

**A IMPORTÂNCIA DO INGLÊS PARA A VANTAGEM COMPETITIVA NO
COMÉRCIO EXTERIOR: ESTRAGÉGIAS E CONTRIBUIÇÕES NAS
NEGOCIAÇÕES**
**THE IMPORTANCE OF ENGLISH FOR COMPETITIVE ADVANTAGE IN FOREIGN
TRADE: STRATEGIES AND CONTRIBUTIONS IN NEGOTIATIONS**

Linda Catarina Gualda¹
Kaylane Nicole Pontes Leite²

RESUMO: A globalização tem promovido a intensificação das relações comerciais entre países, tornando o comércio exterior uma área cada vez mais desenvolvida e estratégica para o crescimento econômico. Sendo o inglês uma língua de contato no meio internacional e ferramenta essencial para integração em contextos multilíngues, no campo das relações comerciais, é central entender que o domínio da língua inglesa se tornou um diferencial competitivo não só no intercâmbio direto de informações, mas também no alinhamento com normas culturais exigidas no ambiente global de negociações. Portanto, estudar sobre o inglês como fator de vantagem competitiva no comércio exterior é fundamental para entender como as empresas podem se beneficiar do domínio dessa língua para expandir suas operações internacionais, melhorar sua capacidade de negociação e, assim, conseguir atingir melhores resultados no mercado. A partir de pesquisa bibliográfica, buscou-se entender como o inglês, como língua franca dos negócios internacionais, impacta diretamente e positivamente as operações comerciais, a capacidade de negociação, a expansão de mercados e a inserção de empresas no cenário global. Para isso, examinou-se de que forma o conhecimento da língua inglesa proporciona vantagens competitivas, tais como: a facilidade na comunicação, o acesso a informações globais e a adaptação às novas tendências de mercado. Ao final do artigo, propõe-se estratégias práticas para o aprimoramento da competência linguística no contexto corporativo sugerindo práticas e métodos que as empresas podem adotar para melhorar a fluência em inglês de seus colaboradores e, assim, fortalecer sua competitividade no comércio exterior. Com isso, esse trabalho almeja, de alguma maneira, contribuir para a conscientização de gestores, proprietários de empresas, governos e profissionais da área sobre a necessidade de investir no aprendizado do inglês, mostrando que sua importância vai além da eficiência comunicativa, abrangendo também dimensões ideológicas e culturais as quais impactam diretamente no sucesso ou fracasso das negociações.

Palavras-Chave: Língua Inglesa; Estratégias de Negociação; Competência Linguística; Globalização; Comércio Exterior.

ABSTRACT: Globalization has promoted the intensification of trade relations between countries, making foreign trade an increasingly developed and strategic area for economic growth. As English is a contact language in the international environment and an essential tool for integration in multilingual contexts, in the field of commercial relations, it is crucial to understand that mastery of the English language has become a competitive advantage not only in the direct exchange of information, but also in aligning with cultural norms required in the global negotiation environment. Therefore, studying English as a factor of competitive advantage in foreign trade is essential to understanding how companies can benefit from mastering this language to expand their international operations, improve their negotiating capabilities, and thus achieve

better results in the market. Based on bibliographical research, we sought to understand how Inglês, as the lingua franca of international business, directly and positively impacts commercial operations, negotiation skills, market expansion and the insertion of companies into the global scenario. To this end, we examined how knowledge of the English language provides competitive advantages, such as: ease of communication, access to global information and adaptation to new market trends. At the end of the article, practical strategies are proposed for improving linguistic competence in the corporate context, suggesting practices and methods that companies can adopt to improve English fluency of their employees and, thus, strengthen their competitiveness in foreign trade. With that, this work aims to, in some way, contribute to raising awareness among managers, business owners and professionals in the field about the need to invest in learning English, demonstrating that its importance goes beyond communicative efficiency, also encompassing ideological and cultural dimensions which directly impact the success or failure on negotiations.

Keywords: English Language; Negotiation Strategies; Linguistic Skills; Globalization; Foreign Trade.

1 INTRODUÇÃO

Considerando a crescente necessidade de troca entre os países e as oportunidades de negócios para empresas em mercados internacionais, o comércio exterior tem se mostrado como um pilar essencial da economia global atuando de forma crucial quando se trata da competitividade das empresas. Sendo assim, a fluência em inglês é um fator crucial para a comunicação eficaz entre empresas de diferentes países, facilitando negociações, a troca de informações e o fechamento de acordos comerciais. O domínio do inglês é uma exigência estratégica no comércio global, já não sendo um diferencial, mas uma necessidade capaz de possibilitar a realização de transações comerciais de forma ágil e sem barreiras linguísticas, o que é fundamental em um ambiente competitivo. Nesse cenário, o domínio do inglês vai além de uma simples ferramenta de comunicação: ele reflete processos históricos de globalização e de consolidação do inglês como língua de poder econômico e cultural. Como destacam Graddol (2006) e Pennycook (2001), o inglês se tornou não apenas um idioma de negócios, mas um símbolo de status e acesso a circuitos globais de informação e capital. Essa perspectiva permite compreender que sua importância ultrapassa o pragmatismo das transações comerciais, envolvendo também dimensões ideológicas e identitárias.

Com isso, nota-se grande procura por profissionais fluentes em inglês pelas empresas que desejam expandir seus mercados internacionais, estabelecer parcerias

em diversos lugares do mundo e se manter competitivas no cenário global. Isso porque a fluência na língua inglesa permite interação mais eficiente com parceiros estrangeiros, facilita a compreensão de documentos técnicos e legais, auxilia no acesso a informações de mercado e inovações no setor, além de possibilitar a criação de confiança através de um diálogo mais assertivo. No entanto, como destacam Seidlhofer (2004) e Jenkins (2011), essa fluência precisa ser compreendida para além da gramática e da pronúncia nativas, envolvendo também a capacidade de negociar significados em contextos culturais diversos — uma competência associada ao inglês como língua franca (*English as a Lingua Franca*). Assim, a globalização evidencia que as organizações precisam adotar uma postura mais internacional e o inglês, muitas vezes, é o único meio de comunicação viável entre culturas e sistemas econômicos distintos. Rajagopalan (2009) reforça que essa centralidade do inglês no mundo corporativo também reflete dinâmicas.

