

O COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E A IMPORTÂNCIA DO BUSINESS ENGLISH

Shayane da Silva Bianchi

shayane.bianchi@fatec.sp.gov.br✉

Linda Catarina Gualda

lindacatarina@hotmail.com

FATEC ITAPETININGA - SP

RESUMO: O Inglês é uma língua global e se destaca dentre as demais línguas, servindo de idioma para negociações e melhorando a comunicação entre países estrangeiros. O Comércio Exterior brasileiro apresenta uma série de desafios relacionados à composição da pauta de exportações, à situação política interna e conjuntura internacional que exigem profissionais cada vez mais preparados. Por esse motivo, faz-se necessário que a comunicação entre países seja fluida e eficiente. Por intermédio de pesquisas exploratórias na internet, livros, artigos da área, entre outros, verificou-se a existência de uma ferramenta capaz de auxiliar estes profissionais em suas negociações e comunicações do cotidiano empresarial e profissional, facilitando assim o entendimento e satisfazendo seus clientes. Tal ferramenta é o *Business English*, ou seja, o Inglês para Negócios. O objetivo do artigo é mostrar a importância do Comércio Exterior para a economia nacional e o papel da utilização do

Business English neste ramo de atividade, haja vista que estudos levam a perceber que ainda há dificuldade de compreensão e prestação de serviços quando se trata de comunicação com clientes estrangeiros.

PALAVRAS-CHAVE: Comércio Exterior. Inglês para Negócio. Língua Global. Negociações Estrangeiras.

BRAZILIAN FOREIGN TRADE AND IMPORTANCE OF BUSINESS ENGLISH

ABSTRACT: English is a global language and stands out among other languages, serving as a language for negotiations and improving communication between foreign countries. Brazilian Foreign Trade presents a series of challenges related to the composition of the export agenda, the domestic political situation and the international situation that require more and more trained professionals. For this

reason, communication between countries needs to be fluid and efficient. Through exploratory research on the internet, books, articles of the area, among others, it was verified the existence of a tool capable of assisting these professionals in their negotiations and communications of the daily business and professional, thus facilitating the understanding and satisfying their clients. Such tool is Business English, that is, English for Business. The objective of the article is to show the importance of Foreign Trade for the national economy and the role of Business English in this branch of activity, given that studies lead to the realization that there is still difficulty understanding and providing services when it comes to communication with foreign clients.

KEYWORDS: Foreign Trade. Business English. Global Language. Foreign Negotiations.

1 INTRODUÇÃO

De acordo como o Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC, 2008), o Comércio Exterior no Brasil teve origem por volta do século XVIII, quando aconteceram as primeiras reuniões para debate sobre o comércio internacional. Nas últimas décadas, o Brasil conseguiu uma mudança significativamente positiva para o comércio no país. Até meados dos anos 60 o Comércio Exterior era praticamente restrito a produtos primários. Com a industrialização e o processo de substituição de exportações a partir dos anos 60, a pauta exportadora passou a incluir bens industrializados, agregando valor aos

produtos comercializados com o exterior.

O Comércio Exterior no mercado atual veio crescendo e demonstrando um grande poder aquisitivo financeiro para o desenvolvimento do país, pois este deixou de ser exportador e importador apenas de produtos primários e passou a se beneficiar também de outros bens como produtos industrializados e processados, calçados, tecidos, combustíveis, produtos químicos, peças de reposição diversas, etc. Com essa nova conquista surge inevitavelmente a necessidade de evolução e aprendizado de uma nova língua, pois a comunicação com os países vizinhos também se tornou difícil, visto que nem todas as pessoas estrangeiras conhecem o nosso idioma ou aquelas que o conhecem muitas vezes não têm domínio suficiente para tratar de negociações.

Nos dias de atuais, segundo Schüts (2005), há estimativas de que 75% de toda a comunicação internacional é por escrito, 80% desta é informação armazenada em todos os computadores do mundo e 90% do conteúdo da Internet está em inglês. Considerando esses percentuais pode-se dizer que a Língua Inglesa é a mais aplicada globalmente, sendo assim um instrumento de maior importância na comunicação não apenas nas negociações comerciais como também na área turística.

