

## DO YOU SPEAK ENGLISH? CONSIDERAÇÕES SOBRE A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DE JARGÕES EM INGLÊS NA ADMINISTRAÇÃO<sup>1</sup>

Maria Laura de Camargos Santos<sup>2</sup>  
Marais Viana Soares<sup>3</sup>  
Jorgiane Suelen de Oliveira<sup>4</sup>

**RESUMO:** Este trabalho teve como objetivo diagnosticar se os estudantes de administração de todos os períodos do UNIPAM, entendem os principais jargões em inglês, utilizados na profissão e se, de fato, utilizam esses jargões, tanto em sala de aula, quanto na vida profissional. Os objetivos se voltam a procurar-se-á: Elencar os jargões em inglês mais conhecidos pelos alunos, analisar quais são os jargões em inglês mais utilizados pelos alunos no trabalho, junto aos professores, quais termos em inglês são utilizados em sala de aula e a relação entre a utilização dos jargões e a comunicação efetiva. A pesquisa empregada é a descritiva explicativa, por meio de questionários, foi feito um estudo de campo, também foram entrevistados professores e gestores, por meio da aplicação de um roteiro de entrevista. Os resultados apontaram que a maioria dos alunos não tem um bom conhecimento da língua inglesa, já que a maioria justificou que apesar do interesse em aprender a língua, existem barreiras financeiras e ausência de tempo para conseguir estudar o idioma. Entretanto, grande parte entende o significado e a importância dos termos apresentados durante a graduação na universidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jargões administrativos, inglês, comunicação.

**ABSTRACT:** This study aimed to diagnose whether business students from all periods of UNIPAM understand the main jargon in English, used in the profession and whether, in fact, they use these jargon, both in the classroom and in their professional life. The objectives will be sought again: List the jargon in English best known by students, analyze which jargon in English is most used by students at work, with teachers, which terms in English are used in the classroom and the relationship between jargon usage and effective communication. The research used is the explanatory descriptive, through questionnaires, a field study was carried out, teachers and managers were also interviewed, through the application of an interview script. The results showed that the majority of students do not have a good knowledge of the English language, since most justified that despite the interest in learning the language, there are financial barriers and lack of time to be able to study the language. However, a large part understands the meaning and importance of the terms presented during university graduation.

**KEYWORDS:** Administrative jargon, English, communication.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na área temática 1 - Novas tecnologias e ferramentas para gestão empreendedora do Fórum Gerencial, realizado de 17 a 19 nov. 2020.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º período do curso de Administração do UNIPAM. E-mail: [mariacamargos@unipam.edu.br](mailto:mariacamargos@unipam.edu.br).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 8º período do curso de Administração do UNIPAM. E-mail: [maraisviana@unipam.edu.br](mailto:maraisviana@unipam.edu.br).

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho e professora do curso de Administração do UNIPAM. E-mail: [jorgiane@unipam.edu.br](mailto:jorgiane@unipam.edu.br).

## 1 INTRODUÇÃO

A comunicação envolve planejar e gerar propósitos para alcançar o êxito desejado, no qual compreende uma série de métodos que tem como intuito fazer todos os funcionários ter conhecimento do que está acontecendo na empresa, sua missão, visão e valores, planos estratégicos, ações táticas e estratégias utilizadas. Suas quatro funções mais básicas são: controle, motivação, expressão e informação passada. Para que a comunicação tenha o efeito esperado, ela precisa ser clara. Uma empresa que não estipula boa comunicação entre seus colaboradores tende a ter problemas no clima organizacional, visto que a falta de comunicação pode afetar o desempenho dos funcionários. A construção de uma comunicação eficaz permite a interação e integração de todo o universo corporativo.

