

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ARIANE DA SILVA FERREIRA  
CAIO HENRIQUE SERPA DA SILVA  
JOSIANE RIBEIRO DE LIRA

**O ENGAJAMENTO DA LÍNGUA INGLESA NO  
DESENVOLVIMENTO ACADÊMICO DOS  
ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO NA SUA  
FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

RECIFE  
2023

ARIANE DA SILVA FERREIRA  
CAIO HENRIQUE SERPA DA SILVA  
JOSIANE RIBEIRO DE LIRA

**O ENGAJAMENTO DA LÍNGUA INGLESA NO  
DESENVOLVIMENTO ACADÊMICO DOS  
ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO NA SUA  
FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel(a) em Administração de Empresas.

Professor Orientador: Dr. Jadson Freire Silva

RECIFE  
2023

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

F383e Ferreira, Ariane da Silva.

O engajamento da língua inglesa no desenvolvimento acadêmico dos estudantes de administração na sua formação profissional / Ariane da Silva Ferreira; Caio Henrique Serpa da Silva; Josiane Ribeiro de Lira. - Recife: O Autor, 2023.

37 p.

Orientador(a): Dr. Jadson Freire Silva.

Trabalho de Conclusão de curso (Graduação) - Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Administração, 2023.

Inclui Referências.

1. Administração. 2. Engajamento. 3. Estudantes. 4. Inglês. 5. Língua inglesa. I. Silva, Caio Henrique Serpa da. II. Lira, Josiane Ribeiro de. III. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. IV. Título.

CDU: 658

## RESUMO

Este trabalho procurou compreender o engajamento dos estudantes do curso de Administração da Unibra sobre a língua inglesa no âmbito acadêmico e profissional. Buscou-se os motivos pelos quais os estudantes percebem a importância da língua e o quanto significativo e fundamental é aprender o inglês. O trabalho está dividido em 5 tópicos, sendo o primeiro a introdução. Posteriormente o referencial teórico que trata da globalização empresarial e do processo de multilinguagem, as contribuições que a língua inglesa pode oferecer diante do mercado de trabalho e a força do inglês no mundo corporativo. O terceiro tópico trata da metodologia, a área de estudo escolhida foi a Unibra, e utiliza o estudo de caso por meio de pesquisas qualitativas, pois buscam a junção dos dados objetivos e subjetivos, e as informações foram transformadas em números. O quarto tópico mostra os resultados e discussões obtidos através dos formulários do Google Forms, e o último está destinado as considerações finais. No total, 108 alunos responderam ao formulário, e pôde-se perceber que grande parte desses estudantes acreditam que é muito importante aprender o idioma, em contrapartida, a maioria não está dedicada a buscar o aprendizado, seja por condições financeiras, tempo, foco ou disciplina. Conclui-se que, de fato, há uma falta de interesse dos estudantes de administração, e que isso afeta diretamente o engajamento dos mesmos. Ter fluência em inglês é essencial para a comunicação em um mundo globalizado e se torna uma vantagem competitiva à frente dos demais.

## **ABSTRACT**

This study aimed to understand the engagement of students in the Administration course at Unibra regarding the English language in the academic and professional contexts. The reasons why students perceive the importance and significance of learning English were investigated. The work is divided into five sections, starting with the introduction. Subsequently, the theoretical framework discusses business globalization and the process of multilingualism, the contributions that the English language can offer in the job market, and the strength of English in the corporate world. The third section focuses on the methodology, with our study area being Unibra, and it utilizes a case study approach through qualitative research, as it seeks to combine objective and subjective data, with information being transformed into numerical data. The fourth section presents the results and discussions obtained through Google Forms surveys, and the final section is dedicated to the concluding remarks. In total, 108 students responded to the survey, and it was observed that a large portion of these students believe that learning the language is highly important. However, on the other hand, the majority is not committed to pursuing language learning, whether due to financial constraints, lack of time, focus, or discipline. It is concluded that there is indeed a lack of interest among the administration students, and this directly affects their engagement. Having fluency in English is essential for communication in a globalized world and becomes a competitive advantage over others.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Campus dois da Unibra.....	20
---------------------------------------	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Você se identifica dentro de qual gênero?.....	25
Gráfico 2 – Em qual nível de inglês você considera estar?.....	26
Gráfico 3 – Você já fez algum curso de inglês?.....	27
Gráfico 4 – Você acha que é mais fácil o aprendizado da língua inglesa quando ainda criança? .....	28
Gráfico 5 – Você estuda inglês com frequência?.....	30
Gráfico 6 – Você já fez ou pretende fazer intercâmbio para melhorar seu inglês?....	31
Gráfico 7 – Você acredita que saber inglês pode abrir portas na sua vida?.....	32
Gráfico 8 – Você já fez alguma entrevista de emprego onde foi requisitado ter inglês?.....	33
Gráfico 9 – Você acha necessário o inglês como disciplina obrigatória em cursos de graduação?.....	34
Gráfico 10 – Você acredita que o inglês é importante para o administrador?.....	35
Gráfico 11 – Você já conversou com outra pessoa em inglês?.....	36
Gráfico 12 – Com que frequência você lê notícias em inglês?.....	37
Gráfico 13 – No geral, você acha que entretenimento contribui pro seu aprendizado na língua?.....	38
Gráfico 14 – Com que frequência você escuta músicas em inglês?.....	39
Gráfico 15 – Você prefere assistir séries/filmes em português ou inglês?.....	40
Gráfico 16 – Se você assiste séries/filmes em inglês, como você prefere?.....	40

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Questionamentos sobre o tema.....	22
--	----



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
2.1	GLOBALIZAÇÃO EMPRESARIAL E O PROCESSO MULTILINGUALISMO: BREVES APONTAMENTOS.....	13
2.2	O CONHECIMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGUEIRAS E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO MERCADO.....	14
2.3	A FORÇA DA LÍNGUA INGLESA NO ÂMBITO CORPORATIVO .....	17
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	20
3.1	ÁREA DE ESTUDO .....	20
3.2	PROCESSOS METODOLÓGICOS.....	21
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	25
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	42
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	44

## **O ENGAJAMENTO DA LÍNGUA INGLESA NO DESENVOLVIMENTO ACADÊMICO DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO NA SUA FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

Ariane da Silva Ferreira  
Caio Henrique Serpa da Silva  
Josiane Ribeiro de Lira  
Jadson Freire da Silva

**Resumo:** Este trabalho procurou compreender o engajamento dos estudantes do curso de Administração da Unibra sobre a língua inglesa no âmbito acadêmico e profissional. Buscou-se os motivos pelos quais os estudantes percebem a importância da língua e o quanto significativo e fundamental é aprender o inglês. O trabalho está dividido em 5 tópicos, sendo o primeiro a introdução. Posteriormente o referencial teórico que trata da globalização empresarial e do processo de multilinguagem, as contribuições que a língua inglesa pode oferecer diante do mercado de trabalho e a força do inglês no mundo corporativo. O terceiro tópico trata da metodologia, a área de estudo escolhida foi a Unibra, e utiliza o estudo de caso por meio de pesquisas qualitativas, pois buscam a junção dos dados objetivos e subjetivos, e as informações foram transformadas em números. O quarto tópico mostra os resultados e discussões obtidos através dos formulários do Google Forms, e o último está destinado as considerações finais. No total, 108 alunos responderam ao formulário, e pôde-se perceber que grande parte desses estudantes acreditam que é muito importante aprender o idioma, em contrapartida, a maioria não está dedicada a buscar o aprendizado, seja por condições financeiras, tempo, foco ou disciplina. Conclui-se que, de fato, há uma falta de interesse dos estudantes de administração, e que isso afeta diretamente o engajamento dos mesmos. Ter fluência em inglês é essencial para a comunicação em um mundo globalizado e se torna uma vantagem competitiva à frente dos demais.

**Palavras-chave:** Administração. Engajamento. Estudantes. Inglês. Língua Inglesa.

## 1 INTRODUÇÃO

O início do ensino da língua inglesa no Brasil data de 1809, quando Dom João VI adicionou o ensino de inglês e francês na grade curricular dos alunos, almejando uma melhor relação econômica com a Inglaterra e a França (DE SOUZA, Eliana Santos et al., 2011). 214 anos depois, o inglês se encontra presente no ensino público brasileiro, e ainda assim, não consegue ser transmitido com efetividade aos estudantes (BASTOS et al., 2020).

A língua inglesa tem um papel muito mais importante atualmente, colaborando com a formação acadêmica e profissional. O idioma aproxima alunos de diferentes culturas e origens, promovendo sua inclusão no mundo globalizado (DA SILVA et al., 2010). Por se estabelecer como uma das línguas mais faladas no mundo, o ensino da língua inglesa, e seus diferentes níveis de aprendizagem, tornou-se parte fundamental e ativa em grande parte das escolas e universidades.

O inglês tem um peso muito importante, tornando-o essencial nas mais diversas áreas do conhecimento. Quanto ao mercado de trabalho, ele está deixando de ser um diferencial e está se tornando um requisito padrão, tanto na hora de escolher novos colaboradores, quanto nas oportunidades de crescimento dentro dos setores mais complexos de uma organização (DA SILVA et al., 2010). A demanda por profissionais fluentes na língua inglesa está cada vez maior. Profissionais que não têm interesse na língua acabam perdendo oportunidades e informações para alavancar sua vida acadêmica e profissional.

O papel educacional da Língua Estrangeira é importante, desse modo, para o desenvolvimento integral do indivíduo, devendo seu ensino proporcionar ao aluno essa nova experiência de vida. Experiência que deveria significar uma abertura para o mundo, tanto o mundo próximo, fora de si mesmo, quanto o mundo distante, em outras culturas. Assim, contribui-se para a construção, e para o cultivo pelo aluno, de uma competência não só no uso de línguas estrangeiras, mas também na compreensão de outras culturas (NACIONAIS, INTRODUÇÃO AOS PARÂMETROS CURRICULARES, 1998, p. 255).

Aprender inglês é importante e a internet é uma fonte riquíssima de informações, conteúdos, cursos on-line, bastando somente interesse para aprender

e se aprofundar no novo idioma. Sendo assim, este trabalho visa entender a importância, conhecimento e engajamento dos estudantes de Administração, no âmbito acadêmico e profissional, em relação a língua inglesa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 GLOBALIZAÇÃO EMPRESARIAL E O PROCESSO MULTILINGUALISMO: BREVES APONTAMENTOS

O fenômeno da globalização afeta e transforma as relações sociais no mundo seja cultural, econômico, social, individual, etc. O aumento de fluxo, trocas comerciais e internacionalização de negócios fazem parte do processo (SOARES, 2010). Para Soares (2010) a globalização é a interação dos países em vários aspectos. Para melhor compreensão sobre o tópico em questão, cabe aqui trazer a importância da globalização na comunicação. De acordo com Archanjo (2015) a globalização está nas formas de comunicação, na produção do conhecimento, afetando assim a diversidade linguística. Pela complexidade acerca do processo de globalização torna-se fundamental trazer algumas definições que envolvem esse processo. Nesse sentido é pertinente apresentar o conceito de globalização.