Sabe-se que a globalização tem promovido a intensificação das relações comerciais entre países, tornando o comércio exterior uma área cada vez mais desenvolvida e estratégica para o crescimento econômico. Nesse contexto, a boa capacidade de comunicação desempenha papel fundamental e o domínio linguístico se destaca como uma habilidade essencial para os profissionais. Sendo a língua franca dos negócios globais, o inglês é utilizado em acordos internacionais, negociações, comunicação digital, contratos e *marketing*, o que o torna uma ferramenta crucial para a competitividade e sucesso nas negociações internacionais.

Graças ao processo de globalização, só haverá lugar no mercado de trabalho para profissionais que se adequarem às exigências desse novo contexto, sendo estas relacionadas à competitividade mundial, na qual é fundamental a constante busca de informações e conhecimento, de inovações, criando condições eficientes para concorrer. Nesse sentido, a fluência na Língua Inglesa torna-se indispensável na conquista de espaço e na atuação dos profissionais no mercado de trabalho (Bianchi; Gualda, 2017, p. 28).

Entretanto, essa centralidade do inglês no cenário global não é um fenômeno neutro: como argumenta Phillipson (1992), a difusão do inglês está ligada a processos históricos de imperialismo linguístico, em que o idioma se consolidou como veículo de poder econômico e cultural das nações anglófonas. No contexto brasileiro, Rajagopalan (2009) reforça que o domínio do inglês ultrapassa o aspecto instrumental e deve ser compreendido como um ato político e ideológico, pois reflete relações assimétricas entre centro e periferia no sistema global. Dessa forma, compreender o

papel do inglês no comércio internacional requer reconhecer não apenas suas vantagens práticas, mas também as dinâmicas de poder e dependência que o acompanham. Portanto, estudar sobre o inglês como fator de vantagem competitiva no comércio exterior é fundamental para entender como as empresas podem se beneficiar do domínio dessa língua para expandir suas operações internacionais, melhorar sua capacidade de negociação e, assim, conseguir atingir melhores resultados no mercado. Como aponta Bourdieu (1991), o domínio de uma língua global também representa a posse de um capital simbólico, isto é, um recurso que confere legitimidade e poder de atuação em determinados campos sociais e econômicos.

Nesse sentido, o artigo objetiva entender como o inglês impacta positivamente as operações comerciais, a capacidade de negociação, a expansão de mercados e a inserção de empresas no cenário global. Essa abordagem permite compreender a língua não apenas como meio técnico de comunicação, mas como ativo estratégico de inserção e distinção no mercado internacional (Seidlhofer, 2004). Para isso, nos itens seguintes, examina-se de que forma o conhecimento da língua inglesa pode proporcionar vantagens competitivas, como a facilidade na comunicação, o acesso a informações globais e a adaptação às novas tendências de mercado. Ao final, propõe-se estratégias para o aprimoramento da competência linguística no contexto corporativo sugerindo práticas e métodos que empresas podem adotar para melhorar a fluência em inglês de seus colaboradores e, assim, fortalecer sua competitividade no comércio exterior. Com isso, esse trabalho almeja, de alguma maneira, contribuir para a conscientização de gestores, proprietários de empresas, profissionais da área e governos sobre a necessidade de investir no aprendizado do inglês, como forma de alcançar maior sucesso e competitividade no comércio internacional.

2 METODOLOGIA

De acordo com Lima e Mioto (2007), a pesquisa bibliográfica é um procedimento metodológico que oferece ao pesquisador a possibilidade de buscar soluções para seu problema de pesquisa. Além disso, esse tipo de método permite ao pesquisador entrar em contato direto com material já escrito sobre o assunto, verificando a veracidade dos dados obtidos e observando possíveis incoerências e contradições (Sousa, Oliveira e Alves, 2021). Tendo isso em mente e com base em

uma revisão da literatura voltada ao papel do comércio exterior no contexto global e à importância do inglês como vantagem competitiva em negociações internacionais com foco em empresas globais ou multinacionais, objetiva-se entender como o mercado inseriu o inglês como a língua dominante nas transações comerciais internacionais (Crystal, 2003; Graddol 2006).

Dessa forma, para a realização deste trabalho, foi adotada a metodologia de pesquisa bibliográfica de caráter exploratório e qualitativo (Gil, 2008), fundamentada na análise e interpretação de diversas fontes de referência. Essa escolha metodológica se justifica pela predominância de estudos teóricos sobre o papel da língua inglesa nas relações comerciais internacionais, exigindo, portanto, uma abordagem analítica capaz de reunir, comparar e interpretar diferentes perspectivas já existentes sobre o tema. Dentre os materiais consultados, incluem-se *websites*, plataformas científicas como Google Acadêmico, Scielo, artigos científicos publicados em periódicos reconhecidos, monografias, dissertações e demais produções acadêmicas pertinentes ao tema em questão. As palavras-chave utilizadas para otimizar a busca por informações foram: “Inglês nos negócios”, “Inglês como língua franca”, “*Business English*”, “Globalização”, “Vantagens Competitivas nas Negociações”, “Estratégias de negociação”, “*Global Language*”. Essa abordagem forneceu embasamento teórico consistente, essencial para a fundamentação e desenvolvimento (Lima; Mioto, 2007).

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 INGLÊS COMO VANTAGEM COMPETITIVA NOS NEGÓCIOS

Como dito, a proficiência em inglês tem se mostrado um fator determinante para a competitividade no mercado de trabalho globalizado. Estudos demonstram que habilidades linguísticas, especialmente em inglês, são altamente valorizadas por empregadores em diversos setores corporativos. Ademais, empresas multinacionais frequentemente priorizam candidatos com domínio do inglês, considerando-o essencial e muitas vezes obrigatório para a comunicação eficaz em ambientes corporativos internacionais (Doan; Hamid, 2019). O estudo realizado pela *Cambridge University* com mais de 5 mil empregadores em 38 países em 2024 revela a importância global do inglês, mostrando que mais de dois terços dos empregadores

afirmam que é importante o domínio da língua inglesa para o seu negócio. A pesquisa, intitulada *English at work*, aponta que na maioria das indústrias existe uma lacuna entre as competências de inglês necessárias no trabalho e o nível de proficiência dos trabalhadores (Cambridge, 2025).