Pensando em ajudar os profissionais do Comércio Exterior teve início esta pesquisa em busca de uma ferramenta que pudesse ser utilizada para a intercomunicação com os outros países de uma maneira formal e técnica. Assim, pode-se encontrar o *Business English*. Trata-se de um inglês técnico, voltado para os Negócios, que objetiva a comunicação com eficiência em um ambiente profissional, já que podemos nos deparar com diferentes situações que nos exigem habilidades diferentes das que utilizamos normalmente no dia a dia. Dentre essas, pode-se citar: fazer apresentações, realizar uma ligação ou envio de um e-mail formal para um cliente no exterior, multiplicar uma palestra ou curso que tenha assistido, recepcionar um cliente estrangeiro, etc. Nesse sentido, o *Business English* tem como prioridade abordar os principais termos da rotina de uma empresa para ajudar na formação de bons profissionais.

1 METODOLOGIA

A metodologia deste estudo se fez baseada em pesquisa qualitativa a partir de sites especializados, artigos científicos e acadêmicos na área, livros, dissertações de mestrado, entre outras fontes. Realizaram-se pesquisas em literatura das áreas de Comércio Exterior, Língua Estrangeira Moderna, Língua Inglesa, Inglês para Negócios,

ressaltando a relevância do estudo da importância do domínio do *Business English* para o profissional do Comércio Exterior, foco do presente trabalho.

Tal metodologia refere-se a um levantamento bibliográfico com o intuito de apresentar e discutir a problemática sem, entretanto, esgotá-la.

2 RESULTADOS E DISCUSSÃO

2.1 CONCEITO E HISTÓRIA DO COMÉRCIO

Em geral, o comércio refere-se à compra e venda de mercadorias, envolvendo necessariamente duas partes: “O termo comércio deriva do conceito latim *commercium* e refere-se à negociação que tem lugar na hora de comprar ou vender gêneros/bens e mercadorias. (...) Por outras palavras, o comércio é a actividade socioeconómica que consiste na compra e na venda de bens...” (CONCEITO.DE, 2011)

Existe a categoria intitulada Comércio Interno, que se ocupa da compra e venda de mercadorias entre clientes e fornecedores internos, ou seja, do mesmo país, mas também temos o Comércio Externo, que se dedica à compra e venda de produtos externos e internos por meio da Importação e Exportação entre um país e outro.

Sobre este último, Bortoto et al (2008) afirmam que a construção do

comércio internacional começou a se consolidar com a era da “Revolução Comercial”, entre o século XVI a meados do século XVIII, durante esse período se estabeleceu a economia mundial e a compreensão de uma nova organização política de Estado, o Estado Nacional. Desta era herdaram-se as bases conceituais e teorias de comércio exterior que foram e são utilizadas nos dias atuais.

A economia capitalista teve início a partir século XI ao século XIV na Europa, com o desenvolvimento e a expansão das práticas comerciais, onde diferentes economias começaram a se integrar numa mesma, a economia mundial, vindo a se consolidar após o século XVIII.

Bortoto et al (2008) descrevem que com as grandes navegações e a abertura de uma nova rota comercial pelo Atlântico Sul rumo ao Oriente, houve um grande desenvolvimento comercial fortalecendo a burguesia europeia, aumentando a capacidade de acumulação de recursos e a expansão de mercados com a descoberta das Américas. Diante desse cenário, fica evidente a integração das economias e que cada parte do planeta tem seu papel econômico a cumprir, sendo esse fundamental ou periférico.

Nessa nova concepção de Estado Nacional evidenciam-se as características do mercantilismo: o metalismo, a balança comercial

favorável, o protecionismo alfandegário, a intervenção do estado na ordem econômica, o monopólio e o colonialismo. As colônias conquistadas pela Europa foram regidas pela política mercantilista, o que ajudou o enriquecimento das coroas para o fortalecimento dos países colonizadores, expandindo o comércio internacional. Nessa época também houve o aumento da produtividade da agricultura, da intensificação da mineração, o crescimento da metalurgia, a possibilidade de navegação por todo o mundo e a divisão técnica do trabalho se difundiu e se especializou, proporcionando um acúmulo de capital que favoreceu o desenvolvimento da Revolução Industrial.