Para Rochman (2003) a globalização é um processo em que há uma dispersão dos Estados e, logo, são estruturadas relações em um contexto global, podendo ser locais e nacionais. Quando as ações ultrapassam esses aspectos propõem uma relação internacional. A globalização e a internacionalização criaram um vínculo, segundo Mognoli (1997), a partir das navegações europeias no século XV e XVI, criando um cenário de super diversidade. Alguns autores apontam a vinculação da globalização junto ao capitalismo, de acordo com Ianni (1995), essas evidências estão nos modelos de produção internacional, onde ultrapassam as fronteiras culturais e geográficas. Neste sentido, globalização anda lado a lado com o capitalismo, a ideia de construir uma sociedade global está na origem do capitalismo (PIRES e REIS, 1999). A globalização passa a ser vista como uma nova modalidade de acúmulo de capital (PIRES e REIS, 1999).

A partir disso, agora é possível realizar alguns apontamentos sobre a influência da globalização no processo de multilinguismo. Para Archanjo (2015), a globalização transformou a comunicação de diversas formas, possibilitando vários meios de comunicação e formas de se comunicar, seja de forma escrita ou falada. O autor Wei (2018) chama esse processo de multilinguismo, o conhecimento e uso de várias línguas na sociedade. Sendo assim Bourdieu (1991) define a linguagem como uma forma simbólica de capital.

O século atual está em constante evolução, passando da era industrial para o que hoje é chamado de globalização, dentro dela, há o neoliberalismo, e aqui cabe um pouco sobre esse conceito, pois o neoliberalismo atinge diretamente as empresas (SOARES, 2010).

O neoliberalismo retoma alguns dos princípios do capitalismo do século XIX (ANDERSON, 1995). A política neoliberal tem origem na crise política e teórica do socialismo, trazendo assim a necessidade de reorganizar o modo de produção do capitalismo, crescendo por toda parte. A globalização e o neoliberalismo contribuem para uma mudança no sistema de produção e do consumo das sociedades (ARCHANJO, 2015).

Segundo Archanjo (2015), dentro desse cenário o mercado linguístico passa a ter uma enorme relevância, fazendo com que o ensino estrangeiro passe a ocupar um lugar de destaque. Se encaixando assim na ideologia da globalização do mercado.

## 2.2 O CONHECIMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGUEIRAS E SUAS CONTRIBUIÇÕES NO MERCADO

Saber um idioma é importante para qualquer pessoa, é um passo importante para seu desenvolvimento pessoal desde a infância, até mais tarde na fase adulta, saber mais de um se torna de extrema importância para seu desenvolvimento pessoal. Aprender um novo idioma engrandece o ser humano de inúmeras formas, amplia não só sua visão cultural sobre o mundo, como também proporciona mais clareza e finalidade em relação às oportunidades que estão ao redor do indivíduo (CRUSE E PECK, 2012). Desde aquela viagem internacional de férias, até a sonhada vaga disputada em uma grande multinacional, sem o domínio da língua estrangeira em questão, o caminho se torna mais difícil de ser trilhado.

Ter fluência sobre uma língua estrangeira no mercado de trabalho já está deixando de ser uma habilidade especial, e a cada dia que passa se torna apenas uma habilidade comum que já é esperada de um profissional comprometido com seu futuro e com suas competências profissionais. Para Araujo e De Oliveira (2012, p. 1): “Atualmente a língua inglesa não é apenas um diferencial no mercado de trabalho, mas pré-requisito indispensável para qualquer carreira”.

Um colaborador com o domínio em outra língua tem muito mais acesso à informação já que ele tem uma base de notícias muito maior, ele pode receber informações de veículos diferentes, de países diferentes, sem precisar esperar a notícia que aconteceu fora do país ser traduzida para o idioma local. Com o auxílio de mais uma língua, esse limite de fronteira fica menor, pois não se faz mais necessário ter que esperar até que a informação internacional chegue ao país. Não importa se é uma informação sem relevância ou uma informação que possa proporcionar um avanço profissional, o que importa é receber aquela informação em tempo hábil para poder processá-la e compreendê-la com mais rapidez (CRUSE E PECK, 2012).

Uma rápida tomada de decisões sobre informações pode ser crucial para uma empresa. Ter a perspicácia de observar uma nova tendência de vendas, um novo modelo de negócios, uma nova maneira de gerenciar pessoas, são benefícios que a rápida troca de informações pode proporcionar. Um profissional atualizado sobre o que acontece fora do país pode trazer algo novo para ser aplicado dentro do negócio no qual ele faz parte, e isso é de grande importância pro mercado profissional. Quem recebe a informação atualizada em menos tempo sai na frente da concorrência.

Outro ponto a se pensar é o potencial de colaboração com profissionais internacionais, que poderá ser alcançado através de um networking sem a barreira linguística. Poder compartilhar conhecimentos com pessoas de fora do seu meio habitual é muito importante para um melhor panorama do mercado. Pesquisas apontam que “80% dos materiais acadêmicos são escritos completamente em inglês, e estima-se que 85% das organizações internacionais usam o inglês como a principal língua no trabalho” (CAMBRIDGE, 2016, p. 3).

E por causa de todos esses benefícios que ter uma ou mais línguas estrangeiras pode trazer ao mundo empresarial, que o profissional que se dedicou a aprender um novo idioma, como o inglês, que é uma língua de grande magnitude para o mundo profissional, esses profissionais com fluência na língua, se sobressaem sobre os não fluentes na hora de ser escolhido para cargos melhores, saindo na frente dos demais que não falam nenhum idioma além do nativo. No Brasil, saber inglês pode acarretar salários até 61% mais altos (CATHO, 2019). O inglês é a principal língua do mundo no quesito informação, políticas, e relações comerciais. Ter o inglês desde jovem no currículo pode acrescentar muito na vida do

jovem no mercado de trabalho, já que no mundo atual, ter o inglês é cada vez mais necessário (BENABEI, P, 2013).

De acordo com a Harvard Business Review, gerentes de recrutamento e RH em todo o mundo relatam que os candidatos com habilidades excepcionais no idioma inglês (em comparação com o nível médio em seu país/território) ganham salários 30-50% mais altos. Pesquisas mostram uma correlação direta entre as habilidades na língua inglesa e o desempenho econômico. Este é um ciclo virtuoso, com a melhoria das habilidades em inglês elevando os salários, o que, por sua vez, cria mais dinheiro para investir em treinamento de idiomas adicionais (CAMBRIDGE, 2016, p. 30).

O mercado de trabalho para o fluente em inglês se expande a nível internacional, já que em inúmeros lugares do mundo, ainda que o país não tenha o inglês como língua oficial, é possível falar inglês e ser compreendido pelos habitantes, devido a importância mundial da língua, gerando assim, oportunidades internacionais de empregos no âmbito profissional.

O programador que trabalha em sua casa, ou em uma empresa, pode trabalhar para uma empresa nacional, como também pode prestar seus serviços para uma empresa do outro lado do mundo, na qual não se importa com o lugar em que o programador resida, mas sim com suas habilidades, com o inglês essa comunicação pode ser estabelecida e firmada. Esse mesmo princípio valerá para o pedreiro que quer sair do país, ele poderá seguir seu trabalho na construção em qualquer lugar onde ele possa se comunicar em inglês.

A proeminência dada à escrita no local de trabalho intensificou-se no ambiente de negócios internacional, onde o inglês é frequentemente usado como língua de comunicação. Com os negócios se expandindo na esfera internacional, os profissionais agora são encarregados de trabalhar em conjunto não apenas com seus colegas locais, mas também com seus colaboradores de diferentes partes do mundo (Louhiala-Salminen, 2009 & Tenzer et al., 2017 apud LEE, Shinhye et al, 2020, p. 6).

Atualmente, os criadores de conteúdo digital são grandes exemplos, eles podem criar para seu próprio país na língua nativa da nação, porém mais possibilidades profissionais surgem a partir do momento em que ele se organiza



para criar conteúdo em inglês, podendo assim atingir muito mais pessoas pelo mundo. Não importa se o conteúdo será consumido por portugueses, espanhóis, ou japoneses, pois se houver pessoas com domínio do inglês, elas poderão ser alcançadas, dessa forma o engajamento gerado a partir dessas novas pessoas irá viabilizar anunciantes internacionais que irão pagar para ter seu produto ou serviço atrelado ao engajamento internacional gerado. Pessoas capazes de formar opinião possuem a capacidade de se tornar plataformas de venda, de produtos ou serviços, para os seus seguidores (KUMAR E GUPTA, 2016).

Claro que não é fácil e demanda tempo, mas ter o inglês é um passo importante para o avanço profissional de qualquer pessoa. Romper as fronteiras da língua produzirá novas oportunidades.

### 2.3 A FORÇA DA LÍNGUA INGLESA NO ÂMBITO CORPORATIVO

Devido a globalização, a língua inglesa tomou força dentro das organizações. Com seu crescimento além das fronteiras, a comunicação tornou-se mais importante e necessária. Segundo Oliveira (2008, p. 1).

Numa economia cada vez mais globalizada, a competitividade de um país depende em boa medida da facilidade de comunicação com os nacionais de outros países. A língua constitui um suporte privilegiado para a transmissão de informação e o inglês, como é sobejamente conhecido, ocupa hoje uma posição predominante, sem paralelo com qualquer outra língua (apud MAYLON & NETTO, 2020, p. 1).

A língua inglesa é bastante utilizada no mundo corporativo como um meio de comunicação global, principalmente nas áreas de finanças, tecnologia e afins. Grandes empresas têm escritórios e clientes em países de língua inglesa, como Austrália, Nova Zelândia e Estados Unidos. “Sabe-se que o inglês é o principal idioma da maioria dos países, e que 75% das correspondências mundiais, 80% de conteúdos em computadores e de 90% de informações via internet é na língua inglesa.” (PILATTI & SANTOS, 2011, p. 10).

É muito comum que empresas multinacionais usem o inglês como a língua oficial para se comunicar com fornecedores, clientes e parceiros de diferentes lugares e culturas distintas. Além disso, várias empresas requerem que seus

colaboradores tenham conhecimento em inglês, sobretudo aqueles que trabalham em funções que necessitam da comunicação com clientes de outros países. Para Pilatti e Santos (2011, p.10): “Atualmente as estatísticas demonstram que 400 milhões de pessoas falam inglês como língua nativa, por isso a língua inglesa tornou-se uma ferramenta essencial no mundo dos negócios”.

A importância da língua inglesa no mundo dos negócios deve-se ao fato de que muitas empresas têm relações comerciais internacionais e, conseqüentemente, necessitam se comunicar em um idioma comum para realizar negociações, reuniões, acordos e firmar parcerias. Além disso, muita delas tem sede ou filiais em países de língua inglesa, o que torna o aprendizado essencial para o crescimento e sucesso profissional.

Se queremos tornar-nos um país verdadeiramente competitivo, o inglês tem de ser dominado por todos nós com a mesma facilidade com que dominamos o português. Para isso, só existe um caminho: aprofundar a aprendizagem da língua inglesa e, dentro de dez ou quinze anos, declarar o inglês como a segunda língua oficial do país (OLIVEIRA, 2008, p. 1)

O domínio da língua inglesa pode gerar oportunidades de emprego e evolução na carreira, já que várias empresas reconhecem profissionais que possuem fluência no idioma. Além disso, a comunicação pode alavancar a confiança e credibilidade do profissional perante a instituição. Para Santos & Santos (2008, p. 5): “O mercado passou a selecionar seus profissionais a partir de suas qualificações e o conhecimento da língua inglesa proporciona ao profissional uma gama de vantagens”.

