apportera un éclairage sur les représentations sociales, avec la théorie du Noyau Central de Jean-Claude Abric, ainsi que sur les stéréotypes. Elle sera illustrée par des exemples de stéréotypes courants sur les Français et sur les Brésiliens.

Pour finir, la troisième partie sera une étude comparative entre la France et le Brésil qui proposera d'analyser les différences socioculturelles entre ces deux pays : d'abord du point de vue théorique avec la métaphore de la pêche et de la noix de coco, puis en établissant des comparaisons concernant les salutations et les échanges des habitants de ces pays, leur rapport au temps et à la religion.

I - Communiquer dans son pays

L'être humain est en interaction continuelle avec son environnement. Il se développe, apprend et se connaît lui-même en étant en relation avec des gens appartenant à la même ou à une autre culture que la sienne. C'est ce qu'on appelle la communication interculturelle.

D'après Jean René Ladmiral, philosophe, et Edmond Marc Lipiansky, psychologue français, il s'agit de l'étude des relations et des interactions entre des personnes appartenant à des cultures distinctes².

Pour Alexander Frame, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, « la communication interculturelle implique un processus de médiation entre cultures différentes. [...] Une interaction est multiculturelle si elle mobilise des individus socialisés dans des cultures différentes »³.

Elle est donc définie comme une communication interpersonnelle où l'interaction est faite entre un émetteur et un récepteur issus de deux cultures dissimilaires.

Pour travailler sur ce sujet, il est primordial de se pencher d'abord sur des notions importantes telles que la communication interpersonnelle, l'identité culturelle, les différences culturelles ou encore l'interculturalité.

1) La communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle permet de savoir ce qui est en jeu, ce qui se passe entre deux ou entre plusieurs personnes.

Bruno Joly, enseignant français diplômé en sciences de l'éducation et spécialisé dans la communication, considère que la communication interpersonnelle est un échange entre deux personnes qui communiquent sous la forme de messages ou de codes⁴. On utilise cette communication lorsqu'on veut formuler une question, une demande, faire une remarque, soumettre une consigne, etc.

² Jean René Ladmiral, Edmond Marc Lipiansky, *La communication interculturelle*, Paris, Belles Lettres, 2015.

³ Alexander Frame, *Communication et interculturalité*, Paris, Hermès Sciences Publications Lavoisier, 2013, p. 284.

⁴ Bruno Joly, « La communication interpersonnelle », *La communication*, chapitre 2, Paris, De Boeck Supérieur, 2009, p. 11-68.

Les échanges entre individus impliquent, le plus souvent, la communication verbale qui, par définition est constituée de verbes, de mots et requiert l'utilisation de la voix⁵. Il y a un « émetteur » et un « récepteur ». L'émetteur est celui qui parle, il a une idée de message à transmettre, ce message a un effet sur le récepteur et celui-ci réagit suivant son ressenti. Certaines cultures, comme la française, valorise la communication verbale, il faut donc choisir avec soin les mots employés. Celle-ci permet de transmettre des informations qui seront complétées par les autres types de communication.

Il y a aussi la communication para-verbale qui désigne le ton employé, l'intonation utilisée, le rythme auquel l'individu en question parle, les moments de silence, les pauses, etc. La voix a une grande importance dans l'impression que les autres se font de nous. Le ton de la voix est souvent caractéristique de la confiance en soi. D'après James Bugental et Barbara Henker, chercheurs de l'Université de la Californie, les personnes les plus sûres d'elles-mêmes vont avoir tendance à s'exprimer avec un ton plus élevé, alors que celles qui ne sont pas sûres d'elles-mêmes se montreraient plus discrètes au niveau du ton de voix⁶. Ces dernières seront probablement moins efficaces et convaincantes dans différentes situations sociales. Cette caractéristique est quelque chose dont nous ne sommes pas toujours conscient. La vitesse avec laquelle une personne parle peut aussi avoir de l'importance, si celle-ci parle trop vite il sera difficile de la suivre, si elle parle trop lentement ou avec hésitation elle peut facilement perdre l'intérêt du récepteur.

La communication non-verbale est caractérisée par l'attitude que l'on adopte lors d'un échange entre émetteur et récepteur : la gestuelle, la posture qu'on prend, le mouvement du corps, par exemple, sont autant d'éléments à prendre en considération. Elle est plus subtile et plus efficace. Lorsque deux individus échangent en face à face, ils offrent une source d'information plus riche, notamment quand il s'agit de communication non-verbale qui apparaît déjà comme une source d'information supplémentaire. Cela permet également d'appréhender d'autres formes de communication, telles que les expressions faciales qui se révèlent être des outils de décodage notamment quand l'interlocuteur se trouve dans un environnement qui ne lui est pas familier. Notre expression faciale révèle beaucoup sur notre attitude vis-à-vis des autres. Un sourire communique parfois plus d'informations que de

⁵ Cependant il existe certains cas d'exception comme la langue des signes qui fait partie de la communication verbale mais ne nécessite pas forcément l'utilisation de la voix.

⁶ James Bugental, Barbara Henker, « Attributional antecedents of verbal and vocal assertiveness », *Journal of Personality and Social*, 1976, p.405-411.

simples mots par exemple. Mais il est nécessaire d'avoir une expression faciale en accord avec ce que l'on ressent pour être bien compris. Lorsque deux personnes communiquent, il est important d'être attentif aux gestes pour mieux percevoir les messages. Parfois le contexte culturel permet d'interpréter certains gestes, regards ou autres éléments de la communication non-verbale.

D'après une étude de Patrick Shrout⁷, professeur en psychologie à l'université Columbia, les personnes qui donnent une meilleure impression aux autres sont celles qui sont plus actives au niveau de la communication non-verbale.

L'expression des émotions lors d'une communication interpersonnelle peut être un paramètre important. Les émotions, que ce soit la peur, le plaisir ou encore l'ennui, sont universelles mais la façon de les exprimer varie selon l'individu en question. De plus, elles sont déterminées par notre culture. Dans certaines sociétés, il n'est pas accepté d'exprimer ses sentiments en public, cela s'apparente à un signe de faiblesse ou un manque de contrôle de soi. Dans d'autres, exprimer ses émotions en public ne pose pas de problème.

Ces trois types de communication se complètent et peuvent être modifiés par l'interlocuteur en fonction des contenus de la discussion, de la cible en question ou de la situation. Ils diffèrent également en fonction du contexte culturel, les messages verbaux ou non peuvent ne pas être compris de la même manière par des personnes appartenant à des cultures différentes, un regard ou un bruit peut être interprété différemment. Cela peut parfois aboutir à des malentendus interculturels.

D'après les travaux de Paul Watzlawick sur l'école Palo Alto⁸, on peut distinguer deux aspects de la communication, qu'elle soit verbale, para-verbale ou non-verbale : le contenu et la relation. Lorsque deux individus échangent, ils communiquent automatiquement du contenu. Ils transmettent des informations, ce qui a pour but d'établir et d'entretenir une relation avec l'interlocuteur. Sans communication, toute relation entre individus est donc impossible⁹.

⁷ Patrick Shrout, *Impression formation and nonverbal behaviors : effects of observer-target*, 1978.

⁸ Palo Alto : nom d'une ville de Californie et d'un courant de recherche des années 50 sur la psycho-sociologie.

⁹ Le mot du coach, « Les 5 principes de la communication interpersonnelle » [en ligne], 14 Août 2013. Disponible sur : <<http://lemotducoach.com/communication-interpersonnelle/>>. [Consulté le 12 Décembre 2019]

Catherine Kerbrat-Orecchioni, linguiste française spécialisée dans l'énonciation, explique que « les participants à l'échange communicatif construisent entre eux un certain type de relation, qui ne cesse d'évoluer au cours du déroulement de l'interaction »¹⁰.

Claude Duterme, psychothérapeute qui a travaillé sur la communication interne, notamment en entreprise, affirme :

« Lorsque nous pensons communication, en effet, il nous vient immédiatement à l'esprit l'idée de transmission d'informations, si possible mutuelle, entre deux ou plusieurs interlocuteurs. La communication est perçue généralement comme un échange, un partage plus ou moins bien réussi auquel est associé l'idée de meilleure compréhension ainsi que la connaissance partagée ou de rapprochement entre deux personnes »¹¹.

Cette définition confirme l'idée selon laquelle la communication interpersonnelle est une interaction entre deux individus qui échangent sous la forme de codes afin de transmettre un message. Elle est facilitée quand nous exprimons nos sentiments d'une façon directe.

Savoir communiquer avec des personnes qui ont des cultures différentes c'est également apprendre une nouvelle langue et découvrir ces personnes à travers le contact linguistique.