De modo semelhante, o *EF English Proficiency Index* (2024), que classifica 111 países com base no nível de proficiência em língua inglesa, reforça o fato de que a fluência em inglês está diretamente ligada à competitividade das empresas no cenário global. O índice evidencia que nações com maior domínio da língua inglesa tendem a ter desempenho superior em comércio exterior e inovação. Entretanto, essa correlação entre proficiência e desenvolvimento econômico não é neutra. Como destaca Phillipson (1992), o inglês consolidou-se como língua hegemônica em virtude de processos históricos de imperialismo linguístico, nos quais o idioma passou a funcionar como instrumento de poder econômico e simbólico (Bourdieu, 1991). Assim, mais do que uma ferramenta de comunicação, o inglês opera como forma de capital cultural e político. A seguir, o gráfico *Regional Trends* (2011-2024), parte do estudo da EF, apresenta as tendências de evolução da proficiência em inglês em diferentes regiões do mundo entre 2011 e 2024.

Figura 1 – Tendências regionais de proficiência em inglês (2011-2024)



Fonte: EF English Proficiency Index (2024)

No gráfico, observa-se que, enquanto a Europa mantém níveis elevados de proficiência, outras áreas, como a América Latina e o Oriente Médio, apresentam progressos significativos na melhoria da fluência em inglês, mesmo que não alcancem ainda índices altos. Esse aumento na proficiência tem implicações diretas na competitividade global, especialmente no comércio exterior e na inovação tecnológica. Pode-se inferir que nações com baixa proficiência enfrentam barreiras consideráveis

para interagir com mercados internacionais, o que limita seu potencial de crescimento econômico. Destarte, a fluência em inglês se configura como uma estratégia indispensável para empresas que desejam expandir suas operações globais e melhorar seu desempenho no comércio exterior. Esta ideia ganha relevância no contexto atual, onde a globalização e as trocas comerciais entre países exigem que os profissionais possuam, cada vez mais, a habilidade de se comunicar de forma eficaz na língua franca dos negócios internacionais, ou seja, em inglês.

Nesse sentido, Bianchi e Gualda (2017, p. 29) reforçam que devido ao processo de globalização, só haverá lugar no mercado de trabalho para profissionais que se adequarem às exigências desse novo contexto, sendo estas relacionadas à competitividade mundial, à constante busca de informações e conhecimento, de inovações e de condições eficientes para concorrer. Com isso, a fluência na Língua Inglesa torna-se indispensável na conquista de espaço e na atuação dos profissionais no mercado de trabalho. Essa afirmação ilustra como o domínio do inglês ultrapassa a dimensão comunicativa e se consolida como competência estratégica de inserção profissional, tornando-se um requisito para a permanência no mercado globalizado e altamente competitivo.

O mercado atual trata o inglês como idioma oficial e universal, principalmente no âmbito dos negócios. No cotidiano das organizações é comum o uso de palavras e termos em inglês entre profissionais que trabalham diretamente com negociações e contato com clientes estrangeiros, o que evidencia a necessidade de um constante aprimoramento da língua para que esses profissionais possam desempenhar suas funções de maneira mais eficaz. (Bianchi; Gualda, 2017, p. 30-31)

No contexto do comércio exterior, esse conceito se expande ainda mais, considerando que o domínio do inglês facilita negociações e cooperações. Assim, tal habilidade é crucial para se posicionar no mercado, visto que o comércio internacional se estabelece através de negócios, parcerias e comunicações bem-sucedidas. Empresas que dominam o inglês possuem vantagem ao estabelecer parcerias comerciais, negociar contratos e acordos, explorar mercados internacionais, pois essa habilidade permite trocas mais eficientes de informações, aumentando a concorrência no cenário global.

Cabe destacar que a proficiência em inglês não deve ser encarada apenas como uma habilidade técnica, mas como um fator estratégico não só para os indivíduos, mas para as empresas e países como um todo. Corporações que investem

em treinamentos linguísticos conseguem expandir suas operações internacionais com mais facilidade, reduzir barreiras de comunicação e aumentar a eficácia de suas negociações em mercados estrangeiros. Como afirma os autores Grin, Sfreddo e Menz (2018), "a capacidade de comunicação em inglês é fundamental para a criação de redes internacionais de negócios, uma vez que o idioma serve como uma ponte para oportunidades e parcerias globais". Portanto, a capacitação em inglês deve ser vista como um pilar essencial para o crescimento sustentável das empresas, tornando-se não apenas um fator de competitividade, mas também de inovação, permitindo o acesso a novas tecnologias, mercados e alianças globais.

Sob uma perspectiva mais ampla, o domínio da língua inglesa está fortemente associado à capacidade das empresas de se adaptarem às exigências do mundo globalizado e às rápidas transformações do ambiente econômico. A esse respeito, Castro; Silva (2023, p. 2) enfatizam que a língua inglesa é considerada a língua dos negócios internacionais, sendo utilizada em mais de 80% das transações comerciais mundiais. O estudo de Vieira e Diegues (2020) também corrobora o inglês como língua dos negócios e sugere que o conhecimento técnico da língua inglesa deixou de ser uma iniciativa individual e passou a constituir um pilar estratégico para o posicionamento das empresas no mercado internacional não apenas como um requisito, mas como um benefício competitivo. Os autores destacam que a comunicação eficaz com parceiros estrangeiros, por meio do uso adequado de jargões e terminologias específicas do comércio exterior, contribui não apenas para a eficiência operacional, mas também para evitar falhas de comunicação que possam comprometer negócios ou parcerias e na construção da credibilidade da empresa perante o mercado internacional.

Logo, o inglês pode proporcionar um diferencial significativo para empresas que atuam em contextos corporativos globais (Vieira; Diegues, 2020, p.30). Portanto, investir no conhecimento das competências linguísticas torna-se cada vez mais uma necessidade para as corporações que buscam expandir sua presença global e se manter competitivas no mercado internacional.

3.2 O INGLÊS NAS NEGOCIAÇÕES E NO INTERCÂMBIO DE INFORMAÇÕES

Com o avanço acelerado da globalização e das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), a interação entre pessoas, instituições e

empresas de diferentes partes do mundo tornou-se cada vez mais frequente e inevitável. A troca de informações, que antes era limitada por barreiras geográficas e linguísticas, passou a ocorrer de forma instantânea por meio de plataformas digitais, redes corporativas e canais de comunicação *online*. Então, nesse novo contexto, o ambiente empresarial também se transformou: negociações comerciais, parcerias estratégicas e transações financeiras passaram a ser realizadas de maneira remota, muitas vezes envolvendo pessoas de diferentes nacionalidades.