Entre seus objetivos, informar os funcionários sobre os valores da empresa e sobre o ambiente de trabalho, valorizar a participação dos funcionários no segmento da organização, facilitar o relacionamento interpessoal, dentre outros. Dentre dessa perspectiva, o administrador em formação precisa se preparar para um mercado competitivo e exigente, desde os primeiros anos do curso. Infelizmente, no caso brasileiro, poucas são as pessoas que têm o privilégio de se aprofundar no estudo de uma segunda língua no ensino médio. A grande maioria da população só se aprofunda nos estudos mais tarde, atendendo a demandas do mercado de trabalho. Atualmente, essa realidade ganha novos contornos frente a grande oferta de cursos de línguas gratuitos, oferecidos pela internet.

Devido a diversos termos que são utilizados em inglês, na administração, tanto na universidade quanto na aplicação diária desses jargões no ambiente profissional, é de extrema importância que o administrador saiba tanto o significado, como o melhor contexto de uso. Entretanto, a grande maioria dos universitários não entendem os significados dos jargões em inglês, o que acaba dificultando a inserção desses profissionais no mercado de trabalho, pois esses termos estão se tornando bem comuns nas organizações. Contudo, para o estudante de administração e para trabalhadores sem formação acadêmica, o uso desse tipo de vocabulário pode representar um obstáculo à comunicação, visto que está se tornando popular que diretores e executivos expressam esses termos nas empresas.

Mediante o descrito, este trabalho teve como objetivo geral diagnosticar se os estudantes de administração de todos os períodos do UNIPAM, entendem os principais jargões em inglês, utilizados na profissão e se, de fato, utilizam esses termos, tanto em sala de aula, quanto na vida profissional. Especificamente, os objetivos se voltam a procurar-se-á: Elencar os jargões em inglês mais conhecidos pelos alunos, analisar quais são os jargões em inglês mais utilizados pelos alunos no trabalho, junto aos professores, quais jargões em inglês são utilizados em sala de aula e a relação entre a utilização dos jargões e a comunicação efetiva. Justifica-se, dentro desse cenário, o desenvolvimento da proposta de pesquisa apresentada, buscando identificar as vantagens e os gargalos do conhecimento dos jargões em inglês, pelos estudantes e professores do curso de Administração do UNIPAM, bem como se a utilização desses vai de encontro com o sinalizado pelos empresários.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

É interessante ver como a comunicação empresarial é um aspecto importante nos dias atuais, pois mostra o quão importante é saber se comunicar no ambiente externo e interno da empresa, que ocorre dentro de um contexto muito mais complexo no âmbito tanto das organizações quanto da sociedade. Grandes são os desafios a serem enfrentados pelos agentes envolvidos numa sociedade em constantes mutações, onde o que predomina é a incerteza global.

De acordo com Bueno (2014), a comunicação empresarial está relacionada com um modelo complexo de métodos, que correspondem às relações entre uma empresa e seus distintos públicos de interesse, ou seja, abrange a área de ações, estratégias, instrumentos, canais de relacionamento e metodologias, com o intuito de auxiliar no desenvolvimento das organizações.

Em tese, a comunicação empresarial está no cotidiano das organizações, visto que é um aspecto de extrema importância para um bom clima organizacional. As organizações são afetadas com mudanças atuais, o que requer que os profissionais estejam aptos aos tipos de situações envolvendo o uso linguístico dentro da empresa. As ações de comunicação precisam ser muito mais bem pensadas estrategicamente e planejadas com base em pesquisas científicas e análise de cenários. Então vem a necessidade de se ter uma visão abrangente e integrada da comunicação, unindo o trabalho de relações públicas frente à comunicação institucional.

A estratégia da comunicação das organizações tende a reconhecer suas marcas em mercados movimentados, elaborar a gestão corporativa, adequar rentabilidade, liquidez e produtividade além de somar um marketing forte a sinergia nos negócios, e além de expandir a transparência dos serviços ou mercadorias que são indispensáveis elementos de qualidade que os tornam bem aceitos (BAHIA, 2011).

A comunicação nas organizações é uma ferramenta estratégica de planejamento que aplica a comunicação interna e a comunicação externa para melhorar o fluxo de informações e o relacionamento organizacional, com o objetivo de garantir sua sustentabilidade no mercado. Segundo Castro (2015), a comunicação nas empresas é um importante fator nos negócios, visto que saber se expressar corretamente em determinadas situações organizacionais, traz credibilidade positiva para a empresa, além de ter uma boa imagem em relação ao mercado.