Pour ce faire, il est primordial de mettre en oeuvre une compétence culturelle, c'est-à-dire une capacité qui permet d'instaurer le contact avec l'étranger, sans éprouver de difficultés ou de chocs culturels qui pourraient nuire au bon déroulement de la communication. La sensibilité, la bonne volonté, l'humilité et la volonté d'apprendre sont des caractéristiques indispensables pour développer une compétence interculturelle. Une communication entre deux individus est efficace lorsqu'on comprend les autres cultures et leurs différences avec la nôtre.

Enfin, pour pouvoir communiquer et se reconnaître comme unité autonome, il est nécessaire d'installer une distance personnelle entre soi et la personne avec qui nous parlons et ce en fonction de la culture, des situations, des personnes et de ce que nous avons à dire. Les amis par exemple, ou les membres d'une famille se tiennent plus près l'un de l'autre que des inconnus. Lorsque nous interagissons nous pouvons vite nous sentir mal à l'aise ou

¹⁰ Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les actes de langages dans le discours : théories et fonctionnement*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 68.

¹¹ Claude Duterme, *La communication interne en entreprise : L'approche de Palo Alto et l'analyse des organisations*, Paris, De Boeck Supérieur, 2002.

distrain si nous sommes trop près l'un de l'autre. C'est pourquoi il est important de garder la distance idéale entre émetteur et récepteur.

La façon de se tenir peut aussi être révélatrice de nos pensées. Par exemple, positionner ses jambes à l'opposé de la personne avec qui nous parlons lorsque nous sommes assis laisse penser que nous n'avons pas envie d'entretenir plus longtemps cette conversation. Faire un pas en avant vers une personne peut être une preuve d'envie alors qu'un pas en arrière de refus. Un mouvement de balancier avec nos jambes peut témoigner d'un état de stress.

Pour ce qui est de l'espace personnel d'un individu, il commence là où celui d'autrui se termine. En instaurant cette distance chacun construit et protège son identité. C'est à travers les interactions avec autrui que chaque personne confirme sa personnalité.

2) L'identité culturelle¹²

Pour définir la communication interculturelle, il est d'abord nécessaire de comprendre ce qu'est l'identité culturelle. D'après Askar Jumageldinov, il s'agit de l'ensemble des éléments de culture par lequel une personne ou un groupe se définit¹³.

Le Dictionnaire en ligne *Graine de paix* propose une autre définition :

« *L'identité culturelle est ce par quoi se reconnaît une communauté humaine (sociale, politique, régionale, nationale, ethnique, religieuse, etc.) en termes de valeurs, de pensées et d'engagement, de langue et de lieu de vie, de pratiques, de traditions et de croyances, de vécu en commun et de mémoire historique* »¹⁴.

L'identité culturelle est donc variable et évolue en même temps que l'histoire d'un pays et de sa culture. Elle est également changeante lorsqu'il s'agit de celle d'une personne. Elle varie selon la ou les culture(s) dont sont issus les parents, elle est transmissible, parfois

¹² Sélim Abou, « Concept de l'identité culturelle » *L'identité culturelle. Relations interethniques et problèmes d'acculturation*. Paris, Anthropos, p.30-31.

¹³ Askar Jumageldinov, « *Diversités culturelles et construction identitaire chez les jeunes appartenant aux différents groupes ethniques au Kazakhstan. Approche comparative.* », thèse de doctorat en psychologie, sous la direction de Mohamed Lahlou, Lyon, Université Lumière Lyon 2, 2009.

¹⁴ *Graine de paix*, « Identité culturelle » [en ligne]. Disponible sur : https://www.grainesdepaix.org/fr/ressources-de-paix/dictionnaire-education-paix/identite_culturelle#:~:text=L'identit%C3%A9%20culturelle%20est%20ce,commun%20et%20de%20m%C3%A9moire%20historique. [Consulté le 7 Mai 2020]

apprise mais n'est pas innée. Elle peut s'enrichir par le biais des voyages, des lectures, des dialogues ou en côtoyant des gens de culture différente.

Chaque génération reçoit de celle qui l'a précédé un répertoire de connaissances propres à la culture du groupe. Chaque groupe attribue ses propres règles et ses propres valeurs à ces connaissances ce qui permet d'enrichir son répertoire culturel. Elles sont transmises par l'intermédiaire de la langue commune au groupe.

D'après la professeure québécoise Mariette Thériault, l'identité culturelle est mouvante : « L'identité culturelle passe donc par de constantes redéfinitions, ce qui signifie qu'elle peut être fréquemment sujette à révision »¹⁵. Elle évolue lorsqu'on établit des rapports avec un environnement externe.

Selon Sélim Abou, écrivain, philosophe et anthropologue Libanais¹⁶, l'identité culturelle est un phénomène qui est déterminé par l'appartenance culturelle et qui repose sur des facteurs tels que les origines, les traditions, la langue, la religion, etc.

Chaque pays est caractérisé par sa propre identité culturelle. Chaque personne construit son identité culturelle en s'inspirant des éléments de l'identité collective à laquelle elle appartient. L'identité collective est construite en grande partie sur le partage, l'échange et la transmission d'une culture ; elle est à l'origine de représentations socioculturelles qui sont déterminées, d'une part par le pays en question et ses habitants et, d'autre part, par la vision que les autres pays ont de ce dernier.

Jean René Ladmiral et Edmond Marc Lipiansky expliquent que « [...] dans chaque société et dans chaque situation historique, un cadre peut apparaître plus particulièrement apte à la définition d'une identité culturelle »¹⁷. Cette dernière repose également sur des éléments subjectifs de représentation sociale qui définissent une société tels que les stéréotypes, les mythes originaires, etc. C'est donc un phénomène qui est caractérisé par l'appartenance culturelle d'un individu ou d'un groupe.

Selon Askar Jumageldinov, « l'identité culturelle se fonde sur différentes valeurs acquises qui, toutes réunies, forment un particularisme que partagent d'autres membres de la

¹⁵ Mariette Thériault, *Revue des sciences de l'éducation de McGill*, vol.33, Québec, Faculty of Education, 2008, pp. 267-268.

¹⁶ Sélim Abou, « Concept de l'identité culturelle », in *L'identité culturelle. Relations interethniques et problèmes d'acculturation*. Paris, Anthropos, 1986, pp.30-31.

¹⁷ Jean René Ladmiral, Edmond Marc Lipiansky, *La communication interculturelle*, Paris, Belles Lettres, 2015.

société »¹⁸. On partage une culture avec un groupe de personnes et il est essentiel pour ce groupe de composer sa propre identité dans le but de se distinguer des autres. Chaque membre de ces groupes perçoit son identité lorsqu'il est confronté à des cultures différentes de la sienne. Cette identité se construit par la similitude mais aussi par l'altérité.

3) Les différences culturelles

La conscience identitaire naît lorsque l'individu perçoit l'autre comme différent. L'identité suppose alors la différenciation avec autrui. Dans ce cas, reconnaître des différences c'est admettre qu'il y a d'autres références, d'autres coutumes et différentes façons de voir le monde. L'individu devient lui-même au contact des autres, tout en prenant conscience de sa spécificité et de sa pluralité.

Les travaux de Mondher Kilani, anthropologue suisse, sont intéressants pour aborder le thème des différences culturelles. En effet, dans l'un de ses ouvrages, il affirme que « l'assignation d'une identité culturelle à l'autre sert à identifier et à séparer le Nous du Eux »¹⁹. Celle-ci se construit, comme nous l'avons indiqué précédemment, par la différenciation avec autrui mais aussi dans un mouvement d'extension croissante où l'individu accède à la conscience de soi. Lorsqu'un groupe a sa propre identité sociale et culturelle il se différencie automatiquement des groupes ayant une identité sociale et culturelle distincte. Les différences culturelles peuvent alors avoir un impact et affecter la communication et l'échange entre deux personnes qui appartiennent à des cultures dissimilaires.

Jean-René Ladmiral et Edmond Marc Lipiansky considèrent que la différence culturelle peut apparaître comme faisant obstacle à la communication ; en fonction de l'identité de l'interlocuteur, un certain mode d'échange, un certain registre de discours, certains thèmes vont paraître « convenables » et d'autres non²⁰.

Lorsqu'on parle de groupe social, il ne s'agit pas forcément d'individus qui vivent dans le même pays. Souvent, au sein d'un même pays on peut retrouver différentes cultures selon les régions ou selon les groupes.

¹⁸ Cf. p4, n°10.

¹⁹ Mondher Kilani, « L'inhumanité de l'autre ? » *Notes introductives sur quelques concepts clés*, in R. Gallissot, M. Kilani, A. Rivera *L'imbroglie ethnique*, Lausanne, Payot, 2000, p.25.

²⁰ Jean René Ladmiral, Edmond Marc Lipiansky, *La communication interculturelle*, Paris, Belles Lettres, 2015.