Segundo Neeley (2017), o uso do inglês como língua corporativa em empresas multinacionais não apenas facilita a comunicação, mas também pode transformar as dinâmicas organizacionais e promover uma integração mais eficaz entre equipes de diferentes países. O inglês contribui diretamente para a internacionalização bem-sucedida da empresa, melhora a comunicação entre equipes e fortalece a presença internacional, ampliando suas possibilidades de atuação global. A linguagem, além de ferramenta de comunicação, atua como vetor de cultura, identidade e poder dentro das organizações multinacionais sendo capaz de impactar não só a comunicação, mas também o ambiente organizacional e a mentalidade de uma corporação.

O intercâmbio de informações no comércio exterior é realizado a partir da fluência do inglês em contextos corporativos, focando no vocabulário, expressões e habilidades específicas necessárias para a comunicação eficaz em um ambiente de negócios. Esse inglês para os negócios, o *Business English*, trata-se de um conjunto de competências linguísticas voltadas ao uso técnico do idioma em atividades como participação em reuniões e negociações, atendimento a clientes estrangeiros, realização de apresentações, elaboração de documentos comerciais e participação em feiras e conferências globais com confiança e segurança (Bianchi; Gualda, 2017). O *Business English* vai além do vocabulário básico, abrangendo expressões idiomáticas, jargões técnicos, normas de etiqueta empresarial e estruturas formais de comunicação que são indispensáveis para estabelecer parcerias comerciais sólidas. Outro aspecto importante da aquisição e uso do *Business English* é a melhoria na colaboração entre equipes multinacionais, permitindo que profissionais de diferentes países troquem informações com mais clareza, agilidade e eficiência, superando barreiras linguísticas que poderiam comprometer o desempenho coletivo.

A esse respeito, Bianchi e Gualda (2017) destacam que o domínio do *Business English* é cada vez mais indispensável para profissionais que atuam no comércio exterior, pois grande parte das negociações, documentos e comunicações formais

com clientes e fornecedores internacionais ocorre nesse idioma. As autoras apontam que a carência de fluência em inglês técnico ainda é um entrave para a competitividade brasileira, comprometendo o desempenho em importações e exportações, principalmente no contato direto com parceiros comerciais de países como Estados Unidos, China e União Europeia.

Analizando o protagonismo da língua inglesa nas negociações, Maysa de Castro e Isaias Eliseu da Silva (2023) também enfatizam os benefícios concretos da fluência em inglês no cenário global dos negócios. Para os autores, a fluência em inglês pode potencializar a obtenção de sucesso em negociações, apresentações e reuniões de trabalho. Isso porque

a língua inglesa tornou-se um ativo que todo profissional aspirante a se integrar ao mercado de trabalho globalizado deve possuir, pois é ela que proporcionará diferencial e destaque ao trabalhador em meio ao mercado cada vez mais disputado (...) Na comunicação internacional, inclusive no segmento das relações comerciais, é a língua inglesa que estabelece um indicador de qualidade dos processos (Castro; Silva, 2023, p. 2).

Acerca do impacto da língua inglesa no cenário global, os pesquisadores Ramos e Cruz (2012) levantam relevante discussão ao destacar as aplicações socioculturais e políticas de seu uso como língua franca. A leitura proposta pelos autores ressalta que a disseminação do inglês como idioma global não ocorre de maneira neutra, mas sim atravessada por ideologias que influenciam a construção de identidades e a dinâmica das relações de poder no cenário internacional. Essa visão crítica desconstrói a percepção do inglês apenas como uma ferramenta técnica de comunicação, apresentando-o como um fenômeno profundamente implicado em estruturas sociais e econômicas. Os autores destacam que a hegemonia do inglês está entrelaçada com processos históricos e políticos que favorecem determinados grupos sociais e econômicos em detrimento de outros. No campo dos negócios internacionais, essa lógica se manifesta na forma como o domínio do inglês é frequentemente associado a *status*, competência e legitimidade profissional. Essa constatação é relevante para os objetivos deste estudo, pois evidencia que, no comércio exterior, a fluência em inglês não apenas facilita a comunicação, mas também atua como um marcador de estrato social e autoridade. Nesse viés, o inglês não deve ser visto apenas como um instrumento neutro de comunicação, mas como

um fator que influencia diretamente as relações de poder e identidade no cenário internacional.

Desse modo, ao evidenciar as implicações socioculturais da imposição do inglês como idioma dominante, os estudos de Ramos e Cruz (2012) contribuem para uma compreensão mais profunda e crítica dos efeitos dessa realidade sobre o posicionamento estratégico das organizações e sobre as trajetórias individuais dos profissionais em um mundo globalizado. O inglês, portanto, não é apenas um meio de comunicação eficiente, mas uma ferramenta de reprodução de poder que impacta diretamente o modo como indivíduos e instituições se inserem e competem no cenário internacional. Essa compreensão é central para reforçar a argumentação aqui defendida que o domínio do inglês representa uma vantagem decisiva no comércio exterior, especialmente quando se trata de negociações e intercâmbio de informações com parceiros de diversas culturas e regiões do mundo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 ESTRATÉGIAS PARA APRIMORAMENTO DO INGLÊS NAS NEGOCIAÇÕES

Ao compreender o papel central do inglês no comércio exterior e, de forma mais ampla, no cenário global, torna-se imprescindível refletir sobre um paradoxo evidente: embora seja uma ferramenta essencial para a integração internacional, em diversas partes do mundo o acesso a um ensino de qualidade da língua inglesa ainda é severamente limitado, cujo acesso e domínio se distribuem de forma desigual entre países e grupos sociais. Essa desigualdade linguística evidencia que, embora o inglês funcione como instrumento de integração global, o acesso a um ensino de qualidade da língua ainda é severamente limitado em muitas regiões do mundo. Esse obstáculo não decorre apenas de questões econômicas, mas também de barreiras geográficas e, sobretudo, culturais. Os autores Santana, Mendes e Mariano (2014) ressaltam que a habilidade de se comunicar em diferentes idiomas e de transitar entre distintas culturas é determinante para a eficácia nas relações comerciais internacionais. Quando essa competência linguística e cultural está ausente ou se apresenta de forma insuficiente, perdem-se oportunidades valiosas de integração, crescimento e competitividade. No âmbito empresarial, essa negligência na capacitação linguística impacta diretamente no êxito das negociações.