Ter conhecimento na língua acaba sendo uma vantagem competitiva no mercado de trabalho atual, fazendo com que os profissionais participem de projetos internacionais. É muito importante investir no conhecimento e aprimoramento do inglês para quem trabalha ou pretende trabalhar em um ambiente corporativo globalizado. Atualmente, grandes empresas reconhecem sua importância e oferecem cursos de inglês para seus funcionários, com a ideia de melhorar suas habilidades e comunicação. “O idioma é uma ferramenta de comunicação universal e às empresas interessa diversificar seu ramo de atuação, o que as leva a buscar a sua internacionalização”. (SANTOS & SANTOS, 2008, p.5).

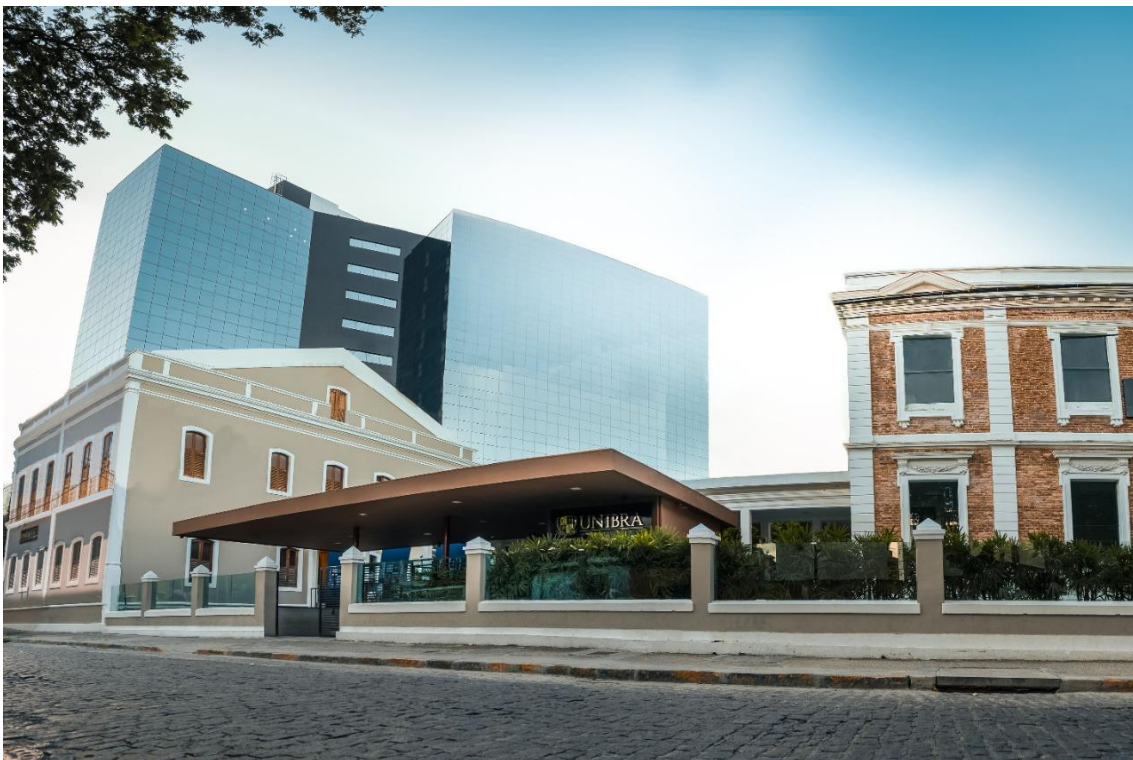
Ter domínio sobre a língua inglesa é uma habilidade importante para as organizações que pensam e desejam se envolver em negócios internacionais. Portanto, é importante que os profissionais que desejam ter sucesso no mundo corporativo invistam no aprendizado da língua inglesa, seja por meio de cursos on-line, presencial, a distância, intercâmbio, leitura de livro, séries e filmes em versão inglesa, entre outras formas de aprendizado.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 ÁREA DE ESTUDO

A Área de estudo da pesquisa é voltada para os alunos do curso de administração da Unibra (Centro Universitário Brasileiro), realizado através de formulários para analisar o nível de engajamento de seus estudantes (Figura 1).

Figura 1 – Campus dois da Unibra



Fonte: grupounibra.com

O Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA) como atualmente é conhecida antes deste nome era conhecida como IBGM (Instituto Brasileiro de Gestão e Marketing). A UNIBRA é dividida em três campus, todos situados no bairro da Boa Vista. O Campus um, localizado na rua Joaquim Felipe, 250, Boa Vista, foi o primeiro prédio da IES (Instituição de Ensino Superior), foi fundado em 18 de abril de 2008, mas antes deste prédio ser fundado, a antiga IBGM iniciou em um antigo colégio radiar alugado com 54 alunos só ofertando o curso de marketing.

O Campus dois, localizado na rua Padre inglês, 257, Boa Vista, nasceu em 2014, e no ano seguinte, a IES dava mais um passo inaugurando o IBS (Instituto

Brasileiro de Saúde) com mais de trinta e cinco laboratórios multidisciplinares. Em 2017 a faculdade IBGM se transformou no Centro Universitário Brasileiro, UNIBRA. O Campus três, localizado na rua Padre Inglês, 356, Boa Vista, foi concluído em 2020, acrescentando ainda mais a IES, com suas clínicas na área de fisioterapia, nutrição e psicologia, ofertando atendimento aos alunos e também a população geral das redondezas através de agendamento (UNIBRA, 2023).

A estrutura abrange laboratórios para os cursos de saúde, além da piscina para atividades, salas de aulas modernas e completas, e uma academia. Além da academia a instituição oferece nos outros campus de ensino, com salão de beleza, estúdio de tatuagem e piercing, clínica de estética e restaurantes (UNIBRA, 2023).

### 3.2 PROCESSOS METODOLÓGICOS

Para essa pesquisa o procedimento técnico escolhido foi o estudo de caso através do levantamento qualiquantitativo, já que a intenção deste trabalho é obter informações de pessoas para elaboração da metodologia. Ventura (2007) diz que o alvo do estudo de caso é fazer do mesmo, um método de coleta de dados que poderá ser usado em inúmeros campos do conhecimento. Solicitando informações para direcionar os argumentos a partir das respostas recebidas após a pesquisa individual, através de metodologias de busca que estão cada vez mais disseminadas (GALVÃO, 2010). Geralmente não se entrevistam todos os indivíduos, apenas uma amostra significativa estabelecida a partir da descrição e das características necessárias para o caso.

Quanto a abordagem, classifica-se como pesquisa qualiquantitativa, pois as informações apuradas poderão ser convertidas em números. A pesquisa qualiquantitativa busca a junção entre os dados objetivos e subjetivos, buscando sempre uma ampla análise do cenário pesquisado. Para Triviños (2009), “O tratamento qualiquantitativo incorpora as análises qualitativas e as quantitativas, associadas e intercomplementares nas interpretações e argumentos que se formulam sobre os achados da investigação” (apud RANGEL, RODRIGUES & MOCARZEL, 2018, p. 10).

Quanto ao objetivo do trabalho, classifica-se como pesquisa exploratória, relatando o engajamento da língua inglesa no desenvolvimento acadêmico e profissional dos estudantes do curso de administração. Como afirma Gil (2002),

“Têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a tomá-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”. A pesquisa exploratória busca estudar e entender diversos cenários e possibilidades que não foram descobertos, como também fornecer informações que ampliarão o entendimento de determinados assuntos.

Sendo um Estudo de Caso, aplicou-se na pesquisa a metodologia Survey com amostra não probabilística por conveniência mediante questionário. O Survey é uma metodologia voltada a coletas de informações por levantamento de dados sobre uma determinada população, que neste caso são os estudantes de Administração da Instituição Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA). Quando ela se manifesta não probabilística por conveniência, entrega ao pesquisador-leitor o entendimento que a amostra foi coletada pela sua disponibilidade em responder os questionamentos, sem nenhum critério definido a não ser somente a disponibilidade (FREITAS et al., 2000). Em obviedade nota-se que a disponibilidade é relativa e por esse motivo alguns atores podem ser ou não podem ser escolhidos para responder os pontos entregues, contudo, ao optar por essa metodologia, não se pensou em concentrar as respostas em um grupo ou faixa etária x ou y, estando e tentando aplicar a disseminação mais democrática.

Sendo assim, observa-se a partir do Quadro 1 os questionamentos levantados para obtenção dos resultados a se requerer:

Quadro 1 – Questionamentos sobre o tema

<b>1) Em qual nível de inglês você considera estar?</b>
R: Básico, intermediário, avançado, fluente
<b>2) Você já fez algum curso de inglês?</b>
R: Nunca fiz, fiz, mas não terminei, fiz e terminei
<b>3) Você acha que é mais fácil o aprendizado da língua inglesa quando ainda criança?</b>
R: Sim, não
<b>4) Você estuda inglês com frequência?</b>
R: Nenhuma, Pouca frequência, Frequência média, Muita frequência
<b>5) Você já fez ou pretende fazer intercâmbio para melhorar seu inglês?</b>
R: Nunca fiz e não pretendo fazer, Não fiz, mas pretendo, Já fiz
<b>6) Você acredita que saber inglês pode abrir portas na sua vida?</b>
R: Sim, Não
<b>7) Você já fez alguma entrevista de emprego onde foi requisitado ter inglês?</b>

R: Sim, Não
<b>8) Você acha necessário o inglês como disciplina obrigatória em cursos de graduação?</b>
R: Sim, Não
<b>9) Você acredita que o inglês é importante para o administrador?</b>
R: Sim, Não
<b>10) Você já conversou com outra pessoa em inglês?</b>
R: Sim, Não
<b>11) Com que frequência você lê notícias em inglês?</b>
R: Nenhuma, Pouca frequência, Frequência média, Muita frequência
<b>12) No geral, você acha que entretenimento contribui pro seu aprendizado na língua?</b>
R: Sim, Não
<b>13) Com que frequência você escuta músicas em inglês?</b>
R: Nenhuma, Pouca frequência, Frequência média, Muita frequência
<b>14) Você prefere assistir séries/filmes em português ou inglês?</b>
R: Só em português, As vezes em inglês, Sempre em inglês
<b>15) Se você assiste séries/filmes em inglês, como você prefere?</b>
R: Não assisto em inglês, Com legendas em inglês, Com legendas em português, Sem legendas, só o áudio em inglês mesmo

Ao analisar o quadro 1, nota-se que as quinze (15) questões são de cunho fechada e de múltiplas escolhas, variando em opções em dualismo ou em escala likert. As escalas Likert apontam opções mais tênues entre o “sim” e o “não”, dando aos entrevistados novas considerações de respostas como também a neutralidade. Por mais que haja bastantes discussões sobre a aplicabilidade do likert em pesquisa e suas análises frente aos resultados, é uma metodologia que fornece facilidade e adaptação dos desafios frente as demandas do momento (FEIJÓ; VICENTE, 2020).

Para entrega dos questionamentos, utilizou-se o Google Forms, criador e disseminador de questionários eletrônicos do grupo Google e bastante popularizado e conhecido no Brasil para coleta de dados como também cadastros e outras funções. Silva Mota (2019) como Marllite e Barone (2013) apontaram informações pertinentes sobre o Google Forms na pesquisa acadêmica, demonstrando suas funcionalidades e suas facilidades frente a demanda de tempo e a necessidade de se obter resultados refinados.