Si les différences culturelles apparaissent comme un obstacle, elles peuvent être à l'origine de la peur de l'autre, du rejet, de stéréotypes ou encore de discriminations. Fons Trompenaars et Charles Hampden-Turner, deux spécialistes anglais des questions interculturelles, affirment que les différences culturelles sont « des écarts de nature entre les comportements de différents groupes, justifiés par des différences en matière de valeurs »²¹.

Claude Lévi-Strauss, anthropologue français, publie en 1952 *Race et Histoire* dans lequel il démontre que lorsqu'on rejette une forme de culture étrangère c'est pour essayer de se protéger contre la menace que représente l'autre communauté face à notre manière de vivre, à notre identité et à nos valeurs²². *A contrario*, les différences culturelles peuvent aussi être des atouts économiques, politiques et sociaux. Dans ce cas-là, elles peuvent apparaître comme des ressources qui créent une certaine interdépendance entre les différentes régions du monde.

Les relations entre différentes cultures nécessitent un respect mutuel. En cas de désaccord le dialogue est essentiel.

4) La notion d'interculturalité

La culture permet de communiquer avec autrui. À travers une culture, on développe des attentes en ce qui concerne l'attitude de nos semblables.

D'après Valentina Crispi, spécialiste italienne de l'interculturalité, les sociétés sont sans cesse transformées par les flux migratoires et la mondialisation, ce qui génèrent des transformations sur les plans démographiques et culturels²³.

Selon le *Larousse* l'interculturalité est :

« une reconnaissance, puis un dialogue et un enrichissement réciproque des cultures. Il s'agit de dépasser les stéréotypes attachés à la vision des autres, des étrangers, considérés comme des

²¹ Charles Hampden-Turner, Fons Trompenaars, *Au-delà du choc des cultures. Dépasser les oppositions pour mieux travailler ensemble*, Organisation Paris, 2003.

²² Claude Lévi-Strauss, *Race et Histoire*, Paris, Unesco, 1952.

²³ Valentina Crispi, « L'interculturalité », *Le Télémaque*, numéro 47, Caen, Presses universitaires de Caen, 2015, p.17-30.

populations sans culture digne de ce nom ou, au contraire, aux particularismes culturels et raciaux trop marqués »²⁴.

Ce terme suppose qu'il y ait des relations et des échanges entre cultures distinctes, il encourage un dialogue entre ces dernières.

Jennifer Kerzil, enseignante-chercheuse française en psychologie, propose une autre définition de l'interculturalité :

« L'interculturalité serait l'ensemble des processus - psychiques, relationnels, groupaux, institutionnels... - générés par les interactions de cultures, dans un rapport d'échanges réciproques et dans une perspective de sauvegarde d'une relative identité culturelle des partenaires en relation » ²⁵.

Pour communiquer avec des membres d'une culture différente que la sienne le respect et l'ouverture pour la culture de l'autre sont essentiels.

L'interculturalité est intimement liée au concept d'interaction et peut être perçue comme un processus de rencontre et de transformation entre des cultures distinctes. On constate ces interactions au niveau national mais également professionnel, etc. C'est une compétence nécessaire pour mener à bien les tâches et les activités dans des situations de communication. C'est un processus qui demande d'éliminer certaines barrières présentes entre les individus.

Elle dépend des cultures en présence, des hiérarchies sociales, des différences économiques, des obstacles communicatifs, d'autres phénomènes comme les migrations, l'expansion des moyens de communication ou encore de l'influence des représentations sociales et des stéréotypes.

²⁴Larousse, « Interculturalité » [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/interculturalit%C3%A9/178843>. [Consulté le 19 Mai 2020].

²⁵ Jennifer Kerzil, « L'éducation interculturelle en France : un ensemble de pratiques évolutives au service d'enjeux complexes », *Carrefour de l'éducation*, numéro 14, Malakoff, Armand Colin, 2002, p.120-129.

II - L'image de l'Autre

Nous avons toujours besoin de savoir à quoi nous en tenir avec le monde qui nous entoure. Il faut bien s'y ajuster et le maîtriser à la fois physiquement et mentalement. C'est pourquoi nous fabriquons des représentations. Elles nous guident dans la façon de nommer et de définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours.

1) Représentations sociales

a) Définition

De nombreux chercheurs de psychologie sociale, de sociologie ou d'anthropologie se sont intéressés à ce sujet, le premier d'entre eux étant le sociologue Émile Durkheim, qui a défini les représentations sociales comme étant des représentations collectives²⁶. D'après lui, elles sont créées par la société et constituent la matière de la conscience collective, elles permettent aux individus de vivre en communauté et de comprendre ensemble le monde.

Ses analyses ont été reprises en 1961 par Serge Moscovici, psychologue social français, qui a élaboré une théorie nous permettant d'accéder à une étude plus poussée des représentations sociales.

Selon lui, « la représentation sociale est un mode de connaissance construit collectivement, destinée à organiser les conduites et orienter les communications à propos d'un objet »²⁷.

Les représentations sociales sont constituées de divers éléments tels que, par exemple, les attitudes, les idéologies, les croyances, les valeurs d'un individu. Cela permet aux groupes sociaux d'expliquer la réalité, de justifier leurs choix et de créer leur propre identité sociale. Elles permettent également aux individus de mieux comprendre de quelle manière ils se perçoivent eux-mêmes et comment ils perçoivent les autres. Elles divergent d'une société à une autre et d'une culture à une autre.

²⁶ Émile Durkheim, *Revue de Métaphysique et moral*, Paris, Presses universitaires de France, 1898.

²⁷ Op. cit. p37.

Jean René Ladmiraal et Edmond Marc Lipiansky partagent la même définition des représentations sociales que Serge Moscovici car pour eux elles sont liées aux appartenances de l'individu et à sa propre identité ²⁸.

D'après Denise Jodelet, universitaire française spécialiste du sujet, la représentation sociale peut être définie comme « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social »²⁹.

Geneviève Zarate, chercheuse en psychologie sociale, explique que les représentations sociales sont reliées à l'appartenance des individus à des groupes divers. Ces appartenances permettent à chacun de créer sa propre connaissance de la réalité. D'après elle, « comprendre une réalité étrangère c'est expliciter les classements propres à chaque groupe et identifier les principes distinctifs d'un groupe par rapport à un autre »³⁰.

Ces représentations ont différentes fonctions. D'abord elles facilitent la communication et instaurent un climat d'échanges et de partages avec autrui ; elles permettent de comprendre et d'expliquer la réalité. Ensuite, elles guident le comportement à adopter en tant qu'individu appartenant à un groupe social ; elles permettent aussi de justifier les prises de positions et les attitudes. Enfin, elles définissent l'identité d'un groupe social.

Parler des représentations sociales c'est en fait parler des images et des valeurs collectives.

b) Les constituants

Selon les professeurs de psychologie sociale Patrick Rateau et Grégory Lo Monaco, les représentations sociales sont un ensemble d'éléments cognitifs. Cet ensemble présente plusieurs caractéristiques : il est organisé, les éléments interagissent et sont structurés. Cet ensemble est partagé, notamment par des individus appartenant à un même groupe social. Il est collectivement produit par les échanges entre individus mais aussi par la communication

²⁸ Jean René Ladmiraal, Edmond Marc Lipiansky, *La communication interculturelle*, Paris, Belles Lettres, 2015.

²⁹ Denise Jodelet, *Représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie*, Paris, Presses universitaires de France, 1984, p36.

³⁰ Geneviève Zarate, *Représentations de l'étranger et didactique des langues*, Paris, CREDIF, 1993.

de masse ; cette production collective permet le partage des éléments qui constituent une représentation sociale. Et il est socialement utile³¹.

D'après Émile Durkheim, il existe deux types de représentations sociales qui s'opposent. Les représentations collectives, qui sont transmises de façon stable et qui découlent de la société dans sa globalité, et les représentations individuelles qui sont éphémères et qui découlent de la conscience propre de chacun³².

Pour Serge Moscovici il ne faut pas opposer les représentations collectives à celles individuelles. D'après lui, il existe trois types de représentations sociales. Les représentations hégémoniques qui sont partagées par des membres appartenant à un même parti, à une même nation ou résidant dans une même ville ; elles peuvent être assimilées aux représentations collectives. Les représentations émancipées qui sont le fruit de connaissances et d'idées répandues par des sous-groupes. Elles sont le résultat d'échanges et de partages d'un ensemble d'éléments et de symboles. Elles sont autonomes, d'où leur nom de « représentations émancipées ». Enfin, les représentations polémiques qui sont surtout exprimées lors de conflits sociaux, c'est-à-dire lorsque deux groupes ne partagent pas les mêmes idées³³.