Diante desse cenário, compreender as desigualdades linguísticas e culturais não significa apenas reconhecer obstáculos, mas projetar caminhos de ação que unam desenvolvimento econômico e inclusão linguística. As estratégias que seguem são, portanto, apresentadas não como simples medidas técnicas, mas como práticas transformadoras, capazes de integrar dimensões econômicas, culturais e simbólicas da comunicação global.

Para além das limitações geográficas, há um fator igualmente preocupante: a ausência de consciência sobre a importância estratégica do inglês. Em muitos contextos, aspectos culturais, como um alto índice de aversão à incerteza ou uma forte orientação voltada para o ambiente local, tendem a dificultar a priorização de um idioma estrangeiro (Hofstede, 2011). A desigualdade no acesso ao inglês também é reflexo de disparidades econômicas, já que em países com baixa renda per capita, o alto custo de cursos, materiais e certificações torna-se uma barreira difícil de transpor. Em regiões rurais ou periféricas, a escassez de professores capacitados e de métodos pedagógicos atualizados perpetua um ciclo de exclusão linguística. A influência cultural sobre essa realidade é igualmente relevante: sociedades com alta distância ao poder tendem a manter currículos rígidos e pouco adaptáveis, limitando a inserção de novos idiomas; já culturas com elevada aversão à incerteza resistem a mudanças metodológicas, retardando a implementação de práticas mais eficazes de ensino (Hofstede, 2011). No Brasil, por exemplo, o alto índice de aversão à incerteza traduz-se em uma forte dependência de regras e estruturas fixas, o que acaba por favorecer métodos tradicionais pouco comunicativos e com baixa eficácia na aprendizagem do inglês (Santana et al., 2014).

Superar esses obstáculos exige ação conjunta entre governos, iniciativa privada e sociedade civil. Entre as medidas necessárias, destacam-se a implementação de políticas públicas que insiram o inglês no currículo escolar desde os primeiros anos, acompanhadas de programas de formação continuada para professores; o estabelecimento de parcerias público-privadas para ampliar o acesso a cursos gratuitos ou subsidiados; a adaptação de métodos de ensino de acordo com a realidade cultural local e o uso intensivo de recursos tecnológicos, como plataformas digitais e intercâmbios virtuais, para democratizar o aprendizado. Igualmente essencial é o desenvolvimento de campanhas de conscientização voltadas para empresas e indivíduos, ressaltando o inglês como instrumento de crescimento econômico e de integração cultural, já que a língua está presente como ferramenta de

impacto em contextos como: negócios, ciência, tecnologia, finanças e turismo, promovendo a colaboração e o intercâmbio de informações em escala global.

No âmbito de estratégias que as empresas podem implementar, cabe ressaltar a importância em se familiarizar com os modelos teóricos que explicam a dinâmica das negociações. Pensando nisso, há modelos econômicos, que focam na racionalidade e na busca por acordos, e psicológicos, que consideram as dinâmicas mentais e emocionais dos envolvidos no processo, descrevendo estilos de gestão de conflitos. Tais modelos influenciam o processo negocial e a busca por resultado satisfatório para ambos os lados.

Alguns estudiosos dos métodos de negociação (Gottschalk, 1974; Kinston; Algie, 1989; Marcondes, 1993; Sparks, 1992; Wanderley, 1998; apud Rosalem; Santos, 2007; Hofstede, 2011) mencionam ainda a importância de se considerar fatores o comportamento do negociador, o sentido em que se desenrola a negociação, bem como o estilo aplicado, os quais podem ser classificados como:

- Estilo duro: dominante, agressivo e orientado para o poder. Estabelece posições firmes e claras, é dinâmico e procura manter o controle da situação;
- Estilo caloroso: compreensivo, colaborador e orientado para as pessoas. Sua base de poder vem de baixo, é paciente, calmo e otimista;
- Estilo analítico: conservador, reservado e orientado para as questões. É persistente e paciente, bem preparado e executa bem suas tarefas;
- Estilo negociador: é flexível, compromissado e orientado para resultados. Não desiste facilmente, é jovial, charmoso e fácil de lidar;
- Estilo racionalista: usa os objetivos e o futuro para determinar as ações presentes. Excelente no planejamento, em pesquisas operacionais;
- Estilo empírico: bom para lidar com situações já existentes, está mais voltado para aumentar certeza e precisão;
- Estilo pragmático: é o perfil mais apropriado aos empreendedores independentes, altos funcionários e políticos;
- Estilo dialético: aplicado quando há dúvidas quanto à natureza do problema e quando os envolvidos na negociação discordam do caminho a seguir;
- Estilo sistêmico: preocupa-se com os fins e suas relações com os meios. Pode ser aplicado em situações complexas e mal estruturadas;
- Estilo estruturalista: aplicado para estabelecer uma organização clara e procedimentos definidos. Negociador dedicado, confiável e eficiente;

- Estilo intuitivo: é um catalisador de apoio e um líder carismático;
- Estilo restritivo: os negociadores só chegam a um acordo se forem forçados;
- Estilo amigável: o objetivo principal é manter o relacionamento com o seu oponente, independentemente do desfecho da negociação;
- Estilo confrontador: trabalho mútuo para chegar a ao melhor acordo a partir das circunstâncias dadas (Rosalem; Santos, 2007, p.5-7).