#### 2.1.1 Estrangeirismo

Pode se dizer que o estrangeirismo está cada dia mais comum no Brasil, principalmente nas empresas, essa expressão linguística é considerada em algumas gramáticas um método de compor algumas palavras, em outras é considerado uma figura de linguagem e há ainda aquelas gramáticas que são mais conservadoras, em que o estrangeirismo é considerado um vício de linguagem.

É interessante notar que nos dias atuais usar esses termos linguísticos se tornou muito comum nas organizações, principalmente entre os administradores, seja

para fechar um negócio ou se comunicar com clientes. O estrangeirismo é o uso de palavras que tem sua origem na língua estrangeira, já que são palavras citadas em outro idioma que possuem um termo correspondente a ela no idioma português (GONÇALVES, 2011).

Enquanto alguns veem o uso de estrangeirismos como uma tendência de evolução da língua, outros a encaram como uma submissão aos países mais desenvolvidos, uma vez que provocam a descaracterização da língua, e, portanto, da cultura. Em outras palavras, mesmo as palavras vindas de outros países, acabam de certa forma se adequando ao português, seja na forma de se pronunciar ou na forma de desenvolver frases e sentenças.

Segundo Magnani (2014), o inglês tornou-se um método importante para a venda de mercadorias e serviços e para nomear instalações comerciais. Com a aplicação dos estrangeirismos, os comércios relacionam as mercadorias a influência de um país economicamente elevado. O uso do estrangeirismo está cada vez mais comum entre as organizações, visto que a utilização da língua inglesa pode ser um método para alcançar mais rentabilidade das vendas em determinadas empresas, gerando mais lucratividade com o uso de termos estrangeiros.

### **2.1.2 Comunicação no mundo acadêmico**

Segundo CORRADO (1994), a comunicação é a troca de informações entre os indivíduos e significa tornar comum uma mensagem ou informação, ou seja, ter boa comunicação para saber quando utilizar esses termos e como, vai evitar mal entendimento e melhorar a comunicação, tanto dentro da empresa como externamente. A comunicação pode acontecer de várias formas, seja pelo modo verbal, usando a fala e a escrita, ou pelo modo não verbal, usando gestos, expressões faciais e imagens. A comunicação não é mais retratada como propagação de informações ou conhecimento, mas como um modelo de desempenho que tem como objetivo formar e desenvolver a comunicação para chegar a uma conclusão (TAYLOR, 2005).

Para os acadêmicos, deve-se se lembrar que um bom profissional que atua no mercado de trabalho utiliza esses meios com clareza e confiança, sem transparecer errado que está apenas querendo chamar a atenção, mas sim mostrando que apesar de não falar inglês, sabe utilizar termos em inglês direcionados a administração para melhorar o fluxo de informações e entendimento da organização, e assim fazer a diferença no mercado de trabalho. (MATOS, 2019).

Assim como ocorre com as gírias, a utilização de termos não mais usuais pode dar a impressão de que o profissional está ultrapassado, pois há termos que são permanentes e os modismos. Como os jargões corporativos estão sempre evoluindo, é preciso que o profissional evolua com eles. Palavras-curinga ou palavras “mais ou menos” acabam gerando margens de dúvidas e equívocos que comprometem o resultado de uma comunicação profissional. Um fato que se agrava na medida em que as pessoas têm uma inibição de se certificar se entendem uma palavra técnica corretamente. Kreps (1995), ressalta sobre a importância da comunicação no âmbito organizacional, no qual afirma que a comunicação é um processo dinâmico, no qual

existe cooperação entre as partes, já que sem comunicação, não teria como relacionar com outras pessoas, trocar ideias e informações e ter uma boa convivência.