Frente a isso, verificando os procedimentos metodológicos sejam eles do documento em si como na formação do projeto de coleta de dados, entrevistou-se,

via convite em link Google Forms, 108 pessoas do curso de Administração da UNIBRA, para que se tenha informações relevantes acerca da população de interesse. Os resultados foram transformados em tabela e gráficos, discutidos e analisados frente a literatura.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesse ponto do trabalho os resultados obtidos com o questionário serão analisados e pra cada resultado haverá uma discussão sobre os dados. Abordando em detalhes o tópico e contextualizando com citações para embasar o argumento sobre o que foi proposto na pesquisa.

O primeiro gráfico mostra o percentual do gênero dos entrevistados da pesquisa.

Gráfico 1 – Você se identifica dentro de qual gênero?

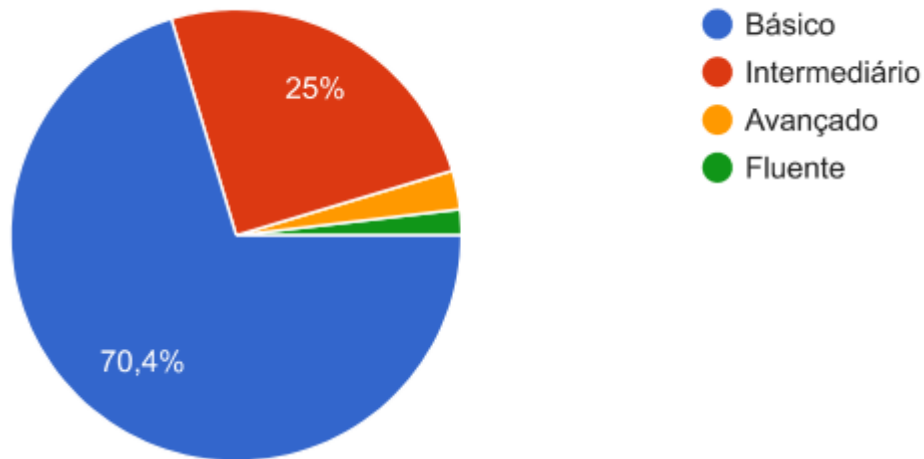


Fonte: Questionário Google Forms (2023).

Como previamente dito, 108 estudantes de administração foram entrevistados para compor esta pesquisa. Para evitar qualquer tipo de desconforto entre os entrevistados, foi proposto perguntar apenas o gênero de cada um, em um espaço em branco, onde cada pessoa poderia escrever o gênero no qual se identifica. 65% dos participantes se identificaram dentro do gênero feminino e os outros 35% dentro do gênero masculino

No gráfico 2, os participantes são questionados sobre em qual nível de inglês eles acreditam estar.

Gráfico 2 – Em qual nível de inglês você considera estar?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

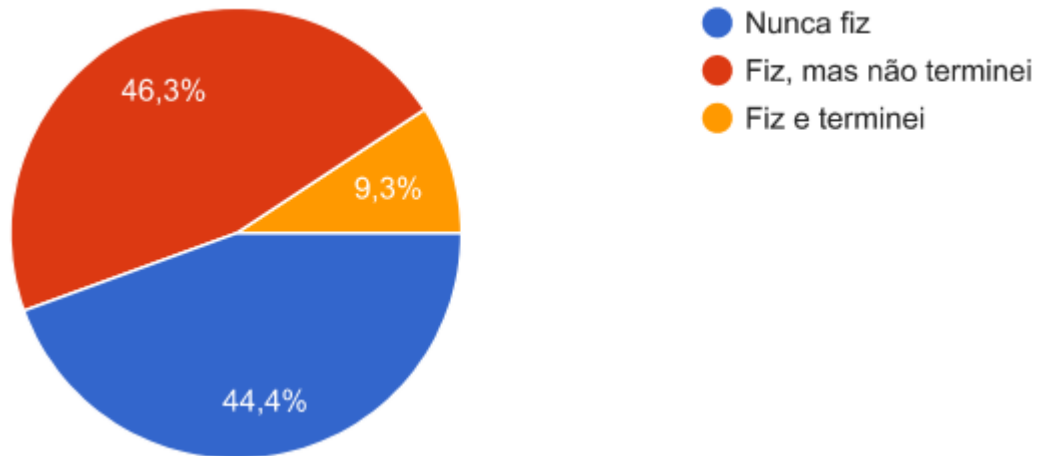
Entre as 108 respostas, 70,4% considera estar no nível básico, 25% considera estar no nível intermediário, 2,8% no avançado e apenas 1,9% se considera fluente na língua.

Os dados adquiridos dizem muito sobre o engajamento dos estudantes em relação à língua inglesa, e assusta quando percebe-se que menos de 5% estão entre o avançado e o Fluente. A falta de perspectiva para aprender inglês chega a ser cultural da sociedade brasileira, Leffa (2013) comenta sobre um problema do Brasil, que se isola linguisticamente, já que só o português predomina na nação, criando um desafio ainda maior para o povo aprender outras línguas, sejam elas línguas de herança, de países vizinhos ou até mesmo a grande língua internacional, o inglês. Com um país que possui apenas 5% da população falante da língua inglesa, é um desafio implementar a língua com eficiência. Em 2018 o Brasil ocupava a quadragésima primeira posição em um ranking com 70 países, relacionado a proficiência no inglês, o que demonstra grande descaso com a língua (GUIMARÃES E KREMER, 2020). Outro fator que justifica tantos alunos no nível básico na língua inglesa e o Brasil ser tão displicente com o ensino da língua, com uma precária falta de investimento na base do ensino.

De Sousa Silva (2022) diz que desde o começo da implementação da língua inglesa nas escolas públicas, o ensino é desvalorizado tanto em carga horária, como em recursos para aprendizagem, comprometendo negativamente a qualidade e o desempenho do ensino dos estudantes.

No gráfico 3, foi questionado aos participantes se eles já fizeram algum curso de inglês.

Gráfico 3 – Você já fez algum curso de inglês?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

Dos 108 que responderam à pergunta, 44,4% nunca fez um curso de inglês, 46,3 conseguiu começar o curso, mas não conseguiram concluí-lo, e por fim, apenas 9,3% dos participantes fez um curso de inglês até o fim.

Fazer um curso de inglês hoje no Brasil não é tarefa simples, considerando também que “na visão neoclássica, acredita-se que a decisão de se aprender ou não uma língua resulta da análise, pelo indivíduo, dos custos e dos benefícios envolvidos” (DA SILVA, 2011, p. 55). No mundo globalizado, onde qualquer um pode aprender através da internet, muitos conteúdos de ensino são disponibilizados gratuitamente na internet devido a uma grande demanda que só cresce, inclusive sobre cursos de inglês. Surgiram vários cursos de idiomas de diferentes métodos, essas novas modalidades de curso de idioma gratuito procuram contemplar todas as habilidades que são ensinadas em um curso presencial (DE MESQUITA et al., 2018, p. 7).

Cursos gratuitos a disposição do estudante não garantirão o aprendizado da língua, já que o mesmo precisa de disposição para estudar. Lima (2005) discute essa questão ligando as expectativas com a motivação, analisando o empenho necessário para chegar a um fim e o quanto o estudante precisará se esforçar para

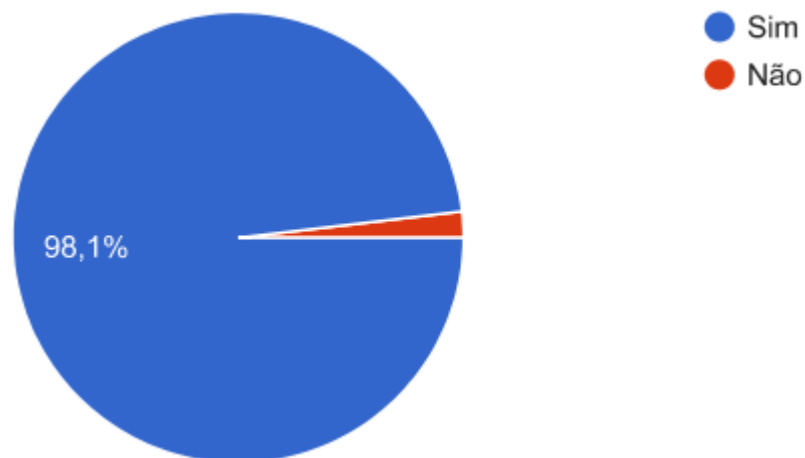
isso. E isso vale tanto para os cursos pagos que possuem grande espaço de divulgação na mídia, como para os de baixa divulgação e popularidade.

Atualmente, o Brasil conta com inúmeros cursos de idiomas que oferecem o ensino da língua inglesa, é possível notar isso analisando a quantidade de propagandas publicitárias que permeiam todos os meios de comunicação utilizados hoje (KARIM E LARA, 2022).

Por muitas vezes esses cursos pagos acabam se popularizando muito, enquanto os gratuitos acabam ficando escondidos, e nesse ponto é notado mais um problema em relação aos cursos de inglês no Brasil, o poder aquisitivo do povo. Devido a questões políticas e econômicas que afetam a inflação, aumentando a desigualdade social em relação ao poder aquisitivo de cada cidadão, se os trabalhadores não receberem aumentos reais para acompanhar a inflação, tudo ficará mais caro no bolso dos que tem menos renda, para Canuto et al. (2022, p. 5): “As famílias de baixa renda são as primeiras a sentir o peso da variação dos preços por conta do processo inflacionário do que aquelas famílias com renda maior.”. Esse problema social que inúmeros brasileiros vivem todos os anos, impossibilita ainda mais o investimento em si, já que o poder monetário é baixo, logo, é preciso gastar com o essencial, impossibilitando gastos com educação e desenvolvimento pessoal.

No próximo gráfico, gráfico 4, foi perguntado aos entrevistados se eles acham que é mais fácil aprender o inglês quando ainda é criança.

Gráfico 4 – Você acha que é mais fácil o aprendizado da língua inglesa quando ainda criança?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

A maioria dos entrevistados afirmou que acham que se o inglês fosse introduzido durante suas infâncias, a assimilação seria mais fácil, enquanto uma pequena parcela discorda disso. 98,1% das respostas foram sim, já os que votaram não, compõem 1,9% dos entrevistados.