Luciana De Melo est plus précise sur le sujet :

« [...] dans les sociétés occidentales ce sont les personnes et les médias qui détiennent le savoir et qui contribuent à fabriquer les représentations sociales. Ces créateurs de représentations sont des enseignants, des manuels scolaires, des médecins, ou encore des médias »³⁴.

³¹ Grégory Lo Monaco, Patrick Rateau, Sylvain Delouée, *Les représentations sociales*, De Boeck Supérieur, Université Paris, 2016.

³² Émile Durkheim, *Représentations individuelles et collectives. Sociologie et Philosophie*, Paris, Presses universitaires de France, 1974,

³³ Serge Moscovici, « Des représentations collectives aux représentations sociales : éléments pour une histoire », cf. ouvrage sous la direction de Denise JODELET, *Les Représentations sociales*, chapitre 2, Paris : Presses universitaires de France, 1ère édition, 1989, pp. 62-86.

³⁴ Luciana De Melo, « *France : entre rêve et réalité. Les représentations de quatre femmes de ménage brésiliennes* », Mémoire de master 2 recherche, sous la direction de Cyril Trimaille, Grenoble, Université Grenoble Alpes, 2015.

c) La théorie du Noyau Central de Jean-Claude Abric³⁵

Jean-Claude Abric, psychologue social français, théorise en 1976 les représentations sociales à partir d'une hypothèse qui est celle du noyau central. D'après lui, une représentation sociale est « un ensemble organisé de croyances, d'informations et d'opinions au sujet d'un objet donné »³⁶. Il affirme que les représentations sociales ont 4 fonctions : justifier nos choix et attitudes, définir l'identité de chacun tout en préservant la spécificité du groupe, comprendre et expliquer la réalité et permettre aux individus d'anticiper et de produire des attentes mais également de fixer ce qu'il est possible de faire³⁷.

Tous les éléments d'une représentation n'ont pas la même importance. Il affirme que les représentations sociales sont structurées par un noyau central et des éléments périphériques. Le noyau central est le coeur de la représentation sociale, il définit son identité et il constitue la base commune aux groupes. Il est formé d'éléments centraux qui sont indissociables de la représentation qu'on se fait de quelque chose. Il permet de comprendre le sens commun d'un objet. Le noyau central est résistant au changement et assure la durabilité d'une représentation. Lorsqu'il y a des éléments centraux, il y a également des éléments périphériques qui dépendent du noyau central. C'est grâce à ces derniers que chaque individu s'approprie et peut changer les représentations sociales. Ils permettent aussi à une représentation de s'adapter aux contextes. Par exemple, ils vont permettre de savoir quel comportement adopter en fonction de la situation. Le système périphérique varie en fonction de l'individu, du contexte et de son adaptation³⁸.

Pour illustrer la théorie du Noyau Central de Jean-Claude Abric prenons l'exemple des études. Les étudiants ont une représentation sociale des études ce qui fait d'elles un objet social. Les connaissances acquises lors de ces études seraient alors l'élément central du noyau, qui serait complété par des éléments appartenant au système périphérique de ce noyau tels que les bibliothèques, les cours, les révisions ou encore les examens. Ces éléments

³⁵ Jean-Claude Abric, *Pratiques sociales et représentations*, Decitre, Psychologie sociale, 2001.

³⁶ Jean-Claude Abric, *Pratiques sociales et représentations*, Paris, Presses universitaires de France, 1994, p.94.

³⁷ Jean-Claude Abric, *Coopération, compétition et représentations sociales*, Cousset Fribourg, DelVal, 1987.

³⁸ Jean-Claude Abric, « La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. » In J.-C. Abric (Ed.), *Méthodes d'étude des représentations sociales*, Ramonville Saint-Agne, Erès, 2003, p.59-80.

périphériques ne prennent de la valeur et du sens qu'en fonction de l'élément central, c'est-à-dire ici, les connaissances. L'objectif lorsqu'on étudie est de vouloir assimiler des connaissances, si ce n'est pas le cas, les études n'ont pas de sens et les éléments périphériques (cours, examens, révisions etc.) apparaissent comme une accumulation d'éléments incohérents et inutiles.

Cette méthodologie permet d'analyser les phénomènes de société à travers les représentations sociales. Autre phénomène de société qui découle des représentations sociales et culturelles ; les stéréotypes. Mais que signifie ce terme ?

2) Notion de stéréotypes

L'homme en société ressent ce besoin de classer les individus, de catégoriser le monde, c'est-à-dire d'indiquer ce qui appartient au « nous » et ce qui fait partie du « hors nous ». Il est également nécessaire pour lui de rapporter ce qu'il voit à des modèles préexistants, pour lui c'est un mécanisme naturel de défense. C'est ce qu'on appelle le processus de catégorisation sociale. C'est ce processus et l'imaginaire collectif, c'est-à-dire les croyances populaires, qui sont à l'origine des stéréotypes. Ils sont ensuite transmis de génération en génération sans forcément être reconsidérés.

D'après la professeure Lucy Bagnet, ce processus de catégorisation sociale implique obligatoirement des « stéréotypes à l'intérieur de chacune des catégories qui par conséquent vont accentuer les contrastes entre les catégories »³⁹. Ils font partie du bagage culturel de chacun, ils sont naturels et sains.

a) Définition

Si l'on s'en tient à l'étymologie le mot « stéréotype » vient du grec *stereos*, qui signifie « dur », « solide », et *typos* qui se définit par « gravure » ou encore « modèle »⁴⁰.

³⁹ Lucy Bagnet, Thierry Guilbert, *Discours en contextes*, Paris, Presses universitaires de France, 2011.

⁴⁰ Virginia Drummond-Guitel, *Déjouez les pièges des relations interculturelles*, Le Mans, Gereso, 2008, p.70.

Pour Georges Schadron, professeur de psychologie sociale⁴¹, c'est le journaliste américain Walter Lippmann qui est le premier à avoir introduit cette notion dans l'une de ses œuvres. Il affirme que les stéréotypes sont des croyances partagées, des représentations toutes faites et préexistantes, à travers lesquelles on filtre la réalité. Elles sont indispensables à la vie en société⁴² et sont transmises en même temps que tous les autres aspects de notre culture.

Le *Larousse* propose trois définitions du stéréotype :

« 1. Un cliché obtenu par stéréotypie. 2. Une expression ou une opinion toute faite, sans aucune originalité, cliché. 3. Une caractérisation symbolique et schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements de routine »⁴³.

Nous voyons bien qu'il peut prendre plusieurs formes, allant du simple cliché, aux idées, en passant par les expressions jusqu'aux jugements de valeurs.

Selon Louis-Marie Morfaux, professeur agrégé de philosophie, la définition des stéréotypes est la suivante :

« clichés, images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social (famille, entourage, études, professions, fréquentations, médias de masse, etc.) et qui déterminent à un plus ou moins grand degré nos manières de penser, de sentir et d'agir »⁴⁴.

Comme dans le *Larousse*, on retrouve cette idée de « cliché ». Cette notion est associée à l'idée de reproduction de masse, de tirage massif et de fixité. Même si certains rapprochent le stéréotype au cliché, soulignons que ces deux termes ne sont pas synonymes.

Gustave-Nicolas Fischer, professeur français de psychologie, donne une définition du stéréotype dans laquelle apparaît également cette idée de cliché :

« Manières de penser par clichés, qui désignent les catégories descriptives simplifiées basées sur des croyances et des images réductrices par lesquelles nous qualifions d'autres personnes ou d'autres groupes sociaux, objets de préjugés »⁴⁵.

⁴¹ Georges Schadron, « De la naissance d'un stéréotype à son internalisation », *Cahiers de l'Urmis* [En ligne], 10-11 | décembre 2006, mis en ligne le 15 décembre 2006. Disponible sur : <<http://journals.openedition.org/urmis/220>>. [Consulté le 16 Juillet 2020].

⁴² Walter Lippmann, *Public Opinion*, Writing in Book Highlighted, 1997.

⁴³ *Larousse*, « Stéréotype » [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/st%C3%A9r%C3%A9otype/74654>. [Consulté le 9 Juin 2020].

⁴⁴ Ruth Amossy, *La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine*, Littérature, 1989, p.29-46.

⁴⁵ Gustave-Nicolas Fischer, *Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Paris, Dunod, 1996, p 133.

Lorsqu'il est associé au cliché, dans l'imaginaire collectif, le stéréotype a un sens péjoratif. Il renvoie à des images réductrices et à des phrases toutes faites telles que : les femmes ne savent pas conduire, les hommes ne savent faire qu'une chose à la fois, etc. Quand ce n'est pas le cas, les stéréotypes sont juste des croyances partagées, sans avoir nécessairement un sens péjoratif.