Para um bom clima organizacional, é importante ter comunicação eficiente na empresa, tanto com os clientes, mas também com os funcionários, visto que o diálogo, desde que seja de forma respeitosa, é um meio imprescindível para ter boas relações empresariais. Segundo Wener (2007), o domínio desse vocabulário diferencia o gestor empresarial internacional do “paroquial”; portanto, é uma questão de querer agilizar a carreira ou não. Em princípio, o uso desse vocabulário pode, ou melhor, deve ser usado na comunicação empresarial sobre objetivos, estratégia, software gerencial e monitoramento de desempenho.

Não é recomendável o uso, quando não se tem certeza da unificação de interpretação dos termos. Um dos requisitos básicos na contratação de futuros gestores é o domínio do inglês. Primeiro, porque é visto como evidência de mente aberta. Segundo, porque as atividades das empresas estão se internacionalizando cada vez mais. Terceiro, o uso dos termos técnicos aqui listados ganha um raio de aplicação maior, na medida em que o profissional saiba inseri-los no idioma inglês como um todo. Aqueles que pretendem participar ativamente em reuniões e processos decisórios gerenciais não devem abrir mão desta capacitação. Quem não quer ou não pode entrar neste jogo, no mínimo vai ter que se conformar com uma carreira limitada.

WERNER (2007) cita que a estratégia só faz sentido, se ela for transformada em resultado. Para fazer a ponte entre o plano estratégico e o dia-a-dia da gestão empresarial, é necessário criar um conjunto de metas, indicadores de desempenho e ações mensuráveis e avaliáveis. A metodologia do BSC sugere gerenciar quatro vertentes: Finanças, Cliente, Processo e Aprendizagem. O gestor acaba gerenciando, sozinho ou com a equipe, o desempenho da sua área, unidade ou empresa, como se fosse pilotando no seu cockpit, à frente de um “painel de comando”.

### **2.1.3 O Jargão Administrativo**

Nos dias atuais, a língua estrangeira se tornou um requisito em muitas organizações para conseguir determinado cargo e ter domínio da língua inglesa, é um diferencial no mercado de trabalho. Visto que a comunicação expande as fronteiras internacionais, gerando uma diversidade de culturas e idiomas. O Inglês é considerado um dos idiomas mais importantes da atualidade, visto que é uma importante ferramenta da área administrativas, principalmente nos negócios, alguns desses termos são usados no idioma original, não apresentando uma tradução para o português, ou uma tradução para elas, fazendo com que o conhecimento do idioma seja um requisito importante para que o profissional dessa área possa comunicar-se de forma clara e correta. (SOUZA,2012).

Como o autor induz, há alguns termos em inglês muito utilizados na administração, que são expressados na língua original com o intuito de demonstrar a aplicabilidade do mesmo ao ambiente organizacional. Com base em Bozervi (2009), na atualidade com as crescentes mudanças na economia, o inglês passou a ser bastante utilizado. Com a globalização, muitos termos passaram a ser incorporados ao dia-a-dia, não só no trabalho, mas também em conversas informais. Em tese, existem alguns

termos em inglês chamados de jargões administrativos, que são empregados por diversas organizações, por meio de diálogos.

Alguns jargões são aplicados por pessoas que têm um conhecimento mais amplo em administração de empresas, visto que a maioria tem um convívio com negócios e reuniões e saber como utilizar esses termos é um grande diferencial no trabalho. Alguns termos mais conhecidos são:

- Background: experiência e conhecimento pessoal ou profissional.
- Benchmarking: comparação de produtos, serviços e práticas com os melhores do mercado.
- Branding: trabalho de construção e fortalecimento de marcas no mercado.
- Brainstorming: termo em inglês que significa tempestade cerebral representa uma oportunidade para expor ideias livremente, sem censura, como ponto de partida para um projeto.
- Briefing: usado como sinônimo de relatório, é o resumo de informações feito a partir de coleta de dados.
- Budget: orçamento.
- Brilho no olho: expressão para caracterizar profissional motivado ou muito empenhado.
- Business plan: plano de negócios.
- Business unit: unidade de negócios.
- Entretanto, há pessoas que não entendem o significado desses termos, e podem prejudicar a comunicação, assim como aquelas que os usam a todo o momento, mas não sabem como aplicar corretamente em frases no trabalho. É notável saber a hora certa de utilizar tais jargões, já que o mau-uso de alguns termos podem atrapalhar a comunicação e gerar desentendimentos.