Isto posto, algumas estratégias práticas para alcançar sucesso nas negociações internacionais podem ser:

- 1) Oferecimento de capacitações e cursos a respeito
 - da *Teoria dos Jogos* e dos *Modelos de Negociação*, os quais oferecem paradigmas para analisar situações de conflito e cooperação;
 - das *Abordagens de negociação*, a fim de compreender a *Negociação Distributiva (Ganha-Perde)* e *Negociação Integrativa (Ganha-Ganha)*;
 - dos *Modelos de Comunicação Intercultural* tais como os dos teóricos Geert Hofstede (2011) e Edward T. Hall (1981), os quais forneceram estruturas para entender as diferenças culturais que impactam a comunicação entre nações.
- 2) Preparação estratégica voltada à pesquisa e estudo de
 - Vocabulário específico e jargões: é fundamental familiarizar-se com os termos técnicos e comerciais, criar um glossário pessoal pode aumentar a confiança e a precisão;
 - Definição de objetivos e limites: conhecer seu BATNA (*Best Alternative to a Negotiated Agreement*) e sua ZOPA (*Zone of Possible Agreement*) ajuda a focar em soluções realistas;
 - Cultura do negociador: em qualquer negociação internacional, dedicar tempo para estudar os costumes e a etiqueta de negócios da outra cultura é fator determinante para o sucesso ou fracasso da negociação;
 - Simulação e Prática (*Role-Playing*): praticar cenários de negociação com colegas ou mentores é uma forma de ganhar confiança, testar argumentos e refinhar a linguagem;
 - Estudos de caso para verificar as lições de falhas em negociações: falta de preparação, incapacidade de ouvir, deixar as emoções dominarem ou não construir um relacionamento com a outra parte são fatores de fracasso em muitas negociações;

- 3) Oferecer cursos de idiomas ou estabelecer parcerias com escolas e/ou profissionais que ministrem aulas de inglês e de *Business English*;
- 4) Investir em treinamento contínuo: fomentar a participação em cursos, *workshops* e eventos que tratem da temática de negociação empresarial;
- 5) Impulsionar, por meio de programas, palestras, escuta ativa, eventos no geral, o desenvolvimento da inteligência cultural e emocional a fim de compreender como o contato visual, as normas de etiqueta, os gestos, silêncios, entre outros aspectos impactam as negociações.

Há muitas outras estratégias que podem ser implementadas pelo poder público ou privado para que os profissionais se tornem mais aptos e assertivos nas negociações internacionais. Diante disso, investir em programas de capacitação linguística, parcerias com instituições de ensino de idiomas e a valorização de profissionais bilíngues nas contratações surgem como estratégias viáveis para superar as barreiras linguísticas e potencializar a atuação das empresas no comércio internacional. Dessa forma, ao reconhecer o inglês como um recurso estratégico, gestores corporativos e responsáveis pela formulação de políticas voltadas ao setor de comércio exterior devem considerar a formação linguística e cultural como um componente essencial nos processos de integração de suas corporações. Promover o aprendizado dessas competências não só favorece o acesso a mercados internacionais, como também fortalece as relações diplomáticas, amplia redes globais de colaboração e impulsiona a competitividade em nível geral.

4.2 CONTRIBUIÇÕES DA PROFICIÊNCIA EM INGLÊS PARA AS NEGOCIAÇÕES

Como discutido, a eficácia das negociações internacionais não depende apenas de argumentos comerciais sólidos, mas também da construção de um ambiente de confiança mútua. O idioma, nesse contexto, é um dos primeiros elementos percebidos pelos interlocutores. Nesse sentido, a fluência em língua inglesa possibilita evitar mal-entendidos, erros de interpretação e confusões em contextos profissionais e comerciais. Mais do que uma ferramenta de comunicação, o domínio do inglês opera como forma de mediação simbólica que constrói credibilidade, legitimidade e poder relacional entre os atores envolvidos (Bourdieu, 1991; Pennycook, 2001). No comércio exterior, essas falhas comunicativas podem ter

consequências drásticas, desde simples atrasos logísticos até prejuízos financeiros e o rompimento de relações comerciais.

Conforme destacam Pahlavani e Nemati (2024), a competência linguística em inglês não apenas facilita a troca de informações, mas também reduz os riscos de interpretações ambíguas que podem comprometer acordos estratégicos. Profissionais capacitados linguisticamente são capazes de interpretar nuances, adaptar a linguagem ao contexto e evitar ruídos que poderiam prejudicar o êxito das operações internacionais, visto que “a má comunicação causada pela baixa proficiência em inglês pode levar a sérios mal-entendidos, perdas financeiras e danos nas relações comerciais no marketing internacional” (Pahlavani; Nemati, 2024, p. 3). No contexto do comércio exterior, onde as operações envolvem prazos rigorosos, contratos milionários e uma constante necessidade de precisão, esses prejuízos podem se tornar ainda mais críticos. A questão, portanto, não se restringe à capacidade técnica de comunicar-se, mas à competência de navegar por contextos interculturais complexos.

Em pesquisa recente, realizada em 2024 com mais de 5 mil profissionais que têm o inglês como segunda língua, em países como Brasil, Japão, Arábia Saudita e Itália, a Pearson mostrou que há empresas que perdem, em média, o equivalente a mais de 62 milhões de dólares em produtividade por conta de dificuldades de comunicação em língua inglesa, anualmente. No contexto brasileiro, 32% dos entrevistados dizem utilizar o inglês diariamente no trabalho e 52%, ao menos uma vez na semana e, via de regra, quanto mais alto o cargo na empresa, mais se utiliza o inglês (Gil, 2024). A esse respeito, Matheus Brasil aponta que “desempenho brasileiro não apenas no comércio exterior, mas em vários setores, poderia ser ainda mais expressivo se não fossem as barreiras linguísticas” (Brasil, 2025). Para ele, a falta de fluência em inglês dos brasileiros impacta especialmente as pequenas e médias empresas na expansão de suas atividades para outros países e na importação de matéria-prima, o que tornaria seus produtos mais competitivos.

Além disso, a proficiência em inglês desempenha um papel crucial na redução dos riscos legais e financeiros. Isso se deve, principalmente, à necessidade de interpretar corretamente documentos contratuais, regulatórios e técnicos, os quais frequentemente são redigidos em inglês ou em sua tradução para o idioma. Por outro lado, a falta de uma base sólida no idioma compromete a clareza das negociações, acarreta em erros na interpretação de cláusulas contratuais e confusões na

comunicação de termos técnicos ou logísticos, aumenta o risco de erros e atrasos, pode resultar em interpretações errôneas, disputas jurídicas e, consequentemente, perdas expressivas que vão além do aspecto financeiro, influenciando diretamente a reputação e a sustentabilidade das empresas no cenário internacional.