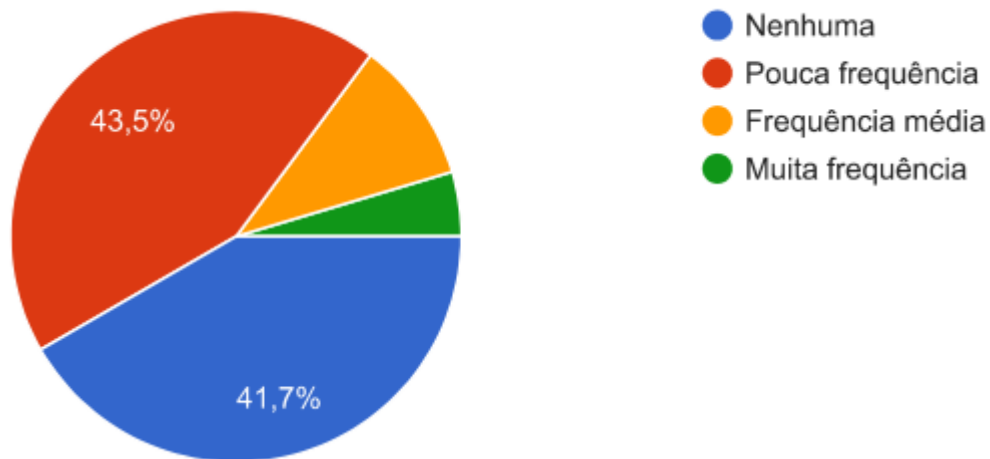
A grande maioria das pessoas que responderam essa pergunta acreditam que poderiam aprender a língua inglesa mais fácil se fossem expostos a língua desde a infância. Genesse (2015) diz que as crianças são mais eficientes no aprendizado, o que leva a crer que elas teriam mais facilidade em aprender o idioma na infância, talvez até como um nativo, em contrapartida, não existe um momento ideal para apresentar o inglês para uma criança, não é possível determinar quando é “cedo demais” ou quando é “tarde demais”, o que gera uma incerteza nos responsáveis, além de não conseguir prever o quão complexo pode ser a tarefa de criar uma criança com dois idiomas ao mesmo tempo, não é simples.

Por outro lado, existe uma visão de não pressionar as crianças a se empenharem no inglês enquanto estão na infância. Kawachi-Furlan e Rosa (2009) apontam que o ensino infantil de outra língua para as crianças não garantirá um futuro melhor para a criança, e que pode ser problemático. Eles comentam que o empenho da criança em aprender a língua pode comprometer o desenvolvimento da mesma nessa fase, já que é uma fase de grandes descobertas e mudanças que exige total atenção da criança em seu presente, e não no futuro.

Pode se dizer que muitos acreditam que só consegue dominar o inglês se começar a estudar desde cedo, porém não tem problema nenhum em começar a estudar na fase adulta. Um problema apontado pelos alunos é a questão do tempo para se dedicar a língua durante a fase adulta, já que existem muitas outras obrigações que demandam tempo e esforço, que podem desacelerar o aprendizado da língua (DE SOUSA et al., 2022, p. 10).

O gráfico 5 demonstra com que frequência os estudantes estudam inglês. Saber a língua inglesa pode ser o desejo de muitos, mas para chegar a esse resultado é importante o esforço constante. Ter fluência no inglês pode acrescentar muito na vida profissional, além disso, o idioma nos abre portas para oportunidades únicas e comunicação com pessoas do mundo todo.

Gráfico 5 – Você estuda inglês com frequência?



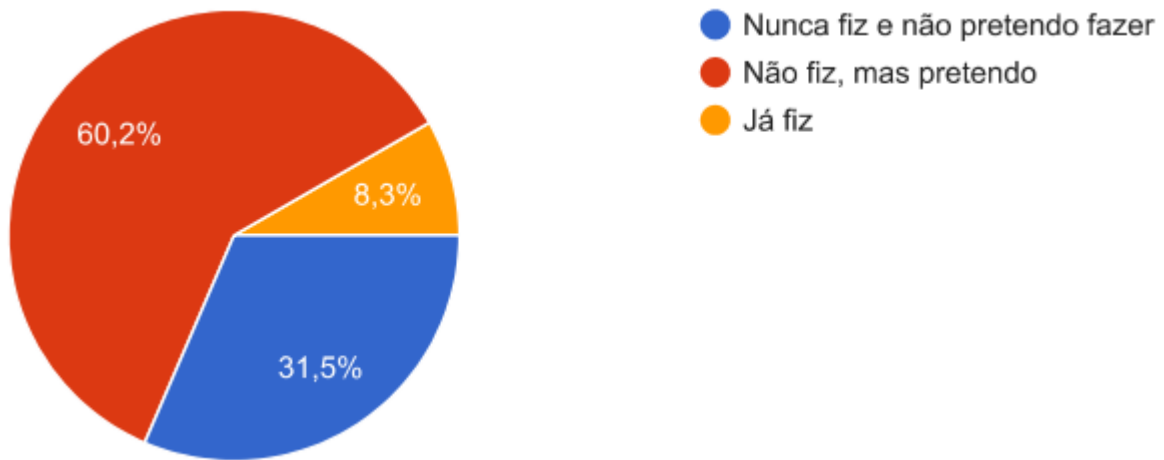
Fonte: Questionário Google Forms (2023).

Das 108 respostas, a maioria dos estudantes, 43,5%, não estudam inglês. Cerca de 41,7% afirmam que não estudam a língua inglesa com frequência. 10,2% diz que estudam em uma frequência média, e apenas 4,6% estudam em uma frequência alta. Ainda que não seja difícil, o estudo no idioma pode não ser simples para algumas pessoas, exigindo foco, prática, tempo e disciplina, o que nem sempre é possível ter. O estudo se torna mais fácil quando há um convívio com conversações e situações diárias no idioma. Muitos viajam para outros países com o objetivo de se tornar fluente na língua inglesa, já que o convívio se torna muito maior com as pessoas no dia a dia. Para Freiria & Moraes (2022) o conhecimento em língua inglesa se tornou uma necessidade na vida de muitos profissionais incluindo os gestores, dado o reconhecimento mundial que o inglês obteve após a globalização.

Se o aprendizado for de maneira correta, exercitando as habilidades de escrita, leitura, fala e com frequência, mesmo estando no Brasil poderá se tornar fluente. Além de permitir conhecer pessoas de culturas distintas, já que não é muito difícil encontrar nas principais cidades turísticas do mundo. “Tornar o ensino da língua inglesa no Brasil mais eficaz exige que todos os interessados nessa perspectiva: alunos, professores, autoridades e a sociedade como um todo, se unam e se empenhem” (DE SOUZA, 2011).

Na sequência, o gráfico 6 mostra se os estudantes já fizeram ou se pretendem fazer intercâmbio para melhorar o seu inglês.

Gráfico 6 – Você já fez ou pretende fazer intercâmbio para melhorar seu inglês?



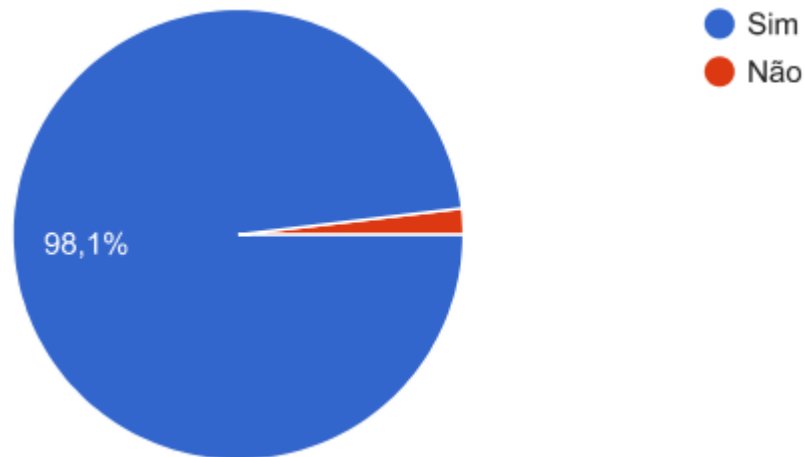
Fonte: Questionário Google Forms (2023).

No gráfico 6, 8,3% dos estudantes afirmam que já fizeram intercâmbio. Enquanto 31,5% deles nunca fizeram intercâmbio e não pretendem fazer, porém, é visto que a maioria, 60,2%, buscam essa alternativa como uma forma de melhorar seu inglês. Para Dos Santos Costa (2018) “a linguagem está inserida na sociedade e na cultura e, nesse sentido, aprender uma língua estrangeira envolve o aprendizado cultural”.

Ser intercambista proporciona conhecer culturas e costumes de diversos países, e é uma forma de melhorar o inglês e acelerar o aprendizado. O mercado de trabalho valoriza cada vez mais esses profissionais que possuem essa certificação, expandindo a rede de contatos e criando oportunidades futuras. “A busca dos brasileiros por uma experiência fora do país tem crescido nos últimos anos motivada por oportunidades futuras em relação a uma melhor colocação no mercado de trabalho” (GUALDA & SILVA, 2019). O intercâmbio concede vantagens enriquecedoras, como tornar-se independente e viver grandes experiências, e também o aprimoramento do currículo, pois ter um intercâmbio no seu currículo poderá ser um diferencial a frente de grandes empresas multinacionais. Gualda & Silva (2019) “apontam que o mercado de trabalho está valorizando cada vez mais a experiência do intercambista e a fluência no idioma vem como consequência”.

O gráfico 7, busca saber se os estudantes acreditam que saber a língua inglesa pode abrir portas na sua vida.

Gráfico 7 – Você acredita que saber inglês pode abrir portas na sua vida?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

No gráfico 7, 98,1% dos estudantes afirmam que acreditam que a língua inglesa poderá abrir portas na sua vida, e apenas 1,9% afirmaram não acreditar nisso. O inglês é muito benéfico e globalmente reconhecido, segundo Freiria & Moraes (2022), o inglês se tornou um pré-requisito na grande maioria das empresas e, ainda assim, um número muito pequeno de falantes brasileiros é registrado. Segundo pesquisas de 2021, apenas 5% dos brasileiros são falantes e apenas 1% é fluente.

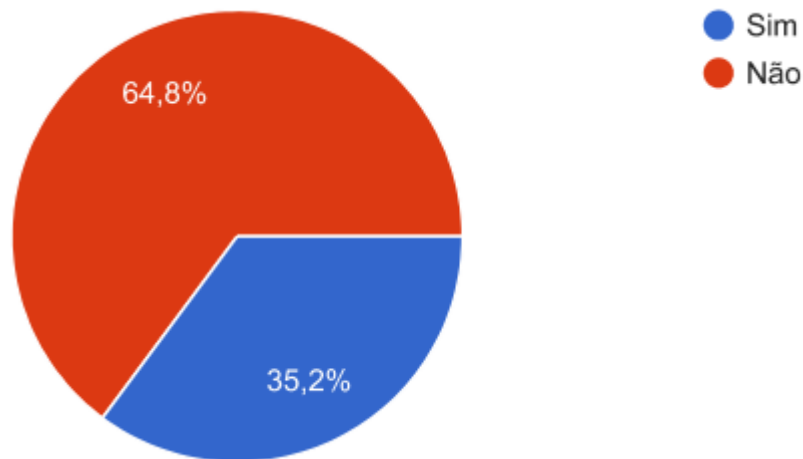
A língua inglesa é bastante utilizada como meio de comunicação no mundo dos negócios, a fluência pode gerar oportunidades de emprego em multinacionais, e diversas dessas empresas valorizam os colaboradores com habilidade no inglês, assim, aumentando a chance de alavancar sua carreira. Pode ser citado também que se você tem interesse de ingressar em universidades internacionais, é essencial o conhecimento do inglês, tanto para se comunicar, como na compreensão a informações da vida acadêmica. “A aprendizagem da língua inglesa (LI) é de suma importância já que esta gera oportunidades a nível geral, compreendendo que a LI está arraigada na história, já seja pela industrialização, globalização ou outros fatores” (GOMES, 2019). Sendo uma habilidade de suma importância dos dias



atuais, investir nesse aprendizado poderá abrir portas na carreira e trazer inúmeras oportunidades na vida.