### 3 METODOLOGIA

O estudo foi realizado a partir de pesquisas bibliográficas, com a utilização de procedimentos metodológicos, com o intuito de analisar se os alunos do curso de administração conhecem e utilizam os principais jargões de negócios, nos estudos e no mercado de trabalho. A pesquisa foi feita no ano de 2020, com os alunos do curso de Administração, de todos os períodos. A autora procedeu a pesquisa por meio online, via questionário, em Patos de Minas.

O objetivo do estudo foi identificar se a utilização dos jargões é importante para a comunicação organizacional, no ambiente de trabalho dos estudantes de administração. Para Marconi e Lakatos (2010), a metodologia científica representa mais do que uma simples disciplina, busca inserir o aluno no contexto de métodos sistêmicos e racionais, com um alicerce tanto para o acadêmico, quanto para o profissional, visto que ambos coexistem em um mundo de ideologias.

Para atingir os objetivos, realizou-se um estudo de campo, no campus do UNIPAM, onde alunos de todos os períodos do curso, foram questionados sobre seus conhecimentos acerca dos jargões em inglês, por meio da aplicação de um questionário. Também foram entrevistados professores e gestores, por meio da aplicação de um roteiro de entrevista. O estudo de campo tem como objetivo dar enfoque em um grupo

específico, a pesquisa é desenvolvida por meios de observações das atividades feitas pelos entrevistados, a fim de captar informações úteis e alcançar os resultados esperados (GIL,2002).

O estudo de campo foi realizado via questionário, por meio de uma revisão minuciosa dos dados coletados, visto que buscou fatos verídicos a respeito do tema pesquisado, sendo os universitários de todos os períodos do curso de administração e alguns gestores de empresas como público alvo. A pesquisa é classificada como descritiva explicativa. Segundo Santos (2000), a pesquisa descritiva é um levantamento com características conhecidas, componente problema é normalmente feito na forma de levantamento ou observações sistemáticas do problema escolhido.

Com o intuito de propiciar uma melhor percepção e compreensão do contexto do problema a pesquisa realizada apresenta caráter quali-quantitativo visto que tal pesquisa se traduz por tudo aquilo que pode ser quantificável, ou seja, ele iria traduzir em números as opiniões e informações para então obter a análise dos dados e, posteriormente, chegar a uma conclusão, para permitir que conheça e dimensionem, com segurança dos procedimentos científicos, em detalhe na forma natural, suas crenças, valores. Nesse sentido o caso que é analisado buscando entender se os alunos do curso de Administração entendem o jargão em inglês e tem uma compreensão da importância dos jargões na sociedade.

A amostra a ser utilizada é classificada como não probabilística, do tipo por conveniência, visto que esse método utilizado de coleta é baseado em critérios definidos, mas pode acontecer de nem todos serem entrevistados, porém no final da pesquisa de campo o resultado seja representativo e bem claro (GIL,1991). Em tese, a população escolhida para a realização do estudo foi composta por 100 alunos do curso de administração e 10 gestores e professores.

Foi aplicado um questionário para auxiliar na coleta de dados. Após coletar os dados importantes, a autora fez uma análise minuciosa do material encontrado para dar segmento ao projeto de pesquisa. A pesquisa foi realizada nos meses de junho a agosto de 2020, na cidade de Patos de Minas, de forma on-line, por meio de envios de questionários e entrevistas. Foram selecionados alguns alunos de todos os períodos do curso de Administração, assim como alguns gestores formados da área da Administração e que atuam no segmento há algum tempo.