D'après Ruth Amossy, professeure française émérite à l'université de Tel Aviv, et Anne Herschberg-Pierrot, professeure à l'université Paris 8, les stéréotypes sont souvent péjoratifs et ils favorisent une vision schématique et déformée de l'autre, ce qui entraîne des préjugés⁴⁶. Ils peuvent être réducteurs et nocifs dans l'imaginaire collectif.

Mais il faut nuancer ces termes, un stéréotype est une croyance, une opinion sur un groupe alors qu'un préjugé est une attitude, souvent négative, que l'on adopte face à ce groupe.

Le *Larousse* donne deux définitions du préjugé :

« 1. Jugement sur quelqu'un, quelque chose, qui est formé à l'avance selon certains critères personnels et qui oriente en bien ou en mal les dispositions d'esprit à l'égard de cette personne, de cette chose. 2. Opinion adoptée sans examen, souvent imposée par le milieu, l'éducation »⁴⁷.

Marinette Matthey, psycholinguiste, affirme que le stéréotype est utilisé pour diverses raisons : simplifier la réalité en transmettant des outils pratiques pour interpréter le monde ; aider à la construction du « nous » par opposition à « eux » et approuver ou rejeter les modes de pensée, les valeurs ou les façons d'agir d'autrui⁴⁸.

C'est notamment à cause du choc culturel que les individus ont tendance à recourir aux stéréotypes. Ce choc culturel apparaît sous la forme d'affirmations telles que « Les Français sont ... ».

Une fois qu'il y a une relation interculturelle les stéréotypes ne sont pas durables. Il faut donc construire une base de valeurs communes à l'Autre pour faciliter la communication et dépasser les stéréotypes.

⁴⁶ Jacqueline Dahlem, « Stéréotypes et clichés », *Perspectives croisées sur l'immigration*, Mots, Les langages du politique, 1999, p. 171-173.

⁴⁷ *Larousse*, « Préjugé » [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pr%C3%A9jug%C3%A9/63519>. [Consulté le 23 Juin 2020].

⁴⁸ Cf. I) 3) du présent travail : Les différences culturelles.

Les stéréotypes liés aux différences culturelles font que les individus issus d'une même culture sont vus comme des représentants de celle-ci. Malgré leurs différentes identités on finit toujours par représenter le groupe auquel on appartient. C'est ce qu'on appelle le processus d'essentialisation.

Quels sont les stéréotypes qui reviennent le plus souvent sur les Français ? Sont-ils différents de ceux qui existent sur les Brésiliens ? Sont-ils positifs ou négatifs ?

b) Quelques exemples de stéréotypes sur les Français

En ce qui concerne les habitudes alimentaires, les stéréotypes traditionnels sur les Français sont nombreux : ils aiment beaucoup le fromage, ils boivent du vin (rouge) à tous les repas, ils se baladent toujours une baguette sous le bras, ils mangent des escargots et des cuisses de grenouilles et ils aiment la bonne gastronomie. Il s'agit de stéréotypes plutôt positifs.

Pour ce qui concerne les habitudes vestimentaires, les stéréotypes récurrents au sujet des Français sont qu'ils portent des marinières avec un foulard rouge et un béret. C'est d'ailleurs souvent de cette manière qu'ils sont représentés dans les médias étrangers. Ces stéréotypes correspondent plutôt au Parisien des années 30. De plus, il est dit des Français qu'ils ont un style vestimentaire chic et qu'ils aiment la haute couture.

Notons deux types de stéréotypes pour ce qui est de l'attitude et la manière d'être des Français. Certains soulignent des aspects négatifs : ils sont froids au premier abord, fainéants (ils travaillent moins que les autres), malpolis (car ils sont francs), arrogants, ils pensent toujours avoir raison, ils se plaignent souvent, ils n'ont pas une bonne hygiène (stéréotype quelque peu révolu) et ils sont incapables de parler une langue étrangère.

D'autres mettent en exergue des caractéristiques positives : ce sont des romantiques (ceci est certainement dû au cliché de « Paris la ville de l'amour »), des intellectuels, ils savent profiter de la vie et ils sont très engagés politiquement (en terme de grève et de manifestation).

c) Quelques exemples de stéréotypes sur les Brésiliens

L'image du Brésil en France est construite avec des stéréotypes inscrits dans l'imaginaire collectif. Parmi ces stéréotypes, il y en a que l'on qualifie de plutôt positifs et d'autres de plutôt négatifs.

Pour ce qui est des stéréotypes positifs nous retrouvons la passion des Brésiliens pour le football, leur goût pour la fête avec le fameux *Carnaval do Rio*, leur amour pour la danse et la musique avec la *samba* ou encore la *bossa nova*. De plus les Français imaginent souvent le Brésil comme un pays exotique avec ses plages de sable blanc comme *Copacabana* et le soleil présent toute l'année. On caractérise les Brésiliens comme des personnes optimistes qui se préoccupent du collectif et comme des gens qui pensent à court terme.

En ce qui concerne les stéréotypes plutôt négatifs, les thèmes qui reviennent régulièrement sont l'insécurité, la pauvreté et la violence dans les grandes villes avec notamment la présence des *favelas*. Mais également la corruption en politique, la délinquance, la drogue et les inégalités sociales. La déforestation avec la présence de la forêt amazonienne est aussi un stéréotype récurrent.

Il existe un autre genre de stéréotype, notamment envers la femme brésilienne qui est souvent désignée comme une femme sensuelle, frivole qui a recours à la chirurgie esthétique.

Il est important de nuancer que parmi ces stéréotypes il y a des images vraies sur le Brésil (les inégalités sociales, par exemple) mais il y a également des images fausses (la femme brésilienne frivole). Ces images, mêmes celles qui sont vraies, sont la plupart du temps trop générales et ne reflètent pas fidèlement la réalité.

Les stéréotypes deviennent des différences socioculturelles lorsqu'on oppose ou qu'on compare des habitants de deux pays.

III - Étude comparative entre la France et le Brésil

La France et le Brésil sont deux pays différents à bien des égards. Leurs codes et leurs coutumes sont très éloignés. C'est ce que nous allons constater avec la métaphore de la pêche et de la noix de coco, théorisée par Erin Meyer, et grâce à de multiples exemples de différences socioculturelles entre ces deux pays tels que le rapport au temps, le rapport à la religion ou encore les échanges comportementaux.

1) Différences socio-culturelles entre la France et le Brésil du point de vue théorique : la métaphore de la pêche et de la noix de coco

Chacun de nous a son propre espace personnel que nous pouvons illustrer par une bulle. Celle-ci est notamment nécessaire pour conserver notre propre identité au sein d'un groupe. Selon les différentes cultures, cet espace personnel sera plus au moins respecté et souple.

Erin Meyer, professeure à l'INSEAD (L'Institut Européen d'Administration des Affaires) explique les différences culturelles à travers la métaphore de la pêche et de la noix de coco⁴⁹. Elle s'est inspirée des travaux de Fons Trompenaars, spécialiste anglais des questions interculturelles, qui a initié cette notion.

La pêche se rapporte à l'Amérique du Nord et du Sud. On assimile la peau douce et la chair tendre du fruit au contact facile des Américains. Les limites de leur espace personnel sont plus souples. Ils sont au premier abord accueillants, souriants, ouverts et amicaux. Avec eux le rapprochement est immédiat. Par exemple, lorsqu'un Brésilien va rencontrer un inconnu, il va être décontracté et tactile (sans ambiguïté et arrière-pensée). Il a le contact familial, va rapidement appeler l'autre par son prénom, lui poser des questions personnelles et cela apparaît comme quelque chose de naturel pour lui. C'est sa manière de « briser la glace » et de se sentir à l'aise. La création de ce climat familial avec autrui permet au Brésilien de maintenir ses émotions intactes et, d'une certaine manière, de garder une distance personnelle.

⁴⁹ Erin Meyer, *The Culture Map : Decoding how people think and get things done in a global world*, Public Affairs, 2014.

En revanche, une fois l'espace public franchi, on touche au noyau dur de la pêche : on ne sait pas exactement ce qu'il pense, il sera plus distant. Être amical pour les personnes vivant en Amérique ne veut pas dire nécessairement être ami. Il est difficile de pénétrer dans leur vrai espace intime.

Ils peuvent apparaître comme des gens superficiels et hypocrites pour ceux qui sont assimilés à la noix de coco.

La noix de coco est un fruit à coque dur, mais une fois ouverte on atteint la chair tendre. Contrairement aux cultures assimilées à l'allégorie de la pêche, le rapprochement est difficile avec celles assimilées à la noix de coco. Ce fruit se réfère aux Européens qui sont fermés aux inconnus et n'échangent pas avec ceux qui ne font pas partie de leur cercle intime de proches. Leur espace personnel est réduit et ses frontières sont rigides. Ils se sentent plus facilement envahis. Construire une relation de confiance avec eux prend plus de temps.