No gráfico 8, os entrevistados respondem se já fizeram alguma entrevista de emprego em que foi solicitado ter o entendimento do inglês.

Gráfico 8 – Você já fez alguma entrevista de emprego onde foi requisitado ter o inglês?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

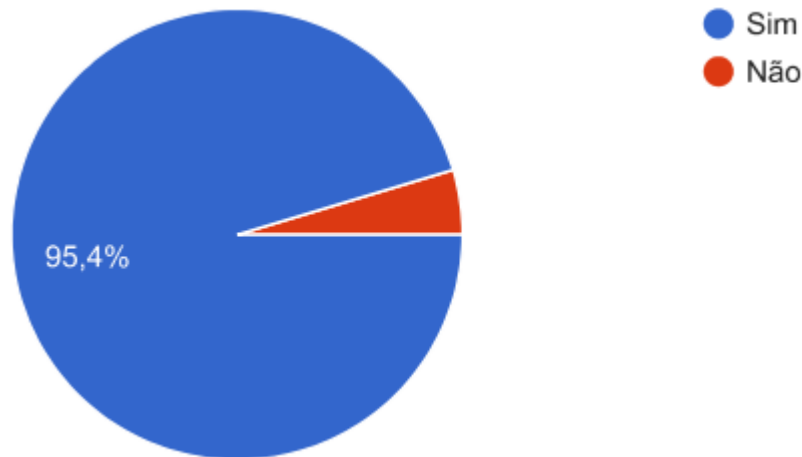
No gráfico 8, a maioria dos entrevistados, cerca de 64,8% afirmam que nunca passaram por alguma entrevista de emprego no qual fosse requisitado saber o inglês. Em contrapartida, 35,2% desses estudantes já necessitaram desse conhecimento. A cada dia cresce a exigência do domínio do inglês no mercado de trabalho em diversos setores, como negócios, pesquisa e estudos, tecnologia e informática, entre tantos outros (BARBOSA & BUCHAUL, 2014).

Para Pilatti & Santos (2011) a língua inglesa é essencial e importante devido ao seu uso constante, principalmente se participar de um processo de integração global é o almejado. Em algumas entrevistas ter o conhecimento pode fornecer uma vantagem competitiva a frente de outros candidatos, saber lidar com clientes estrangeiros e ampliar as possibilidades de emprego.

É altamente aconselhável investir no aprendizado da língua inglesa, pois a qualquer momento poderá ser cobrado por ela, principalmente se busca uma carreira em um ambiente globalizado. É imprescindível investir no aprendizado para usufruir dessas oportunidades.

A seguir, no gráfico 9, é discutido os resultados sobre o que os alunos do curso de administração acham necessário o inglês como disciplina obrigatória em cursos de graduação?

Gráfico 9 – Você acha necessário o inglês como disciplina obrigatória em cursos de graduação?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

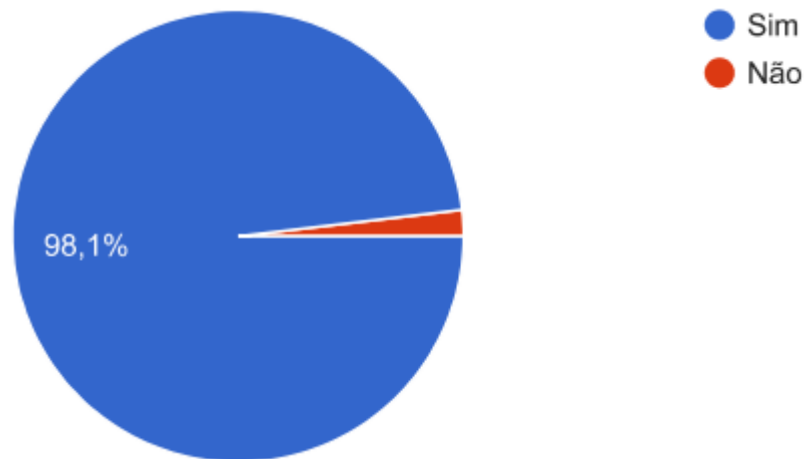
De todas as 108 respostas, 95,4% acham que é necessário o inglês ser uma disciplina obrigatória em cursos de graduação, enquanto 4,6% não acha que é preciso ser uma disciplina obrigatória.

Com a globalização houve um estreitamento das relações comerciais entre os países, pessoas e empresas, com a língua inglesa dominando esse cenário.

Segundo Cabrera, et al. (2018) no cenário atual do Brasil, infelizmente nem todos possuem acesso à educação de qualidade, ou condições financeiras para pagar um curso de idiomas. Devido à falta de investimento do estado com a educação, tanto professor como aluno se encontram desmotivados. “Contudo, ser fluente no inglês traz mais vantagens e benefícios na vida profissional do que se imagina”. (CABRERA, et al., 2018)

No gráfico 10, os alunos de administração responderam se eles acreditam que o inglês é importante para a profissão de administrador.

Gráfico 10 – Você acredita que o inglês é importante para o administrador?



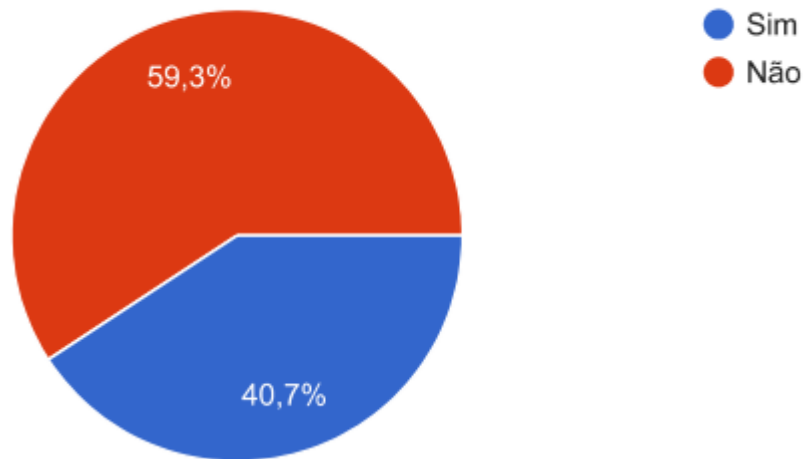
Fonte: Questionário Google Forms (2023).

De todas as 108 respostas, 98,1% afirmaram que acreditam que o inglês é sim importante para o administrador, enquanto, cerca 1,9% não acha importante que o administrador saiba a língua.

A administração é responsável por várias mudanças do mercado. Para Costa (2008) os novos mercados são impulsionados pela economia, dessa forma, uma economia globalizada facilita a comunicação de um país com o outro além de ser uma ferramenta para competitividade. Segundo Santos e Pilatti (2008) para o processo de internacionalização é importante que os profissionais se especializem, estudem e persistam em adquirir conhecimento. Segundo os autores é necessário o aprofundamento na língua inglesa para que seja realizado um trabalho eficaz dentro das empresas globalizadas.

No próximo gráfico, foi questionado se os estudantes de administração já conversaram com outra pessoa em inglês.

Gráfico 11 – Você já conversou com outra pessoa em inglês?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

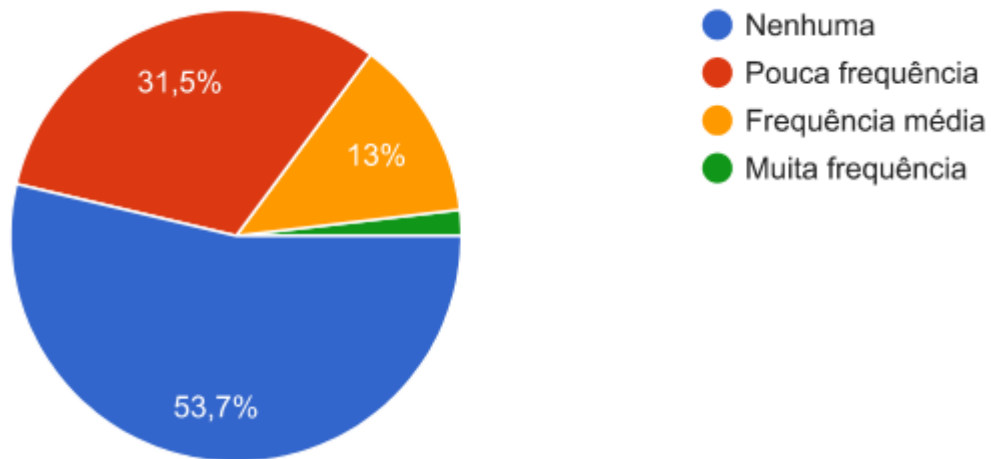
Das 108 pessoas que responderam à questão, 59,3% respondeu que nunca conversou com outra pessoa em inglês, enquanto 40,7% informa que já conversou com outra pessoa em inglês.

Com a chegada da era da globalização, o inglês tornou – se a língua mundial. Segundo (CABRERA, et al., 2018) o inglês é a língua universal que mantém contato entre as nações. Em um mercado de trabalho competitivo, o inglês está deixando de ser apenas um diferencial e se tornando essencial para o currículo do profissional. Sendo assim, para um administrador, ser fluente na língua inglesa se torna indispensável, pois oferece oportunidades diversificadas de trabalho em outros países.

Portanto, os estudantes se contradizem, visto que no gráfico 10 eles respondem uma pergunta sobre a importância do inglês para o profissional de administração, e a quase totalidade da pesquisa afirma que sim, como mostrado no gráfico 10 da pesquisa.

No gráfico 12, os estudantes foram questionados sobre a frequência de leitura de notícias em inglês.

Gráfico 12 – Com que frequência você lê notícias em inglês?



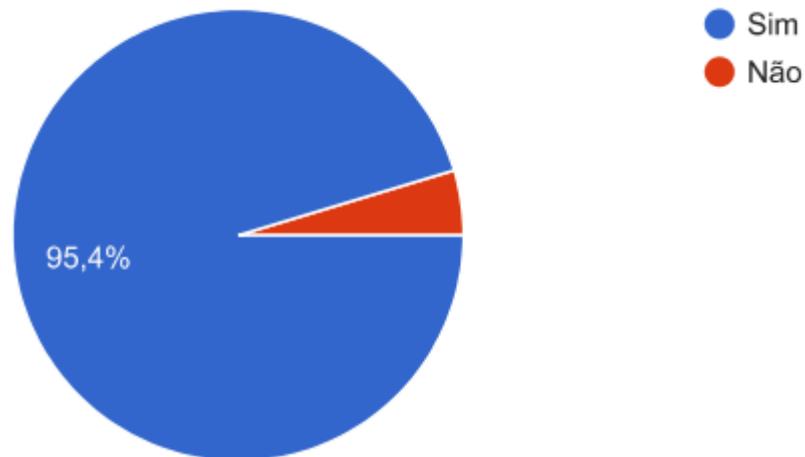
Fonte: Questionário Google Forms (2023).

53,7% dos entrevistados responderam que não tem nenhuma frequência em ler notícias em inglês. Enquanto 31,5% afirmaram ler com pouca frequência. 13% deles diz que leem notícias com frequência média, e apenas 1,95% afirma que lê notícias em inglês com muita frequência.