Esse período, do final do século XV a meados do século XVIII, foi considerado revolucionário, devido às grandes transformações que impactaram toda a sociedade da época até os dias atuais. O Brasil viveu a maior parte da sua história sob práticas de políticas mercantilistas, sob a potência colonial que o regia e que contribuiu significativamente para o processo de acumulação europeia que antecedeu a criação e consolidação do capitalismo como sistema econômico dominante. (BORTOTO et al, 2008).

Segundo MDIC (2008), as negociações internacionais só começaram a acontecer com a chegada

da corte portuguesa ao Brasil no início do século XIX. Até então, o Brasil só comercializava produtos de origem agrícola, pois o monopólio português não permitia o desenvolvimento da indústria local. A esse respeito, Freitas (2016) acrescenta que o Brasil conseguiu mudar de forma significativa o seu comércio exterior, pois até os anos 60 o país tinha produção restrita à exportação de produtos primários: “tais como café, que no início do século era responsável por 70% de toda exportação do país, e posteriormente outros produtos ganharam destaque, como cacau, algodão, fumo, açúcar, madeiras, carnes, minérios (principalmente ferro e manganês)”. (FREITAS, 2016).

Com isso, o país passou a exportar não apenas produtos primários, alavancando suas relações comerciais internacionais e seu desenvolvimento socioeconômico. Entretanto, o Brasil ainda baseia as negociações de vendas internacionais principalmente em produtos do setor primário (*commodities*), devido ao baixo investimento em produção tecnológica, o que se dá pela deficiência de mão de obra disponível que poderia ser melhor aproveitada se houvesse incentivo na formação de capacidade produtiva aos profissionais. (MDIC, 2008).

2.2 O COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E O MERCADO ATUAL

Segundo Maia (2010), o comércio internacional é como uma via de duas mãos, na qual as vendas são representadas pelas exportações e as compras pelas importações. Maia ainda defende a tese de que o Comércio Exterior tem feito com que a integração do Brasil e demais países cresça a cada dia, fortalecendo a competitividade entre eles. Nesse sentido, os principais países de destino das exportações, no acumulado janeiro-maio/2016, foram: 1º) China (US\$ 16,7 bilhões), 2º) Estados Unidos (US\$ 8,6 bilhões), 3º) Argentina (US\$ 5,3 bilhões), 4º) Países Baixos (US\$ 3,9 bilhões) e 5º) Japão (US\$ 2,0 bilhões); e os principais países de origem das importações foram: 1º) China (US\$ 9,4 bilhões), 2º) Estados Unidos (US\$ 9,2 bilhões), 3º) Alemanha (US\$ 3,7 bilhões), 4º) Argentina (US\$ 3,4 bilhões) e 5º) Coreia do Sul (US\$ 1,6 bilhão). (MDIC, 2016)

De acordo com tais dados, o Comércio Exterior é um motor importante da economia e o ex-ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Armando Monteiro, ressalta tal relevância: “O país saiu de um déficit de US\$ 4 bilhões em 2014 para um superávit de quase US\$ 20 bilhões em 2015”. E acrescenta: “Em 2015 tivemos o maior volume exportado da história do comércio exterior brasileiro e em 2016 o superávit deve

superar os US\$ 30 bilhões. ” (MDIC, 2016)

O MDIC (2016) reuniu dados de janeiro-maio e os mesmos apontaram os seguintes valores: as exportações mostraram o montante de US\$ 73,513 bilhões, com relação a 2015, revelando uma redução de 2,6%; as importações chegaram a US\$ 53,832 bilhões em 2016 em comparação ao mesmo ciclo do ano anterior, obtendo o saldo de US\$ 77,002 bilhões. Sendo assim, notou-se uma queda de 30,8%, em relação aos resultados; a corrente de comércio atingiu o valor de US\$ 127,346 bilhões, revelando a baixa de 16,9% em relação ao mesmo tempo do ano anterior, o qual obteve um total de US\$ 151,702 bilhões, por meio da nota diária; o saldo comercial foi de US\$ 19,681 bilhões, transformando a escassez do saldo do ano anterior que foi igual a US\$ 2,301 bilhões.