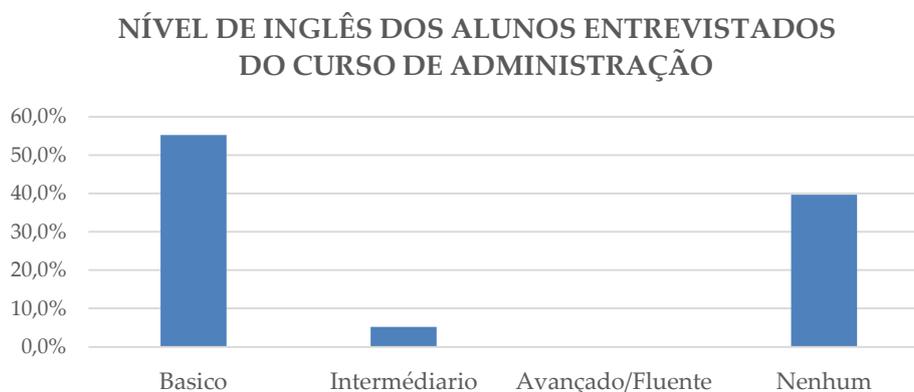
#### **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

O estudo é contemplado pela pesquisa feita com os alunos de todos os períodos do curso administração do Unipam e alguns gestores, com o intuito de verificar se a maioria dos alunos entende a importância e o significado dos jargões administrativos em inglês na sociedade. Foram entrevistados cerca de 100 alunos do curso de Administração, por meio de um questionário online, onde deram as respostas e justificativas a respeito do tema elencado.

#### 4.1 NÍVEL DE INGLÊS DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Em relação aos entrevistados, apenas 34,5% já fizeram curso de idiomas e inglês, e o restante de 65,5%, justificou não ter tempo ou dinheiro para elencar um curso da língua inglesa no presente momento. Para os universitários do curso, apenas 12,5% já realizaram algum tipo de viagem internacional, a maioria por lazer ou trabalho. Pelos números analisados, apesar dos discentes estar fazendo um curso superior, a maioria não tem um nível avançado de inglês como demonstra os resultados:

**Gráfico 1:** Nível de inglês dos Alunos entrevistados do curso de Administração



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Com base no gráfico 1 exemplificado, 55,2% dos alunos entendem o básico da língua inglesa, especificamente algumas palavras que são comuns no cotidiano, mas não conseguem compreender sem a utilização de legendas para a tradução. Já 5,2 % têm um grau intermediário, no qual são capazes de entender alguns diálogos e frases sem a necessidade de legendas para acompanhá-las. Porém não tem habilidade para se comunicar fluentemente com outras pessoas, ou seja, tem que haver uma comunicação mais devagar na fala para se ter um bom entendimento.

Em tese, nenhum aluno entrevistado não possui fluência na língua, um dado um pouco preocupante, já que no atual mercado em que se vive, ser fluente em inglês é um grande diferencial no mercado de trabalho, sendo até requisito para determinadas oportunidades de emprego. Mas justificado pelo fato que a maioria dos universitários não tem tempo ou dinheiro para investir no momento. Apesar da maioria dos jovens ter vontade de realizar um curso de idiomas, mesmo que seja na modalidade EAD, a falta de tempo e de dinheiro são fatores que atrapalham tal ambição (CASCAVEL, 2018).

##### 4.1.1 Entendimento dos Jargões Administrativos

Logo no início da graduação do curso de Administração de empresas, os discentes já são ensinados sobre alguns jargões administrativos em inglês, como na

matéria de Teoria Geral de Administração e Teoria das Organizações, no qual apresenta alguns termos em inglês que são utilizados até hoje. Chiavenato (2008) cita a importância da utilização do sistema (JIT) just-in time, um jargão em inglês, desenvolvido na Toyota com o propósito de eliminar ou reduzir desperdícios sendo que todas as atividades que não agregam valor ao produto isto.

Além de Chiavenato, vários outros autores entendem e utilizam os jargões administrativos como forma de auxiliar as pessoas para um bom entendimento. Na pesquisa feita, foram apresentados alguns jargões e inglês com o intuito de analisar quais os estudantes mais conheciam atualmente, e se realmente utilizam no cotidiano.