Analisando as respostas dos alunos, aparece uma contradição, uma vez que, no gráfico 7, a maioria dos alunos afirma que o inglês abre portas em suas vidas. Segundo Willian (2019) além de ser usada no mundo dos negócios empresarial, o inglês está sendo utilizado no campo acadêmico por ser uma linguagem difundida a âmbito global, logo, ter o inglês significa um maior acesso a informações, que é algo crucial para a profissão de administrador

Seguindo para o fim da discussão dos resultados, foi indagado aos entrevistados, no gráfico 13, se eles acham que o entretenimento pode contribuir para o aprendizado da língua inglesa.

Gráfico 13 – No geral, você acha que entretenimento contribui pro seu aprendizado na língua?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

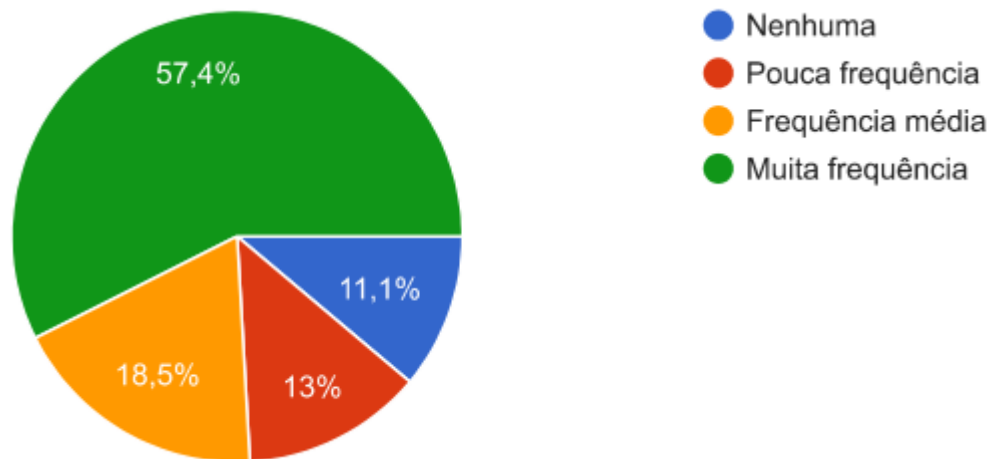
No gráfico 13, grande parte dos entrevistados afirmou que o entretenimento pode sim ser uma ferramenta no aprendizado da língua, 95,4% das pessoas possuem essa opinião, enquanto 4,6% discorda, votando não, e afirmando que o entretenimento não contribui para o aprendizado de um idioma.

O mundo atual vive em uma grande era do entretenimento, plataformas musicais e de audiovisual dominaram o modo de consumir entretenimento atualmente. Séries de televisão vivem um novo momento, a qualidade e a quantidade de produções aumentou significativamente, somando com a popularidade dos streamings é possível afirmar que a expansão desse tipo de entretenimento permanecerá por anos (DUARTE et al., 2020).

Uma vantagem que o entretenimento musical/audiovisual tem em relação ao estudo comum, é que pelo entretenimento o estudante pode escolher aquilo que ele mais gosta de escutar/assistir/ler e unir esse divertimento com o aprendizado, gerando uma motivação a mais para seguir estudando, para Toledo (2018): “A motivação pode envolver o impulso inicial para a realização de alguma atividade, e as emoções podem ser determinantes para o contínuo engajamento com a mesma”.

Na questão seguinte, gráfico 14, foi perguntado aos entrevistados se eles consomem música em inglês com frequência.

Gráfico 14 – Com que frequência você escuta músicas em inglês?



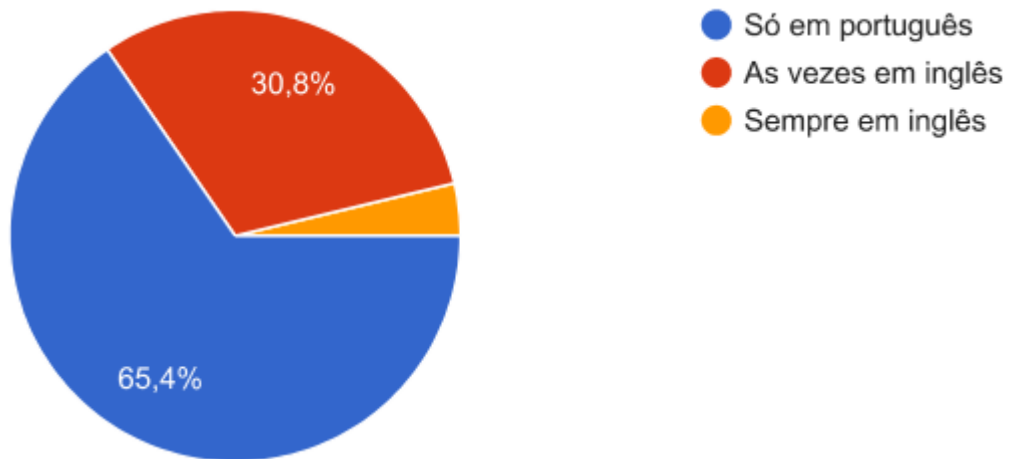
Fonte: Questionário Google Forms (2023).

No gráfico 14, 57,4% dos entrevistados comentam que escutam músicas em inglês com muita frequência, 18,5% respondeu que escuta em uma frequência média, 13% diz que escuta músicas em inglês com pouca frequência e 11,1% afirma que não escuta músicas em inglês.

As músicas têm o mesmo poder que as séries, talvez até vão um pouco além, já que as músicas possuem uma duração menor e são de fácil repetição, tornando-se uma tarefa bem mais simples de ser efetuada. Para Aguiar (2021) músicas tem o poder de criar um ambiente de aprendizado mais leve e confortável, que levam o ouvinte por meio de uma experiência melódica, utilizando as composições musicais, como as da Lady Gaga, como uma forma de aprendizado do inglês, e ainda comenta que o estudo através das músicas pode ir além de apenas vocabulário e gramática.

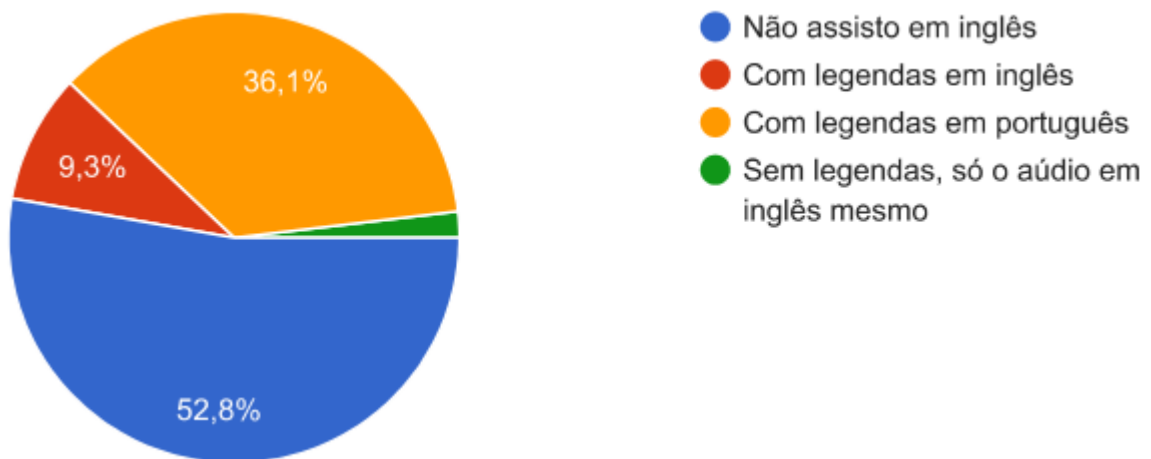
Por fim, o resultado e a discussão dos últimos dois gráficos, gráficos 15 e 16, foram unidos já que ambos perguntam sobre o consumo de séries e filmes dos entrevistados no seu dia a dia, e o quanto eles podem aprender com esse conteúdo.

Gráfico 15 – Você prefere assistir séries/filmes em português ou inglês?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

Gráfico 16 – Se você assiste séries/filmes em inglês, como você prefere?



Fonte: Questionário Google Forms (2023).

No gráfico 15, foi perguntado sobre o idioma em que os entrevistados assistem suas séries e filme. 65,4% respondeu que só consomem séries e filmes em português, 30,8% diz que às vezes assiste em inglês e apenas 3,7% afirma que sempre assiste no idioma inglês. E no gráfico 16, foi perguntado como os participantes preferem assistir suas séries e filmes quando estão assistindo em inglês. 52,8% afirmam que não assistem nada no idioma inglês, 36,1% diz que sempre assiste com legendas em português, 9,3% assistem com legendas em inglês e apenas 1,9% dos entrevistados assistem suas séries e filmes em inglês, sem o auxílio de legendas, apenas com áudio em inglês.

Consumir séries em inglês, com o auxílio de legendas, tem se tornado cada vez mais popular entre aqueles que querem aprender inglês. Plataformas de



streaming de vídeo como *Netflix* e *Prime Video* são muito usadas pela praticidade de por uma série e escolher em que idioma irá escutar e em qual idioma a legenda estará, auxiliando assim o contato com várias línguas. Séries como *How I met your mother* e *Friends*, seguem o modelo de estudo preferido dos indivíduos que estudam por séries, por possuírem em média 22 minutos por episódio, e por retratarem o cotidiano dos personagens, e o que eles falam nesse cotidiano. Muitos estudantes afirmam não ter tempo para estudar assuntos paralelos ao seu curso, logo, adicionar uma série como forma de aprendizado suaviza muito o aprendizado, aprendendo expressões e palavras novas daquele idioma de forma orgânica (TOLEDO, 2018)

O questionário realizado constata que grande parte dos estudantes de administração reconhece a importância do inglês para suas carreiras e acredita que saber o idioma pode mudar suas perspectivas de vida. No entanto, como foi mostrado durante as discussões, muitos dos estudantes apenas reconhecem o impacto que o domínio da língua pode proporcionar, porém grande parte não está empenhada em buscar um aprimoramento pessoal com o idioma.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou entender a importância da língua inglesa para o estudante de administração, o que o estudante pensa sobre a língua, o que ele faz para adquirir o idioma, se ele enxerga a relevância ou importância de ter a língua inglesa consigo, no geral, analisar seu engajamento perante o inglês. A falta desse engajamento é perceptível nos dias atuais, logo, essa pesquisa utiliza da abordagem quali-quantitativa para averiguar a questão abordada no trabalho.

Para compreender o que foi proposto na pesquisa, foi elaborado uma série de estudos sobre o aprendizado da língua inglesa no contexto brasileiro, seguido de questionários para analisar como cada pessoa enxerga a situação, levando aos resultados obtidos. Com isso, o argumento inicial do trabalho, que busca analisar o engajamento dos estudantes de administração perante o inglês, se confirma nítido em relação a falta de prioridade com a língua com base nas respostas das pessoas que participaram do questionário.

Contudo, vale ressaltar a importância do aprendizado da língua inglesa para esses estudantes que buscam tanto uma carreira internacional, como também se especializar e ter um bom entendimento do inglês devido a globalização.