O MDIC (2016) mostrou ainda a relação comercial do Brasil com outros países destacando as principais exportações e importações realizadas dentre o período de Janeiro/Maio de 2016. Nas exportações, destacam-se os países: China (US\$ 16,7 bilhões), Estados Unidos (US\$ 8,6 bilhões), Argentina (US\$ 5,3 bilhões), Países Baixos (US\$ 3,9 bilhões) e Japão (US\$ 2,0 bilhões). Em relação às importações, destacam-se: China (US\$ 9,4 bilhões), Estados Unidos (US\$ 9,2 bilhões), Alemanha (US\$ 3,7 bilhões),

Argentina (US\$ 3,4 bilhões) e Coreia do Sul (US\$ 1,6 bilhões).

Pensando nessas informações e nas relações que o Brasil estabelece com outros países a partir das negociações, pode-se afirmar que nesse meio internacional existe a necessidade do conhecimento de um idioma que possa ser considerado língua franca entre todos os países. O item seguinte trata da importância do domínio de uma língua estrangeira para que os profissionais de Comércio Exterior possam obter maiores e melhores resultados durante as negociações.

2.3 A IMPORTÂNCIA DO DOMÍNIO DE UMA LÍNGUA ESTRANGEIRA

Segundo Pillati e Santos (2011), a tendência de integração global se alastra em múltiplas conexões diretas e indiretas fazendo com que a economia se torne cada vez mais globalizada. A competitividade de um país depende da facilidade de comunicação com outros países, o que torna necessária a fluência em idiomas ao nível de Língua Franca como, por exemplo, Inglês e Espanhol, sendo que a Língua Inglesa é a mais importante devido a seu vasto uso e abrangência.

O processo da globalização não se trata apenas de desenvolvimento econômico, mas também se soma ao

desenvolvimento social, pois nele há, além da integração econômica, as integrações: sociais, culturais e políticas. Com essa integração ampla, os países estão cada vez mais próximos, em um contexto em que graças às inovações tecnológicas a comunicação é cada vez mais dinâmica e eficiente; informações, acontecimentos e conhecimentos são compartilhados quase que imediatamente em nível global. Graças ao processo de globalização, só haverá lugar no mercado de trabalho para profissionais que se adequem 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. Os meios de comunicação apresentam processos de mudanças constantes, tornando muito importante a atenção para com as inovações a fim de se adequar a aceleração da tecnologia. Portanto, para se viver na era da informação e da comunicação veloz, é crucial lembrar que o idioma utilizado para a comunicação entre os diferentes povos é o Inglês. Entre diversas línguas, a inglesa tem demonstrado ser global, ou seja, muitos países a têm como

primeira língua ou então como Língua Franca ou segunda língua.

A língua inglesa já se tornou uma língua mundial, em virtude do progresso político e econômico obtidos pelas nações falantes desse idioma nos últimos 200 anos, [...] O inglês é utilizado como língua oficial ou semioficial em mais de 60 países, e tem um lugar de destaque em outros 20. Da mesma forma, é dominante ou bem estabelecido em todos os seis continentes. (FIGUEIREDO; MARZARI, 2012).

A Língua Inglesa ganha cada vez mais força e espaço, não só nos países, como também nas culturas, por conta da integração entre os mesmos. 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 mostra a necessidade de um constante aprofundamento da língua para que esses profissionais possam desempenhar sua função de maneira mais eficaz.

2.4 O INGLÊS PARA FINS ESPECÍFICOS

Segundo Ramos (2004), os fatores que trouxeram o desenvolvimento do Inglês para fins

específicos foram: a expansão científica, técnica e econômica, desenvolvimento das pesquisas em linguística e finalmente o desenvolvimento da Psicologia Educacional. Houve, assim, uma multiplicação das publicações de materiais didáticos e manuais para professores, a partir dos anos 70.

No mesmo período recaiu sobre o Inglês o papel de língua internacional no pós-guerra devido ao poder econômico dos Estados Unidos. Nesse contexto surgiu então uma nova geração com objetivos e necessidades específicas para aprender a Língua Inglesa: comerciantes, mecânicos, médicos e estudantes.

O desenvolvimento da linguística favoreceu o ensino do Inglês para fins específicos, pois os cursos de Inglês começaram a considerar as necessidades dos alunos e as novas ideias sobre o estudo da língua, relacionada ao seu real uso na comunicação. Mudou-se assim o foco que antes se concentrava em normas gramaticais para uma visão de linguagem como veículo de comunicação.

Ramos (2004) acrescenta que essas diferentes necessidades e interesses passaram a ser consideradas como uma importante influência na motivação e a eficácia na aprendizagem da Língua Franca e um norte para a organização de um curso de Inglês.

