

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GHISLAIN CLOVIS HOUNWANOU

**PROJETO DE ENSINO DE IDIOMAS E ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS
DE CURSOS DE FRANCÊS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à disciplina de produção científica em publicidade e propaganda I, como requisito parcial à conclusão do curso de Publicidade e Propaganda, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. João Martins Ladeira

CURITIBA

2022

RESUMO

O presente trabalho trata sobre a manutenção do curso de Francês. Diante disso, propõe-se um plano de marketing para uma escola de idioma partindo da hipótese de que as escolas em geral têm um problema em relação ao aprendizado dos alunos após o curso. O embasamento teórico utilizado para as reflexões foram textos sobre a Educação a distância e ensino profissionalizante: um olhar sobre os egressos, tratado por autores como Albuquerque, et al, 2018. Também foram realizadas relações e estudos sobre o podcast como uma das ferramentas de ensino no Brasil. Outros textos usados como base da discussão teórica foram a Propaganda de A à Z, de Rafael Sampaio, e a propaganda Teoria Técnica e Prática de Armando Sant'anna, ambos ajudaram no entendimento e na criação de um briefing. Após as relações, foram feitas pesquisas exploratórias, mapeando algumas escolas de idiomas no Brasil, e pesquisas conclusivas, por meio de um questionário cujas respostas foram cruciais para chegar à ideia de que existe um público pronto para fazer um curso de manutenção de idioma, e que o podcast será um dos principais produtos para atingi-los.

Palavras-chave: Idioma, Educação, Tecnologia, Propaganda, Podcast

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata sobre a manutenção do curso de idioma da língua francesa. Mas antes de falar sobre a manutenção precisamos falar sobre a educação que é um dos elementos fundamentais da vida na sociedade pois a observamos em muitos setores. Podemos defini-la como meios estabelecidos pela formação ou o desenvolvimento de um ser Humano(GRIFFANTE, A.R; 2016). Ela pode ter uma dimensão política sendo ela nacional ou popular. Uma dimensão familiar como a educação das crianças ou das pessoas que passa muitas vezes por uma aprendizagem que visa coletar as experiências em muitas áreas como a ciência, a tecnologia ou ainda quando trata se de aprender um novo idioma que seria a base de nossa conversa.

Todos sabem que os seres humanos são seres sociáveis em constante mudança e precisamos de certos códigos para poder nos comunicarmos uns com os outros(LOPES,W, 2022). Assim, é comum ver muitas pessoas estudando novos idiomas por vários motivos necessários e por meios diferentes. Desta forma, a maioria consegue finalizar o curso muito feliz superando as barreiras presentes neste processo de aprendizagem. Estudar, falar e escrever um novo idioma é sem dúvida uma das experiências mais incríveis. Porém, nesse caso é preciso de uma prática constante para não perder tudo que foi aprendido. Diante disso, propõe-se um plano de marketing para uma escola de idioma partindo da hipótese de que as escolas em geral tem um problema em relação ao aprendizado dos alunos depois do curso.

Para que isso dê certo, precisamos de um método adequado e eficiente. A grande problemática é que sem prática, todo mundo esquece tudo depois de um tempo. Assim, muitos têm dificuldade em lembrar o que aprenderam por não ter onde exercitar essas habilidades de maneira contínua.

Com a ideia de que aprender um idioma é o praticar continuamente, o principal objetivo é propor uma escola de curso que tem como diferencial, ajudar as pessoas que se formam na língua francesa e depois esquecem o que foi aprendido. Para isso, considerando que existem muitas formas de fazer a manutenção de um idioma, tem-se como primeiro plano oferecer através de um podcast a oportunidade para as pessoas continuarem tendo contato com o idioma de Francês apesar de acabar com o período regular do curso. Esse podcast além de oferecer para as pessoas a possibilidade de ter contato com o idioma, ajudará também a dar visibilidade ao curso.

Assim qualquer pessoa, mesmo sendo de outro curso, poderá ter o livre acesso ao produto e a oportunidade de treinar o Francês o que pode ser útil para a imagem do curso. No curso proposto os alunos terão uma prática constante que os ajudará a manter ou melhorar seus

níveis. Eles terão também uma boa relação com a escola antes, durante e depois do curso para continuar sendo motivados a estudar.