Outro aspecto importante da proficiência em inglês diz respeito à participação em eventos globais, tais como: conferências, encontros, feiras, capacitações, *networking*, entre outros. Nos últimos anos, a participação em eventos internacionais tem crescido significativamente, reunindo profissionais, empresários e representantes de diversos países. Exemplo disso é o *Vibrant Gujarat Global Summit*, evento bienal de negócios globais realizado na Índia. Na edição de 2024, contou com aproximadamente 130 mil participantes de 140 países, evidenciando a diversidade cultural e econômica desse tipo de encontro (India Today, 2024). Outro exemplo, a edição desse ano do *St. Petersburg International Economic Forum* reuniu mais de 24 mil participantes de 144 países e gerou mais de 1084 acordos que ultrapassam 6 trilhões de rublos (equivalente a 385 bilhões de reais no câmbio atual), mostrando o impacto econômico direto desses encontros internacionais (Forum SPB, 2025).

Também é importante citar eventos como: *China Import and Export Fair (Canton Fair)*, realizada na China, é a maior feira multisectorial do mundo; *Transport Logistic*, realizada em Munique (Alemanha), é conhecida como a maior feira mundial de logística, mobilidade, TI e gestão da cadeia de suprimentos; *Intermodal South America*, sediada em São Paulo, é o maior evento de logística e transporte de cargas das Américas, focado nas necessidades do setor; *Asia Trade Summit*, em Cingapura, evento voltado para o comércio internacional e oportunidades de negócio na Ásia; *World Trade Expo*, em Dubai nos Emirados Árabes Unidos, reúne empresas de diversos setores para discutir comércio e investimentos, entre outros encontros.

Como pode ser percebido já pelo título dos eventos, fica evidente que o domínio do inglês é essencial para realmente se inteirar e aproveitar as oportunidades oferecidas. A fluência no idioma facilita não só a comunicação clara e eficiente, mas também o estabelecimento de credibilidade e a construção de relações comerciais sólidas, alavancando o *networking*. Naturalmente, na área do comércio internacional, essa prática se torna ainda mais indispensável, uma vez que operar em mercados internacionais exige constante conexão com pessoas de diferentes países e culturas. Esses encontros reúnem empresários, investidores, fornecedores e clientes de diversos setores e nacionalidades, todos com um objetivo comum: ampliar suas redes

de relacionamento e identificar potenciais parceiros comerciais. No entanto, para que essa troca de ideias, experiências e propostas seja realmente efetiva, é imprescindível o domínio da língua inglesa. Afinal, tratando-se de um ambiente internacional, o inglês se consolida como idioma universal dos negócios, sendo a principal ferramenta de comunicação nesses espaços. Mais do que conhecer o vocabulário técnico, a capacidade de conduzir um diálogo com clareza e confiança são fatores que transmitem profissionalismo e credibilidade. Isso não apenas atrai o interesse dos parceiros internacionais, como também fortalece a imagem da empresa no mercado global, aumentando as chances de fechamento de negócios.

Profissionais que conseguem se expressar com fluência em inglês são mais capazes de estabelecer uma comunicação transparente, transmitir segurança e demonstrar preparo. Isso contribui diretamente para o fortalecimento de uma postura proativa durante as negociações, além de permitir que o profissional

- participe ativamente de reuniões, debates conferência, *workshops*, fazendo perguntas estratégicas, reduzindo mal-entendidos, dirimindo dúvidas em tempo real, respondendo com agilidade e eficiência às solicitações dos parceiros internacionais;
- acesse informações mais atualizadas, oportunidades de negócios, *networking* e carreira em nível global, permitindo o aprimoramento de habilidades e conhecimentos;
- construa redes de contatos internacionais e relacionamentos mais fortes e duradouros com colegas, clientes e parceiros de diferentes culturas e países, o que pode ser benéfico para a carreira e os negócios;
- aumente a confiança em si mesmo e aprimore a capacidade de resolver problemas, tomar decisões embasadas, lidar com situações profissionais complexas em um ambiente globalizado e altamente competitivo.

Esse repertório profissional de *hard skills* e *soft skills* têm forte impacto nas decisões comerciais e no posicionamento da empresa como parceira competente e engajada. Sendo competências estratégicas indispensáveis para qualquer profissional e empresa que desejem se destacar no comércio exterior, a aquisição, aprimoramento e uso dessas ferramentas abre portas para oportunidades, fortalece relacionamentos e contribui para o crescimento sustentável no mercado globalizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No comércio exterior, negociações, acordos e trocas de informações entre países exigem uma comunicação eficiente, muitas vezes mediada pelo inglês, reconhecido como língua franca dos negócios internacionais. Nesse cenário, o domínio do idioma representa um diferencial competitivo importante. No entanto, muitas empresas ainda enfrentam dificuldades para qualificar profissionais fluentes, o que pode limitar seu alcance no mercado global. Mais do que uma exigência técnica, o inglês se afirma como um capital simbólico (Bourdieu, 1991), um marcador de pertencimento ao espaço global das trocas e das decisões econômicas.

Sendo o inglês uma língua de contato no meio internacional e ferramenta essencial para integração em contextos multilíngues, no campo das relações comerciais, é central entender que o domínio da língua inglesa se tornou um diferencial competitivo não só no intercâmbio direto de informações, mas também no alinhamento com normas culturais exigidas no ambiente global de negociações. Esse alinhamento linguístico e cultural reflete uma dimensão política da globalização, na qual o idioma atua como mediador de acesso, poder e legitimidade nas relações comerciais (Pennycook, 2001; Rajagopalan, 2009). Assim, o estudo apresentado objetivou ampliar a compreensão sobre o uso do inglês nos negócios, mostrando que sua importância vai além da eficiência comunicativa, abrangendo também dimensões ideológicas e culturais que impactam diretamente o posicionamento das empresas e dos profissionais no mundo globalizado.

Diante do exposto, é possível concluir que a falta de domínio do inglês no ambiente corporativo, especialmente em contextos internacionais, pode gerar uma série de impactos negativos que vão além de simples falhas na comunicação. Entre os principais prejuízos estão: perdas financeiras significativas, ocasionadas por erros contratuais e negociações mal interpretadas; comprometimento da reputação e da credibilidade da empresa no mercado global; rompimento de parcerias comerciais e perda de clientes estratégicos; redução da produtividade interna devido a retrabalho e confusões operacionais; além de impactos diretos na economia global, uma vez que grandes corporações movimentam cadeias econômicas inteiras. Desta maneira, torna-se evidente que o inglês não é apenas uma habilidade adicional, mas sim uma competência essencial e estratégica para garantir clareza, segurança e sucesso nas

relações comerciais internacionais, evitando que erros linguísticos se transformem em prejuízos operacionais e financeiros irreversíveis.