Para Silva (2012), a abordagem do Inglês para fins específicos baseia-se em três principais domínios do conhecimento: linguagem, pedagogia e a área específica de conhecimento do aluno. No entanto é impossível formular uma definição universalmente aplicável para o Inglês para fins específicos, uma vez que o que é específico em um lugar do mundo pode não ser em outro. (Silva, 2012)

O artigo da PUC-Rio (2011) afirma que no Brasil o Inglês para fins específicos é conhecido como Inglês Instrumental e iniciou a difusão na década de 70, através do Projeto Nacional Ensino de Inglês Instrumental em Universidades Brasileiras, o qual tinha por objetivo atender às necessidades do mundo acadêmico, pois as universidades necessitavam ministrar cursos de Inglês para diversas áreas.

2.5 O BUSINESS ENGLISH NO ÂMBITO DO COMÉRCIO EXTERIOR

O avanço do Comércio Exterior em meio às negociações econômicas juntamente ao crescimento global mostra a necessidade de o profissional de Comércio Exterior aprender uma língua estrangeira para poder comunicar-se de maneira eficaz com seus clientes e fornecedores estrangeiros.

Levando em conta que as empresas de exportações mantêm contato diretamente com os exportadores e importadores de países que utilizam a Língua Inglesa, e em grande percentual as negociações são feitas em Inglês via conexões por e-mails, ligações ou até mesmo recepção com os empresários e clientes internacionais em eventos nacionais, faz-se necessária a aquisição da Língua Inglesa como diferencial competitivo. Entretanto, além do domínio desta, é necessário ainda que tal profissional tenha noção do Inglês específico, ou seja, do Inglês para negócios. (ALVES, 2015)

Sabe-se que no âmbito do Comércio Exterior, muitos termos ainda são desconhecidos por estudantes do idioma. A tradução para esses termos ou expressões técnicas nem sempre é encontrada em dicionários comuns. Existem, entretanto, publicações especializadas voltadas para a área de negócios, de maneira que é possível encontrar traduções adequadas para as sentenças técnicas. Nesse sentido, o *Business English* se destaca como ferramenta auxiliadora na comunicação e negociações do cotidiano empresarial.

Muitos acreditam que o *Business English* é apenas mais uma forma de se divulgar um curso qualquer de Inglês, só que com a diferenciação de ser um Inglês Técnico e que no mesmo não se aprenderiam outras funções básicas

que se aprendem em um curso normal de Língua Inglesa. Entretanto, o *Business English*, que ao pé da letra significa “Inglês voltado para Negócios”, também ensina a linguagem básica do Inglês com gramática e outras atividades.

Atualmente a língua estrangeira é considerada crucial no mercado profissional principalmente para os técnicos de Comércio Exterior, já que sem ela não é possível realizar negociações. Saber e entender outras culturas destaca os profissionais que têm o estudo de línguas estrangeiras, pois ele estará mais apto à comunicação internacional. O funcionário especialista que obtém o domínio de outro idioma se sobressai, pois, o comércio, sendo estrangeiro ou não, se refere também à interação entre grupos e para que isso ocorra é necessário haver comunicação.

Assim, o Inglês garante sua importância para o profissional de Comércio Exterior, principalmente se tratando em negociações, pois como mencionado anteriormente grande parte dos documentos utilizados nos processos de importação ou exportação são no idioma.

O mundo, hoje, tem um mercado moderno e globalizado, ficando praticamente tudo em inglês, que é, sem dúvida, uma língua universal. Para quem acha que a língua inglesa é um mero

detalhe para o Comércio Exterior, basta passar os olhos em algumas documentações e logo irá se deparar com vários termos nesta língua. International trade, Bill of Lading, Foreign exchange, Packing list, Port, Commercial Invoice, entre muitos outros, são termos usados diariamente nesta área.(ALVES, 2015)

Através do *Business English*, o profissional de Comércio Exterior pode se comunicar com eficiência em um ambiente profissional, já que o aprendizado da Língua Inglesa bem como o domínio dos jargões de negócio são indispensáveis para tal profissional nos dias atuais. Sendo assim, o *Business English* pode ser visto como ferramenta facilitadora na comunicação e atualização de informações entre o nosso país e países estrangeiros.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a importância do Comércio Exterior nos dias atuais para o desenvolvimento econômico do Brasil e levando em conta que o mesmo é responsável por grande parte do capital financeiro, visto que as exportações e importações geram a circulação da moeda, deve-se atentar à necessidade de comunicação eficiente com outros países e está se faz em língua estrangeira. Por esse motivo, o alavancamento econômico e financeiro do país por meio de negociações e comunicação em geral no Comércio

Exterior depende de um profissional que alie habilidades técnicas, comunicacionais e tecnológicas, já que o mundo globalizado e altamente competitivo exige profissionais qualificados.