**Gráfico 2:** Conhecimentos dos jargões em inglês apresentados na pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Por meio dos dados examinados, pode-se inferir que embora os estudantes não sejam fluentes em inglês, muitos conhecem os significados dos jargões em inglês, cerca de 54,2% tem conhecimento dos significados, somente 1,7% não identifica nenhum, uma informação bastante positiva, visto que tem uma generalidade de alunos sabem a tradução dos jargões em inglês.

Entretanto, muitos dos entrevistados disseram que apesar de saber o significado, quase não utilizam no local de trabalho, já que dificilmente na posição do trabalho em que estão não precisam ter conhecimento dos jargões. Porém, 19% dos entrevistados expressam que perderam algumas oportunidades de emprego, por não ter um bom conhecimento da língua inglesa.

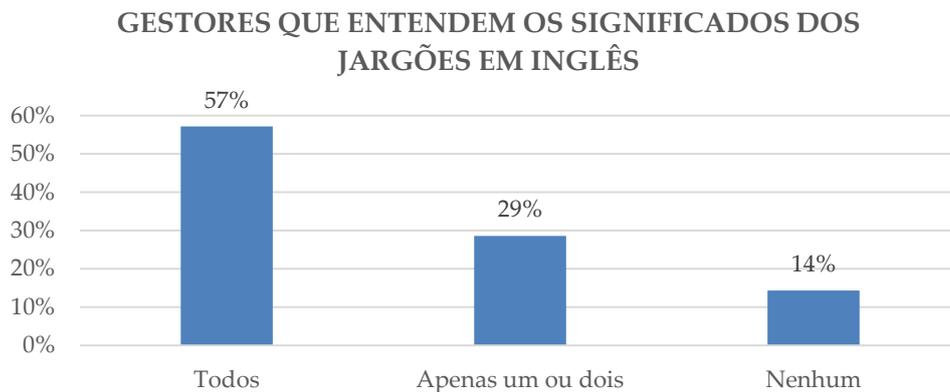
#### 4.1.2 Resultados encontrados em gestores de empresas

Além dos alunos do curso que foram entrevistados, foi feita pesquisa com os gestores de algumas empresas selecionada pela autora da pesquisa, com o intuito de entender se os gestores utilizam tais jargões no ambiente de trabalho e tem algum conhecimento da língua inglesa, se foi importante para conseguir tal posição em que os entrevistados se encontra. O líder deve ter capacidade influenciar e ajudar seus funcionários mostrando uma boa visão de futuro, alinhando sua equipe com a missão da empresa, seu planejamento, sua cultura, fazendo com que busquem a inovação e façam as mudanças necessárias. Barbieri (2013 p. 31)

Como o autor induz, o gestor precisa ter vários requisitos para ser um líder e para algumas empresas, ter um nível de inglês avançado, é um grande requisito para determinados cargos em organizações. Entre os líderes entrevistados, cerca de 14,3 % precisaram ter fluência em inglês para conseguir o emprego, enquanto o restante não necessitou do idioma para conquistar o cargo em que reside.

Outro fato importante coletado se encontra nos gestores que empregam os jargões no local de trabalho, e se realmente tem conhecimento dos significados. Foram encaminhados aos líderes vários jargões, para averiguar a aplicabilidade deles no âmbito organizacional.

**Gráfico 3:** Gestores que entendem os significados dos jargões em inglês



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Em vista das informações do gráfico apresentado, os gestores entrevistados tem um bom discernimento dos jargões em inglês retratados na entrevista, no qual demonstra um nível elevado de compreensão dos termos. Embora os líderes compreendam o significado de tais termos, a maioria não faz uso do seu ambiente de trabalho. Cerca de 42,7% dos gestores empregam alguns desses termos. O restante não faz uso de jargões administrativos, visto que a empresa não solicita conhecimento em inglês na área em que eles atuam.