Sendo assim, é possível afirmar que, de fato, há um problema de interesse dos estudantes de administração em relação ao aprendizado da língua inglesa. A falta de empenho, tempo, dinheiro, disposição, como mostrado nos resultados, são os fatores que corroboram a problemática de engajamento dos alunos. A falta de interesse no aprendizado do inglês pode representar uma grande barreira para o desenvolvimento desses estudantes. Ter o domínio na língua inglesa facilita a comunicação em um mundo globalizado e permite ter acesso a um vasto conhecimento e cultura. É de suma importância o interesse pelo aprendizado do inglês, explorando esse universo e reconhecendo os benefícios que poderão surgir junto com ele.

Os meios usados para coleta de dados foram de extremo valor para essa pesquisa. O questionário feito no google docs foi muito certo em trazer as respostas dos alunos, sem invadir as questões pessoais de cada um. Através de um questionário focado na problemática estabelecida, os resultados vieram sem problemas.

Para pesquisas futuras, será possível usar essa pesquisa de base e possivelmente ir além levando em consideração o escopo do local da pesquisa, e o número de entrevistados, e claro, considerando o avanço da língua e das maneiras de aprendizagem que estão em constante mudança, novas interpretações do assunto sempre irão aparecer de tempos em tempos.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Matheus Henrique Ferreira de. **O ensino de língua inglesa por meio de músicas de Lady Gaga**. 2021.

ALMEIDA, Marcos Inácio Severo de et al. Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opinião digitais no engajamento. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, p. 115-137, 2018.

ANDERSON, P. **Balço do neoliberalismo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ARAUJO, Gabriela Machado; DE OLIVEIRA, Simone Cordeiro. **O ENSINO DA LÍNGUA INGLESA A ALUNOS QUE NÃO DOMINAM A GRAMÁTICA DA LÍNGUA PORTUGUESA**. 2012.

ARCHANJO, Renata. **Globalização e Multilinguismo no Brasil Competência Linguística e o Programa Ciência Sem Fronteiras**. Rio Grande do Norte: RBLA, 2015.

BARBOSA, Silda Morelli Cristiano; BUCHAUL, Sandra Venancio Kezen. **O INGLÊS NO MERCADO DE TRABALHO**. In: Congresso de Ensino Pesquisa e Extensão-CONEPE. 2014.

BASTOS, Rafael Lira Gomes; LIMA, S. de C. **Narrativas de aprendizagem de inglês em tempos de pandemia. Reflexões sobre o ensino de línguas e literatura, formação docente e material didático**. São Carlos: Pedro & João Editores, v. 1, p. 75-92, 2020, p. 62-63.

CABRERA, G. F.; GEMENTI-SPOLZINO, M. M.; GOMES, LCD. **A IMPORTÂNCIA DA LÍNGUA INGLESA PARA OS ADMINISTRADORES DE EMPRESA THE IMPORTANCE OF THE ENGLISH LANGUAGE FOR COMPANY MANAGERS**. 2018.

CANUTO, Baltazar et al. **ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS DE UMA INFLAÇÃO ELEVADA NAS FAMÍLIAS DE BAIXA RENDA E A AMPLIAÇÃO DAS DESIGUALDADES**. CADERNO DISCENTE, v. 8, n. 1, p. 25-33, 2023.

CARVALHO, Ana Paula Rocha. **Os Benefícios do Ensino-Aprendizagem da Língua Inglesa no Ensino Fundamental**. 2007. Tese de Doutorado. Universidade Estadual do Piauí (UESPI)-Campus Professor Alexandre Alves de Oliveira-Parnaíba.

COSTA, Thelmo Vergarade. **Disciplina de Assessoria em Comércio Exterior. Semestre VII**. Soledade: UPF, 2008.

CRUSE, Rui Manuel; PECK, Erick Rodrigues. A Importância do Inglês para a Internet. # Tear: **Revista de Educação, Ciência e Tecnologia**, v. 1, n. 1, 2012.

DA SILVA, Cintia Paula Santos; DE LEITGEB LOURENÇO, Lucília Teodora Villela. Inglês para iniciantes: Estratégias de comunicação e inserção na cultura inglesa. **ANAIS DO SEMEX**, n. 3, 2010, p. 2

DA SILVA, ELIAS RIBEIRO. “[...] você vai ter que aprender inglês de qualquer jeito, querendo ou não!”: **Exames de línguas e política linguística para o inglês no Brasil**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas.

DE MESQUITA, Sandra Valéria Dalbello; ROLIM, Anderson Teixeira; DE OLIVEIRA, Gabriela Lima. A atualidade de aplicativos digitais móveis para aprendizado de língua inglesa. **Revista Educação e Linguagens**, v. 7, n. 13, p. 180-191, 2018.

DE SOUSA SILVA, Ângela Cristina. A importância do ensino da língua inglesa na educação básica em instituições públicas brasileiras. **Revista Com Censo: Estudos Educacionais do Distrito Federal**, v. 9, n. 1, p. 82-90, 2022.

DE SOUSA, Maria Goretti Guerreiro Silva; DE ALMEIDA GOMES, Ana Karina; CHENA, Ana Eugenia Gonzalez. Fatores que dificultam a aprendizagem da língua inglesa na fase adulta no curso livre de inglês. **Revista Expressão Católica**, v. 11, n. 1, p. 30-42, 2022.

DE SOUZA, Eliana Santos et al. O ensino da língua inglesa no Brasil. BABEL: **Revista Eletrônica de Línguas e Literaturas Estrangeiras**, v. 1, n. 1, p. 39-46, 2011.

DOS SANTOS COSTA, Giselda. Língua & cultura no ensino de inglês como língua estrangeira: uma experiência sociocultural de alguns estudantes de intercâmbio do Instituto Federal do Piauí. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 13, n. esp 1, p. 379, 2018.

DOS SANTOS, Magda Elisabete; DOS SANTOS, Maria Elisabete Mariano. **Qualificação profissional e aquisição de fluência da língua inglesa através de programas de intercâmbio**. Curso de Secretariado Executivo Bilíngüe, p. 35, 2008.

DUARTE, José; COELHO, Ana Daniela; SOL, Hermínia. **A nova era dourada da televisão: as séries contemporâneas**. TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA (ISSN: 2358-212X), v. 9, n. 1, 2020.

**English at Work: global analysis of language skills in the workplace**. (2016).

FREIRIA, Mariana Clapes; MORAES, Márcia Ferreira. **A importância da língua inglesa no curso superior de tecnologia em gestão empresarial**. In: Congresso de Tecnologia-Fatec Mococa. 2022.

GENESEE, F. (2015 a). **Myths about early childhood bilingualism**. Canadian.

GIL, Antônio Carlos. **Como classificar as pesquisas. Como elaborar projetos de pesquisa**, v. 4, n. 1, p. 44-45, 2002.

GOMES, Reginaldo Pereira. **Motivação ao Ensino/Aprendizagem da Língua Inglesa no ensino médio**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso.

GUALDA, Linda Catarina; SILVA, Aline Rodrigues. A importância do intercâmbio em língua inglesa para o estudante universitário brasileiro: principais modalidades e oportunidades. **Revista Processando o Saber**, v. 11, p. 102-116, 2019.

GUIMARÃES, Felipe Furtado; KREMER, Marcelo Martins. **Adopting English as a medium of instruction (EMI) in Brazil and Flanders (Belgium): a comparative study**. Ilha do Desterro, v. 73, p. 217-246, 2020.

IANNI, O. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

KARIM, Taisir Mahmudo; LARA, Francineli Cezarina. O INGLÊS MEIA-BOCA. **Revista Recorte**, v. 18, n. 2, p. 01-15, 2022.

KAWACHI-FURLAN, Cláudia Jotto; ROSA, Marina Márcia. Mitologia do ensino-aprendizagem de inglês para crianças. **Revista Estudos em Letras**, v. 1, n. 1, p. 7-20, 2020.

Kotler, 2000 apud BUENO, **GABRIEL MARQUES DO AMARAL. IMPORTÂNCIA DO DOMÍNIO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS PARA OS FUTUROS PROFISSIONAIS DE ADMINISTRAÇÃO PARA ATUAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO.**

Kumar, V., & Gupta, S. (2016). **Conceptualizing the evolution and future of advertising.** *Journal of Advertising*, 45(3), 302-317.

LEE, Shinhye et al. **The Importance Of English Writing Skills In The International Workplace.** ETS Research Memorandum Series. ETS RM–20-07.

Leffa, V. J. (2013). Prefácio. In C. Nicolaidis et al. (Eds.), **Política e Políticas Linguísticas** (pp. 7-10). Campinas, SP: Pontes Editores.

LIMA, **Solange dos Santos. Crenças de uma professora e alunos de quinta série e suas influências no processo de ensino e aprendizagem de inglês em escola pública.** 2005. 192 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, 2005.

MAGNOLI, D. **Globalização: Estado nacional e espaço mundial.** São Paulo: Moderna, 1997.

MAYLON, Dancleyson; NETTO, Leonel. **A Importância do Conhecimento da Língua Inglesa para as Atividades Portuárias.** 2020, p. 1.

Moorman, et al., 1993, apud BUENO, **GABRIEL MARQUES DO AMARAL. IMPORTÂNCIA DO DOMÍNIO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS PARA OS FUTUROS PROFISSIONAIS DE ADMINISTRAÇÃO PARA ATUAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO.**

NACIONAIS, **INTRODUÇÃO AOS PARÂMETROS CURRICULARES.** terceiro e quarto ciclos do Ensino Fundamental. Brasília: MEC-Secretaria de Educação Fundamental, 1998, p. 255.

OLIVEIRA, J. P. de. **A competitividade nacional e a questão da língua** - Diário Económico, Set 2008, p. 1.

PANDEY, Meenu; PANDEY, Prabhat. **Better English for better employment opportunities. International journal of multidisciplinary approach and studies**, v. 1, n. 4, p. 93-100, 2014.

PILATTI, Andrielle; SANTOS, Maria Elisabete Mariano dos. **O domínio da língua inglesa como fator determinante para o sucesso profissional no mundo globalizado. Secretariado Executivo em Revist**, v. 4, n. 4, p. 1-16, 2011.

PIRES, Marília Freitas de Campos e REIS, Roberto Tozini. **Globalização, neoliberalismo e universidade: algumas considerações**. 1999.

RAO, Meghana A.; DONALDSON, Stewart I. Expanding opportunities for diversity in positive psychology: An examination of gender, race, and ethnicity. **Canadian Psychology/Psychologie Canadienne**, v. 56, n. 3, p. 271, 2015.

RANGEL, Mary; RODRIGUES, Jéssica do Nascimento; MOCARZEL, Marcelo. **Fundamentos e princípios das opções metodológicas: Metodologias quantitativas e procedimentos quali-quantitativos de pesquisa**. Omnia, v. 8, n. 2, p. 05-11, 2018.

ROCHMAN, Alexandre Ratner. **Globalização: uma introdução**. São Paulo: Desatino, 2003.  
SANTOS, M. E. M. ; PILATTI, A. **O domínio da língua inglesa como fator determinante para o sucesso profissional no mundo globalizado**. p. 05- 20, 2008.

SOARES, Luiz Antonio Batista. **GLOBALIZAÇÃO NAS EMPRESAS**. Pará: Fibra, 2010.

TOLEDO, Fabiano Bernardes de. **A relação estabelecida por aprendizes de línguas com séries de televisão: interfaces com a sala de aula e com o processo de aprendizagem de inglês**. 2018

UNIBRA - CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO. **UNIBRA. 2023**. Disponível em: <https://www.grupounibra.com/>. Acesso em: 15 abr. 2023.