Afin de conserver leur espace personnel ils utilisent des formules comme par exemple le vouvoiement⁵⁰. En revanche lorsque la coque est percée, la noix de coco est tendre à l'intérieur, la communication est donc facile. Une fois arrivé au coeur du fruit, la relation est solide. Ils ont besoin de plus de temps pour se sentir à l'aise. Pour eux, la conversation est la confirmation d'un lien avec l'autre. Ils sont souvent caractérisés comme des personnes froides et distantes.

2) Exemples de cas de différences socioculturelles entre la France et le Brésil

Le thème des différences socioculturelles entre deux pays est vaste. Il prend en compte les sensibilités, les jugements parfois négatifs et les chocs de société. Pour éviter les amalgames nous choisirons des exemples où les différences se dessinent clairement. Relevons les différences socioculturelles les plus courantes entre la France et le Brésil, sans pour autant dresser une liste exhaustive.

⁵⁰ Nous reviendrons sur ce point à la page suivante.

a) Salutations, échanges comportementaux et verbaux

La façon de dire bonjour diffère entre ces deux pays, en France on fait la bise ou on serre la main. Au Brésil, on fait une accolade (« *dar um abraço* ») ou on sert la main de l'autre quand il s'agit de deux hommes. La bise se répand de plus en plus, elle est réservée aux femmes ou lorsqu'une femme et un homme se saluent.

En France, on utilise le vouvoiement lorsqu'on s'adresse à une personne qu'on rencontre pour la première fois, à un supérieur hiérarchique ou à une personne plus âgée, alors qu'au Brésil le vouvoiement n'existe pas, tout le monde utilise le « tu » qui se traduit par « *você* ». Pour marquer le respect on utilise les termes Madame ou Monsieur (« *O senhor/A senhora* accompagné parfois du diplôme « *Sr. Doutor* », « *Sr. engenheiro* », etc.). Pour les Français, le vouvoiement apparaît comme une formule de respect qui permet de sauvegarder l'espace personnel alors que les Brésiliens, eux, sont plus souples en ce qui concerne la sauvegarde de cet espace. Ils sont familiers dès le premier abord.

Généralement, les Brésiliens n'aiment pas le conflit, contrairement aux Français qui n'ont pas peur de dire ce qu'ils pensent et qui peuvent donc se retrouver dans des situations conflictuelles. Les Brésiliens ont peur de provoquer une dispute ou de perdre un membre de leur cercle personnel s'ils sont trop directs. De plus, perdre le contrôle ou se mettre en colère peut apparaître comme une faiblesse ou un manque de respect à leurs yeux. C'est pour cela qu'il est très difficile pour eux de dire « non ». L'harmonie des rapports interpersonnels est essentiel pour eux et elle serait déséquilibrée s'ils venaient à refuser ou à nier quelque chose. Ils préfèrent remettre à plus tard la décision.

Les Brésiliens sont issus d'une culture dite de « contexte riche » où un « non » peut également signifier « oui » ou « plus tard ». Les Français quant à eux, appartiennent à une culture dite de « contexte pauvre » où le « non » correspond à un « non ». Les Français et les Brésiliens ne traitent pas les informations de la même manière ce qui peut être à l'origine de quiproquos. Par exemple, lorsque des Français et des Brésiliens vont négocier ensemble, même si les Brésiliens en question ont une très bonne maîtrise du français, ils ne vont pas réussir à cerner les ambiguïtés ou les sous-entendus. Ils ont donc l'impression d'être trop

bêtes pour comprendre et trouvent alors que les Français ne disent jamais vraiment ce qu'ils pensent⁵¹.

Les Brésiliens sont plus entreprenants et débrouillards, pour eux tout projet mérite d'être concrétisé. Les Français eux manifestent facilement une réserve et sont vite découragés lorsqu'il s'agit d'un projet.

Il n'existe pas vraiment de frontière entre vie professionnelle et vie privée au Brésil, contrairement à la France. Le Brésilien n'hésite pas à aborder des sujets personnels dans un cadre professionnel, alors que le Français sépare ce qui relève de la vie professionnelle et ce qui relève de la vie privée. Les Brésiliens tutoient leur patron ce qui peut paraître déplacé ou osé en France.

Le consultant et auteur franco-néerlandais dans le domaine de la communication interculturelle Fons Trompenaars⁵² a élaboré une étude qui permet de connaître le degré d'engagement personnel des individus selon leur culture en ce qui concerne leur vie personnelle et leur vie publique. Dans cette étude il explique que les cultures latines, comme la brésilienne, sont des cultures dites « diffuses » qui ne font pas de division entre leur espace de vie personnelle et leur espace de vie publique. En conséquence, les critiques professionnelles sont souvent ressenties de manière personnelle et leurs discours sont souvent caractérisés par des propos flous. Les Français appartiennent eux à une culture dite « spécifique ». Pour ces personnes, les sphères privées et professionnelles sont bien séparées et ce n'est pas trop embarrassant de faire une critique ou une remarque sur le comportement d'un collègue en public.

Le Français a tendance à être individualiste, c'est-à-dire qu'il est indépendant et autonome au regard de la société. Il se retire petit à petit des structures collectives pour se centrer sur lui-même et sur ses proches. L'individualisme se manifeste également par un besoin de consacrer du temps à sa vie personnelle. Cette tendance est à nuancer car beaucoup de Français rejoignent des associations ou font du bénévolat malgré le temps qu'ils consacrent à leur vie personnelle. *A contrario*, le Brésilien valorise l'esprit de groupe.

Nous pouvons distinguer deux types de cultures d'après les travaux de Fons Trompenaars et de Charles Hampden-Turner dans le cadre de leur modèle de classification

⁵¹ Virginia Drummond-Guitel, *Déjouez les pièges des relations interculturelles*, Le Mans, Gereso, 2008, p.118.

⁵² Fons Trompenaars, Charles Hampden-Turner, *L'entreprise multiculturelle*, Maxima, 1994.

des différentes cultures : les volontaristes, auxquelles la culture française peut être assimilée, et les déterministes qui se rapprochent le plus de la culture brésilienne. Pour ceux qui appartiennent à une culture volontariste la nature doit se plier à la volonté des hommes, ils n'hésitent pas à créer ou gérer des conflits et se sentent mal à l'aise dans un environnement changeant. Les déterministes les voient comme des personnes généralement arrogantes.

Pour ce qui est de ceux qui font partie d'une culture déterministe, ils subissent la nature et cela est lié à la religion. Ils ont une attitude plutôt flexible, ils préfèrent l'entente plutôt que le conflit et sont très centrés sur l'autre. Pour ces derniers le changement n'est pas perçu comme quelque chose de mauvais. Ils sont vus par les volontaristes comme des êtres soumis, faibles, mous, qui se laissent guider par la vie⁵³.

b) Le rapport au temps

Chaque culture a une notion du temps différente.

Par exemple le Français est généralement ponctuel et il respecte les délais alors que le Brésilien est fréquemment en retard et n'est pas forcément rigoureux sur les délais.

D'après l'étude de Trompenaars⁵⁴ sur les cultures « diffuses » et les cultures « spécifiques », les Brésiliens appartiennent à une culture diffuse dans leur rapport au temps, cela signifie que dans leur vie professionnelle, par exemple, ils préfèrent prendre leur temps, faire chaque chose en leur temps et à leur rythme. Pour ce qui est des Français, ils appartiennent à une culture « spécifique », autrement dit ils préfèrent aller droit au but, être succinct et prévoir un planning précis.

Toujours d'après Trompenaars, nous pouvons identifier des cultures d'après leur orientation temporelle. La culture française par exemple, est très orientée vers l'avenir mais a légèrement tendance à s'attacher au passé. Les Français cherchent à changer le futur ou l'état actuel des choses à travers leurs propos et leur propension à agir de manière concrète sans trop d'hésitations. L'orientation temporelle de la culture brésilienne est différente, elle est liée au contexte religieux et est plus tournée vers le présent. Leur discours est caractérisé par des principes tel que « le futur appartient à Dieu ». Les Brésiliens portent un intérêt aux rapports actuels. Pour eux, tous les phénomènes naturels et humains sont le fruit de leurs antécédents.

⁵³ Op. cit.

⁵⁴ Op. cit.

Ils se plient à ce que le destin leur apporte et subissent ce qu'ils croient être les conséquences d'une évolution historique naturelle ou d'une force supérieure à laquelle on ne peut rien. Pour ce qui est de leur vie professionnelle, les projets sont rarement suivis. Évidemment, ces affirmations peuvent être nuancées, il ne faut pas tomber dans les stéréotypes extrêmes.