## 5 CONCLUSÕES

O presente estudo teve como finalidade diagnosticar se os estudantes do curso de administração do Unipam, utilizam alguns jargões no cotidiano e se possuem entendimentos dos significados dos termos, além de analisar se alguns gestores também aplicam no ambiente organizacional e exercem os jargões nas empresas. Nos dias atuais, ter um conhecimento avançado da língua inglesa é um grande diferencial no mercado brasileiro, sendo um requisito para ingressar em algumas organizações. Porém, existem alguns termos administrativos em inglês que são empregados em diálogos no mundo corporativo, com o intuito de demonstrar o conhecimento de tais jargões no ambiente organizacional.

Segundo as informações verificadas, a maioria dos alunos entrevistados não tem um bom conhecimento da língua inglesa, já que a maioria justificou que apesar do

interesse em aprender a língua, existem barreiras financeiras e ausência de tempo para conseguir estudar o idioma. Entretanto, grande parte entende o significado e a importância dos termos apresentados durante a graduação na universidade.

Os gestores de empresas que foram entrevistados disseram ter conhecimento de alguns significados apresentados na entrevista, porém não foi um requisito para conseguir o cargo que estão inseridos atualmente, já que não precisam ter conhecimento avançado na língua inglesa, para elencar tal cargo hierárquico, porém alguns utilizam jargões no ambiente organizacional.

Portanto, pode-se concluir que é notável para os alunos ter um bom entendimento dos termos em inglês, visto que a fluência do idioma pode auxiliar em diversas oportunidades de emprego. Mesmo que alguns universitários do curso de Administração não tenham inglês avançado, entender os significados dos jargões administrativos é um grande diferencial nas organizações, visto que demonstra compreensão dos negócios da empresa, mostrando aptidão para dialogar com outros colaboradores e clientes internacionais, auxiliando nas vendas e negociações estrangeiras.

## REFERÊNCIAS

BAHIA, B. Jurez. **Introdução à comunicação empresarial**. Rio de Janeiro: Murad, 1995.

BARBIERI, Ugo Franca. **Gestão de pessoas nas organizações: a aprendizagem da liderança e da inovação**. São Paulo: Atlas, 2013.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.

BUENO, Wilson D. **Comunicação Empresarial: Alinhando Teoria e Prática**. Editora Manole, 2014.

CARDOSO, Cláudio (org.) **Comunicação organizacional: novas tecnologias, novas perspectivas**. Salvador: UniBahia Editora, 2002.

CORRADO, Frank M. **A força da comunicação: quem não se comunica...** Tradução: Barbara Theoto Lambert. São Paulo: Makron Books, 1994.

CORREIA, Tupã Gomes (org.). **Comunicação para o mercado: instituições, mercado, publicidade**. São Paulo: Edicon, 1995.

CASCAVEL. Curitiba: 2018 126 fls. MICCOLI, Laura Stella. **Experiências de estudantes em processo de aprendizagem de língua inglesa: por mais transparência**. Revista de Estudos da Linguagem, v. 15, n. 1, p. 197-224, 2018.

CASTRO, Roberto. **Comunicação empresarial integrada**. São Paulo: Mauad Editora Ltda, 2015.

EXAME. **Por que ainda não somos fluentes em inglês?**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/por-que-ainda-nao-somos-fluentes-em-ingles/>. Acesso em: 10 set. 2020.

G1. **Apesar de pontuação menor, Brasil sobe em ranking de proficiência em inglês.** Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/apesar-de-pontuacao-menor-brasil-sobe-em-ranking-de-proficiencia-em-ingles.ghtml>. Acesso em 20 ago. 2020.

GONÇALVES, Claudia Aparecida Ferreira *et al.* **O uso do estrangeirismo na língua portuguesa.** 2015.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas e comunicação organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica. **Organicom**, v. 6, n. 10-11, p. 49-56, 2009.

MAGNANI, Cristiane de Souza. **O estrangeirismo como fator de prestígio social ou estratégia de marketing em estabelecimentos comerciais de Curitiba.** 2014. 149f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2014.