Assim, os objetivos da aquisição do *Business English* são acelerar o entendimento da necessidade dos clientes internos e externos, manter a competitividade e fazer com que os nossos produtos atendam às demandas dos clientes. Observando a importância do *Business English*, é possível afirmar que obtendo o domínio da Língua Inglesa juntamente com o Inglês para Negócio o profissional de comércio internacional estará melhor preparado para negociações, seja ela no país de origem ou no exterior, pois entenderá as necessidades ao redor e, assim, poderá solucionar as dificuldades da melhor maneira, obtendo bons resultados, aumentando a circulação da moeda no país e fazendo com que o mesmo tenha maior capacidade de desenvolvimento econômico e financeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, L.E. **A Importância da Língua Inglesa nos Cursos de Secretariado Executivo, Turismo e Comércio Exterior no Vale do São Francisco.** Disponível em: <<http://nti.facape.br/artigos/artigo09.pdf>>, Acesso em: 01 set. 2015

BORTOTO, A. C. et al. **Comércio Exterior Teoria e Gestão 2ª Ed.** São Paulo:Atlas, 2010

CONCEITO.DE. **Conceito de Comércio** . 2011. Disponível em: <<http://conceito.de/comercio>>, Acesso em: 21 mar. 2016

FIGUEIREDO, A.F.; MARZARI, G.Q. **A Língua Inglesa ao Longo da História e Sua Ascensão ao Status de Língua Global.** 2012. Disponível em: <<http://www.unifra.br/eventos/sepe2012/Trabalhos/6753.pdf>> Acesso em: 16 fev. 2016

FREITAS, E. **Comércio Externo Brasileiro.** 2016. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/comercio-externo-brasileiro.htm>>, Acesso em: 18 mar. 2016

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior.** 13. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MDIC. **200 anos do comércio exterior brasileiro.** Mai. 2008. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/portalmdic/sitio/interna/noticia.php?area=5¬icia=8219>>, Acesso em: 18 maio. 2016

MDIC . **Balança comercial brasileira: Mensal.** Jan./Mai. 2016. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-externo/estatisticas-de-comercio-externo/balanca-comercial-brasileira-mensal>>, Acesso em: 01jun. 2016

MDIC. **País saiu de um déficit de US\$ 4 bilhões em 2014 para um superávit de quase US\$ 20 bilhões em 2015.** Janeiro de 2016. Disponível em: <[\[monteiro-comercio-externo-e-um-fator-muito-importante-para-a-recuperacao-da-atividade-economica\]\(#\)>.Acesso em: 31 mai. de 2016](http://www.mdic.gov.br/index.php/noticias/109-comercio-externo/984-</p></div><div data-bbox=)

PILATTI, A.; SANTOS, M. **O domínio da Língua Inglesa como fator determinante para o sucesso profissional no mundo globalizado.**2011. Disponível em: <www.upf.br/seer/index.php/ser/article/download/1766/1174>, Acesso em: 02 abr. 2015.

PUC-Rio. **O ensino de inglês para fins específicos.**2011.Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/11426/11426_3.PDF>, Acesso em: 20 Jun. 2016

RAMOS, R. C. G. **Gêneros Textuais: uma proposta de aplicação em cursos de inglês para fins específicos.** 2004. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/esp/article/view/9371/6944>>, Acesso em: 25 mai. 2016

SCHÜTZ, R. **O Inglês como língua internacional.** Jul. 2005. Disponível em: <<http://www.sk.com.br/sk-ingl.html>>, Acesso em: 25 mar. 2015

SILVA, F.O. Mestrado em logística aplicada e estudos da linguagem. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=14766> Acesso em: 04 jun. 2016