Selon l'anthropologue américain et spécialiste de l'interculturel Edward Twitchell Hall⁵⁵, un individu peut appartenir à une culture plutôt monochrome ou plutôt polychrome en fonction de sa manière de percevoir et de gérer le temps. Celles dites plutôt monochromes obéissent au raisonnement suivant : chacun de nous a son propre temps et en dispose comme bon lui semble, il faut prendre son temps. Pour ces personnes le temps est quelque chose de concret qu'il faut optimiser même si on peut également le perdre, le gagner ou le dépenser et tout doit être organisé à l'aide de dates dites butoirs. De plus, dans ces cultures, la spontanéité est quelque chose de mal vu et le résultat importe plus que le cheminement. Elles voient dans le temps une ressource concrète. C'est un raisonnement qui peut notamment être applicable au monde du travail.

Ces cultures s'opposent à celles plutôt polychromes qui pensent que le temps se partage avec autrui, qu'il n'appartient à personne en particulier et que c'est une variable insaisissable. Il est donc possible de faire plusieurs choses à la fois, le temps ne se compte pas, toute organisation est faite à base de cycles naturels et non pas selon des horaires, les délais à respecter sont souples, la spontanéité est quelque chose de bien vu, le cheminement importe plus que le résultat.

La culture française aurait tendance à être une culture monochrome alors que la culture brésilienne présente des aspects plutôt polychromes. Mais il est important de souligner que ce n'est qu'une « tendance », elles ne sont jamais dans un extrême ou dans un autre ; elles évoluent, une culture anciennement polychrome peut très bien devenir monochrome.

La perception et la gestion du temps selon les cultures est intimement liée au contexte religieux, il y a un contrôle sur les événements de la vie. Dans les cultures plutôt polychromes, on ne possède pas le temps car il appartient à Dieu, tout dépend de sa volonté. Mais pour ceux qui font partie d'une culture plutôt monochrome, comme les Français, cette vision des choses pourrait être assimilée à un manque de responsabilité.

⁵⁵ Edward Twitchell Hall, *La dimension cachée, au-delà de la culture, Le Langage silencieux*, Seuil, 1990.

c) Le rapport à la religion

Pour beaucoup, les religions permettent de donner du sens à la vie, elles apparaissent comme des références et/ou des réponses aux questions existentielles.

Le Brésil est considéré comme un pays très croyant, sa population est en majorité chrétienne (plus de 80% en 2020)⁵⁶. Toutefois, la Constitution veille à ce que l'Etat brésilien soit laïque ; il contribue financièrement cependant à la conservation de son patrimoine religieux.

On retrouve des termes de la religion catholique dans le langage. Par exemple, pour dire « au revoir » on dit : « *Vai com deus* » littéralement « Va avec dieu » ou « Dieu soit avec toi », ce qui signifie « Fais attention à toi » ou « Prend soin de toi ». On dit également « *Até amanhã se deus quiser* » autrement dit « À demain, si dieu le veut ». À travers ces exemples, nous voyons bien que la religion fait partie des moeurs et de la vie quotidienne du pays.

En France il existe aussi quelques expressions telles que « Dieu merci » qui est utilisée pour exprimer un soulagement, ou encore « Dieu soit loué » qui signifie « heureusement ». Mais contrairement au Brésil, peu de Français emploient aujourd'hui ces formules.

Lorsqu'un individu est recensé au Brésil, il doit mentionner la religion qu'il pratique. Cela permet à l'État d'évaluer l'importance de chaque église. En France ce n'est pas le cas et ce serait même perçu comme une atteinte aux libertés individuelles.

La France est un pays laïque mais influencé par le catholicisme qui condamne tout ce qui se rapporte à l'argent. Au Brésil, même si c'est un pays très religieux, parler d'argent n'est pas tabou.

Au Brésil la religion se mêle à la politique, la séparation de l'Église et de l'État n'a pas relégué la religion à la sphère privée. Cette séparation n'a pas eu les mêmes conséquences dans les deux pays bien qu'elle ait été instaurée 15 ans plus tôt au Brésil. En France, cette séparation a relégué la religion à la sphère privée et à entraîner une conception rigoureuse de la laïcité.

⁵⁶ Les Brésiliens sont de moins en moins catholiques et de plus en plus évangélistes. Cf : <https://www.ecodebate.com.br/2020/01/29/motivos-e-consequencias-da-aceleracao-da-transicao-religiosa-no-brasil-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>.

Conclusion

Dans ce mémoire, nous avons voulu comprendre et expliquer les enjeux de la communication interculturelle. Pour ce faire, une première partie a été consacrée à la communication interpersonnelle qui s'apparente à toutes formes d'échanges entre deux individus pour mieux comprendre ce qui est en jeu avec la personne avec qui nous échangeons, nous avons distingué trois types de communication : verbale, para-verbale et non-verbale. Ces trois types se complètent et permettent d'entretenir une relation avec autrui.

Nous avons ensuite réduit le champ d'étude à un individu dans un groupe social. Nous avons travaillé sur la construction de son identité culturelle. Celle-ci découle de celle de sa famille et elle est enrichie par sa propre expérience. Elle permet de se distinguer des autres en tant qu'unité autonome.

Après avoir étudié la différenciation avec autrui, nous avons travaillé sur les interactions, notamment lorsque les individus appartiennent à des cultures diverses. Ce phénomène, désigné par le terme « interculturalité », prône les échanges et la bonne entente avec celui qui a une culture différente, ce qui permet de réduire les barrières.

Pour comprendre ces enjeux, nous avons construit une seconde partie qui porte sur la représentation d'autrui, en fonction de ses attitudes, de ses idéologies, de ses croyances et de ses valeurs. C'est ce qui permet à chacun d'expliquer sa propre identité sociale. Ces représentations sont donc reliées à l'appartenance d'un individu à un groupe social.

La manière de Jean-Claude Abric de théoriser les représentations sociales, en tenant compte d'un noyau central et d'éléments périphériques est convaincante. Le premier correspond au coeur de la représentation, il définit son identité, les seconds permettent de s'adapter aux différents contextes.

Lorsque nous rencontrons d'autres personnes, nous avons cette envie de rapidement savoir à quoi nous en tenir avec eux, nous les « catégorisons ». Souvent ce fonctionnement débouche sur des stéréotypes, autrement dit des croyances partagées et des images préconçues. Rappelons qu'ils permettent d'interpréter le monde. Mais il faut savoir les dépasser si nous voulons interagir convenablement avec autrui.

Étant donné que notre étude porte sur le Brésil et la France, nous avons voulu illustrer notre propos avec les stéréotypes les plus récurrents sur les habitants de ces deux pays.

Nous avons voulu ensuite établir une étude comparative. Pour ce faire, nous avons sélectionné la métaphore de Erin Meyer sur la pêche et la noix de coco.

Ces différences socioculturelles sont notables en particulier au niveau de la manière de saluer, des échanges, du rapport au temps et à la religion.

Cette conclusion est quelque peu abrupte mais je vais vous présenter mon projet qui permettra de compléter mes recherches lorsque j'écrirai mon second mémoire.

Projet et ouverture

Mon projet d'étude sur les représentations socioculturelles entre la France et le Brésil se prolongera par analyse de documents qui sont les suivants :

- « Le Brésil des jeunes » : Il s'agit d'une enquête réalisée en 1990 par Ahmed Silem, Cécile Tricoire, Pierre Vergès, Olga Ballesta, Gabriel Brugeille, Lisa Joue et Thierry Saint-Gérard dans le cadre de la ADEPBA⁵⁷ auprès des élèves de lycées et collèges sur l'image du Brésil en France. Cette enquête a été faite sous la forme de tests d'évocation (questionnaires soumis aux élèves) afin de savoir quels mots revenaient le plus pour décrire le Brésil.
- Le mémoire d'Angela De Oliveira Roman sur « Les femmes brésiliennes dans la presse féminine française durant l'année du Brésil en France : une représentation stéréotypée et sexiste ».⁵⁸ C'est un travail sur l'image du Brésil qui est construite sur des stéréotypes tels que le Carnaval, le football, la musique, la fête, la danse, le métissage, les femmes belles et sexy, l'exotisme, etc. Le but de ce travail est de dépasser ces clichés, et ce, notamment pendant l'Année du Brésil en France.⁵⁹ Il a pour objectif de promouvoir et de consolider les liens entre la France et le Brésil.
- Le troisième document est la thèse de Luciana De Melo : « France : entre rêve et réalité. Les représentations de quatre femmes de ménage brésiliennes »⁶⁰ qui est une étude sur les représentations des migrants brésiliens en France. Le travail porte sur 4 femmes de ménage d'origine brésilienne qui travaillent à Paris et sur l'étude des stéréotypes.