Em suma, o inglês vai além de uma habilidade técnica; ele se consolida como uma competência estratégica no ambiente corporativo internacional. Quando utilizado como uma ferramenta, o domínio da língua inglesa pode ser o diferencial determinante para o sucesso nas negociações ao viabilizar não somente a comunicação, mas influenciando diretamente nos resultados das negociações. Em processos de exportação e importação, por exemplo, a capacidade de interpretar com exatidão especificações de produtos, manuais técnicos, exigências alfandegárias e cláusulas contratuais em inglês pode determinar ativamente o sucesso ou o fracasso de uma operação. Em vista disso, o idioma passa a ser um ativo que gera benefícios presentes e futuros, atuando como elemento facilitador nas negociações internacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIANCHI, S. da S.; GUALDA, L. C. O comércio exterior brasileiro e a importância do Business English. **Revista Perspectiva em Educação, Gestão & Tecnologia**. Itapetininga, v. 6, n. 12, p. 1–15, jul./dez. 2017.

BOURDIEU, P. **Linguagem e poder**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1991.

BRASIL, M. Comércio exterior em alta: demanda por profissionais fluentes em inglês impulsiona salários. **Jornal do Brás. Economia. Notícias. Opinião**. Janeiro de 2025. Disponível em <https://jornaldobras.com.br/noticia/53353/comercio-exterior-em-alta-demanda-por-profissionais-fluentes-em-ingles-impulsiona-salarios> Acesso em 12 de julho de 2025.

CAMBRIDGE. English at Work: estudo sobre as competências linguísticas no local de trabalho. Competências de Inglês no mercado de trabalho. **English at work**. Disponível em <https://www.cambridgeenglish.org/pt/why-choose-us/english-at-work/> Acesso em 28 de agosto de 2025.

CASTRO, M; SILVA, I. E. da. O protagonismo da língua inglesa no Comércio Exterior. **Anais. XI Congresso de Trabalhos de Graduação**. Faculdade de Tecnologia de Mococa. Vol. 7. N.1., 2023, p. 1-11

CRYSTAL, D. **English as a global language**. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

DOAN, L. D.; HAMID, M. O. Economics of English: Examining the Demand for English Proficiency in the Vietnamese Job Market. **RELC Journal**, v. 52, n. 2, p. 147–161, 2019.

EF – EDUCATION FIRST. EF English Proficiency Index: a ranking of 111 countries and regions by English skills. 2024. Disponível em: ef-epi-2024-brazilian-portuguese.pdf. Acesso em: 26 de abril de 2025.

FORUM SPB. Fórum Econômico Internacional de São Petersburgo (SPIEF). **About the Forum. Sobre o SPIEF.** Julho de 2025. Disponível em <https://forumspb.com/en/about/?lang=por> Acesso em Agosto de 2025.

GIL, P. Empresas perdem US\$ 62 milhões em produtividade por carência de inglês. **Veja Negócios. Radar Econômico.** Junho de 2024. Disponível em <https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/empresas-perdem-u-62-milhoes-em-produtividade-por-carencia-de-ingles/> Acessado em 01 de julho de 2025.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antonio Carlos Gil. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GRADDOL, D. **English next: why global English may mean the end of ‘English as a foreign language’.** 1. ed. London: British Council, 2006.

GRIN, F.; SFREDDO, F.; MENZ, P. **Language policy and economic development: The role of language in the global economy.** Springer, 2018.

HALL, E. T. **Beyond Culture.** Anchor Books. Published by Doubleday, 1981

HOFSTEDE, G. **Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture**, v. 2, n. 1, 2011.

INDIA TODAY. What Vibrant Gujarat Global Summit 24 achieved: The big takeaways. **News. India Today Insight.** Janeiro de 2024. Disponível em <https://www.indiatoday.in/india-today-insight/story/what-vibrant-gujarat-global-summit-24-achieved-the-big-takeaways-2489466-2024-01-16> Acesso em agosto de 2025.

JENKINS, J.; COGO, A.; DEWEY, M. **Review of developments in research into English as a lingua franca. Language Teaching.** 2011, v. 44, n. 3, p. 281-315.

LIMA, C. S. S.; MIOTO, R. C. T. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katalysis.** V. 10, n. 1, p. 37–45, 2007.

NEELEY, T. **The Language of Global Success: How a Common Tongue Transforms Multinational Organizations.** Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017.

PAHLAVANI, M. & NEMATI, S. (2024). The Role of Business English in International Marketing. **Research in Economics and Management.** Volume 9. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/378781582_The_Role_of_Business_English_in_International_Marketing. Acesso em: 18 maio 2025.

PENNYCOOK, A. **Critical applied linguistics: a critical introduction.** New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

PHILLIPSON, R. **Linguistic imperialism.** Oxford: Oxford University Press, 1992.

RAJAGOPALAN, K. **Por uma pedagogia do inglês como língua internacional adaptável às realidades culturais dos aprendizes.** São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

RAMOS, D. V.; CRUZ, E. S. Língua, poder e identidade em Ngugi wa Thiong'o e Kanavillil Rajagopalan. **Linha D'Água.** São Paulo, v. 25, n. 1, p. 13–27, 2012.

ROSALEM, V.; SANTOS, A. C. Estudo dos Principais Estilos de Negociação Adotados Por Gestores de Micro e Pequenas Empresas Varejista. **II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.** Rezende, Rio de Janeiro, 2007, p. 1-13.

SANTANA, D. L.; MENDES, G. A.; MARIANO, A. M. Estudo das dimensões culturais de Hofstede: análise comparativa entre Brasil, Estados Unidos e México. **C@LEA – Revista Cadernos de Aulas do LEA.** Ilhéus, n. 3, p. 1–13, nov. 2014.

SEIDLHOFER, B. **Research perspectives on teaching English as a Lingua Franca. Annual Review of Applied Linguistics,** 2004, v. 24, P. 209-239.

SOUSA, M. F.; OLIVEIRA, J. S.; ALVES, R. S. A Pesquisa Bibliográfica: Princípios e Fundamentos. **Cadernos da FUCAMP.** V. 20, n. 2, p. 135–150, 2021.

VIEIRA, G. C.; DIEGUES, U. C. C.; A importância da língua estrangeira na aplicação das terminologias específicas do comércio exterior. **Revista Processando o Saber.** V. 12, p. 26-36, maio 2020.