⁵⁷ Association pour le Développement des Études Portugaises, Brésiliennes, d'Afrique et d'Asie lusophones.

⁵⁸ Angéla De Oliveira Roman, « *Les femmes Brésiliennes dans la presse féminine Française durant l'année du Brésil en France : une représentation stéréotypée et sexiste* », Mémoire sous la direction de Jacques Guyot, Université Paris VIII, Juin 2007.

⁵⁹ Période entre mars et décembre 2005, lorsque la France décide de célébrer le Brésil.

⁶⁰ Luciane De Melo, « *France : entre rêve et réalité. Les représentations de quatre femmes de ménage brésiliennes* », Mémoire de master 2 recherche, sous la direction de Cyril Trimaille, Grenoble, Université Grenoble Alpes, 2015.

L'essentiel de mon travail sera l'analyse d'un questionnaire à construire sur les thèmes déterminées (cf. 2 du III) dans le but d'approfondir les représentations sociales et culturelles entre la France et le Brésil. Il sera basé sur l'élaboration d'un échantillonnage (homme, femmes, âges, profession, etc.). De plus après avoir établi ce parallèle, une analyse des résultats sera faite.

Afin de voir s'il y a eu une évolution des représentations sociales et culturelles entre la France et le Brésil, je comparerai des documents parus entre les années 2000-2010 et des documents parus entre 2010 et aujourd'hui.

Bibliographie

ABRIC Jean-Claude, *Coopération, compétition et représentations sociales*, Cousset Fribourg, DelVal, 1987.

ABRIC Jean-Claude, « La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. » In J.-C. Abric (Ed.), *Méthodes d'étude des représentations sociales*, Ramonville Saint-Agne, Erès, 2003.

ABRIC Jean-Claude, *Pratiques sociales et représentations*, Paris, Presses universitaires de France, 1994.

ABRIC Jean-Claude, *Pratiques sociales et représentations*, Decitre, Psychologie sociale, 2001.

ABOU Sélim, « Concept de l'identité culturelle » *L'identité culturelle. Relations interethniques et problèmes d'acculturation*. Paris, Anthropos.

AMOSSY Ruth, *La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine*, Littérature, 1989.

BAUGNET Lucy, GUILBERT Thierry, *Discours en contextes*, Paris, Presses universitaires de France, 2011.

BUGENTAL James, HENKER Barbara, « Attributional antecedents of verbal and vocal assertiveness », *Journal of Personality and Social*, 1976.

CRISPI Valentina, « L'interculturalité », *Le Télémaque*, numéro 47, Caen, Presses universitaires de Caen, 2015.

DAHLEM Jacqueline, « Stéréotypes et clichés », *Perspectives croisées sur l'immigration*, Mots, Les langages du politique, 1999.

DE OLIVEIRA ROMAN Angela, Angela De Oliveira Roman, « *Les femmes Brésiliennes dans la presse féminine Française durant l'année du Brésil en France : une représentation stéréotypée et sexiste* », Juin 2007.

DE MELO Luciana, « *France : entre rêve et réalité. Les représentations de quatre femmes de ménage brésiliennes* », Grenoble, Université Grenoble Alpes, 2015.

DRUMMOND-GUITEL Virginia, *Déjouez les pièges des relations interculturelles*, Le Mans, Gereso, 2008.

DURKHEIM Emile, *Revue de Métaphysique et moral*, Paris, Presses universitaires de France, 1898.

DURKHEIM Emile, *Représentations individuelles et collectives. Sociologie et Philosophie*, Paris, Presses universitaires de France, 1974.

DUTERME Claude, *La communication interne en entreprise : L'approche de Palo Alto et l'analyse des organisations*, Paris, De Boeck Supérieur, 2002.

FRAME Alexander, *Communication et interculturalité*, Paris, Hermès Sciences Publications Lavoisier, 2013.

FISHER Gustave-Nicolas, *Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Paris, Dunod, 1996.

HAMPDEN-TURNER Charles, TROMPENAARS Fons, *Au-delà du choc des cultures. Dépasser les oppositions pour mieux travailler ensemble*, Organisation Paris, 2003.

JODELET Denise, *Représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie*, Paris, Presses universitaires de France, 1984.

JOLY Bruno, « La communication interpersonnelle », *La communication*, chapitre 2, Paris, De Boeck Supérieur, 2009.

JUMAGELDINOV Askar, « *Diversités culturelles et construction identitaire chez les jeunes appartenant aux différents groupes ethniques au Kazakhstan. Approche comparative.* », Lyon, Université Lumière Lyon 2, 2009.

KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, *Les actes de langages dans le discours : théories et fonctionnement*, Paris, Armand Colin, 2016

KERZIL Jennifer, « L'éducation interculturelle en France : un ensemble de pratiques évolutives au service d'enjeux complexes », *Carrefour de l'éducation*, numéro 14, Malakoff, Armand Colin, 2002.

KILANI Mondher, « L'inhumanité de l'autre ? » *Notes introductives sur quelques concepts clés*, in R. Gallissot, M. Kilani, A. Rivera *L'imbroglie ethnique*, Lausanne, Payot, 2000.

LADMIRAL Jean-René et LIPIANSKY Edmond-Marc, *La communication interculturelle*, Paris, Belles Lettres, 2015.

LEVI-STRAUSS Claude, *Race et Histoire*, Paris, Unesco, 1952.

LIPPMANN Walter, *Public Opinion*, Writing in Book Highlighted, 1997.

LO MONACO Grégory, RATEAU Patrick, DELOUVÉE Sylvain, *Les représentations sociales*, De Boeck Supérieur, Université Paris, 2016.

MEYER Erin, *The Culture Map : Decoding how people think and get things done in a global world*, Public Affairs, 2014.

MOSCOVICI Serge, « Des représentations collectives aux représentations sociales : éléments pour une histoire », cf. ouvrage sous la direction de Denise JODELET, *Les Représentations sociales*, chapitre 2, Paris: Presses universitaires de France, 1ère édition, 1989.

SHROUT Patrick, *Impression formation and nonverbal behaviors : effects of observer-target*, 1978.

THEBERGE Mariette, *Revue des sciences de l'éducation de McGill*, vol.33, Québec, Faculty of Education, 2008.

TROMPENAARS Fons, HAMPDEN-TURNER Charles, *L'entreprise multiculturelle*, Maxima, 1994.

TWITCHELL-HALL Edward, *La dimension cachée, au-delà de la culture, Le Langage silencieux*, Seuil, 1990.

ZARATE Geneviève, *Représentations de l'étranger et didactique des langues*, Paris, CREDIF, 1993.

Sitographie

Doctrine, « Conseil National de l'Ordre des Médecins, chambre disciplinaire nationale » [en ligne]. 21 oct. 2011, n° 10964. Disponible sur : <https://www.doctrine.fr/d/CNOM/2011/CNOMC57F5C491A85826947FB>. [Consulté le 23 Août 2020].

Graine de paix, « Identité culturelle » [en ligne]. Disponible sur : https://www.grainesdepaix.org/fr/ressources-de-paix/dictionnaire-education-paix/identite_culturelle#:~:text=L'identit%C3%A9%20culturelle%20est%20ce,commun%20et%20de%20m%C3%A9moire%20historique. [Consulté le 7 Mai 2020]

Larousse, « Préjugé » [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pr%C3%A9jug%C3%A9/63519>. [Consulté le 23 Juin 2020].

Larousse, « Stéréotype » [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/st%C3%A9r%C3%A9otype/74654>. [Consulté le 9 Juin 2020].

Larousse, « Interculturalité » [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/interculturalit%C3%A9/178843>. [Consulté le 19 Mai 2020].

ROLAND Olivier, *Leader des formations interculturelle*, « Quelles différences culturelles entre le Brésil et la France » [en ligne]. Disponible sur : <https://www.akteos.fr/nous-connaître/akteos/documentation/ameriques/differences-culturelles-francebresil-en-video/>. [Consulté le 15 Juillet 2020].

MOUMEN Sylvie, *Le mot du coach*, « Les 5 principes de la communication interpersonnelle » [en ligne], 14 Août 2013. Disponible sur : <http://lemotducoach.com/communication-interpersonnelle/>. [Consulté le 12 Décembre 2019].

SCHADRON Georges, « De la naissance d'un stéréotype à son internalisation », *Cahiers de l'Urmis* [En ligne], 10-11 | décembre 2006, mis en ligne le 15 décembre 2006. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/urmis/220>. [Consulté le 16 Juillet 2020].

Wikipédia, « Religion au Brésil » [en ligne]. Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/wiki/Religion_au_Br%C3%A9sil#:~:text=Le%20Br%C3%A9sil%20est%20un%20pays,population%20et%20les%20protestants%2026%20%25. [Consulté le 3 Août 2020].