A ideia ou a necessidade de acompanhar ou de falar sobre a vida dos egressos sempre foi discutida no Brasil dando espaço a novos estilos de estudo como o EAD. Assim, muitos autores como ALBUQUERQUE et al., 2018, abordaram na sua obra Educação à distância e ensino profissionalizante: um olhar sobre os egressos.

Segundo esses autores entende-se que a ideia de acompanhamento dos egressos já era pensada no Brasil desde 1997 em sua portaria no 646, de 14 de Maio de 1997 em seu art 9 pela SEMTEC e as instituições federais. Para eles, a busca crescente de profissionais no mercado de trabalho incentiva cada vez mais a demanda nos cursos EAD.

Desta forma se o EAD ou outras formas de cursos constituem ferramentas essenciais para preparação dos profissionais, a inserção dos ingressos no mercado de trabalho, ou seja, a relação entre as instituições de ensino, os egressos e o mercado apresentam algumas falhas. Por isso, no decorrer da obra, os autores propuseram a possibilidade de um acompanhamento dos egressos pelas escolas para avaliar em primeiro lugar a eficiência dos serviços oferecidos para poder optar na promoção ou na manutenção da qualidade de ensino ou de aprendizagem e também na possibilidade de continuar a profissionalização dos egressos.

Em segundo lugar propuseram um sistema de comunicação ou de marketing institucional para poder estabelecer uma boa relação entre a instituição e o mercado a fim de ajudar melhor os egressos.

No presente estudo, além de falar sobre como funciona o EAD no Brasil e porque é importante nesta linha de pesquisa. É apresentado também o podcast, como uma das ferramentas mais usadas no Brasil. Assim, seria bom mostrar porque ele é importante e como funciona no Brasil. Por outro lado, iremos ver o que é o briefing, porque é importante e como seria o modelo de briefing adaptado ao curso proposto.

Opta-se também por uma pesquisa exploratória que permite entender melhor os serviços de algumas escolas de línguas presentes no Brasil, como isso impacta as vezes negativamente ou positivamente o pós curso. Por fim, optou-se por um formulário para realizar uma pesquisa conclusiva para entender melhor o público alvo e assim atingir os objetivos. Por fim apresenta-se o modelo de podcast que será o principal produto do curso.

2. Curso a distância

O ensino a distância é uma excelente opção para quem quer revisar ou aprofundar conhecimentos em diversas áreas. Como o aprendizado de uma nova língua, o EAD elimina

barreiras profundas, e tem um imenso potencial para o auxílio daqueles que não possuem condições de participar de aulas presenciais. Assim, esse novo modelo se encaixa perfeitamente na minha vontade de auxiliar os egressos do curso de Francês, pois oferece flexibilidade e comodidade a um baixo custo.

2.1 Curso a distância no Brasil

O ensino a distância tornou-se mais forte no Brasil durante os últimos anos. O decreto-lei nº 2.494, de 10/02/1998, definiu o ensino a distância “como uma forma de ensino que possibilita a autoaprendizagem, com a mediação de recursos sistematicamente organizados”. Segundo Mariano Lajolo, para a revista *Veja* (Julho, 2018), atualmente 1,5 milhões estudam a distância no Brasil, e tal fenômeno cresce cada vez mais. Além disso, um estudo feito pela Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior, apresentado em 2018, mostrou que o ritmo de crescimento do EAD no Brasil é maior do que o do ensino presencial (19/09/2018 por Bárbara Santos, Hotmart).

Ao ler esses artigos, podemos perceber que tal modo de ensino tem sido muito procurado pelas pessoas que não tem tempo para estudar em horários convencionais oferecidos pelas escolas e universidades, também motivadas pela flexibilidade e baixo custo, vantagens já citadas.

Tais aspectos possibilitam que muito mais pessoas interessadas em determinada área tenham a oportunidade de buscar uma especialização. Ferramentas como a gravação de aulas para revisão, podcasts e o atendimento assíncrono também são incrivelmente vantajosas, oferecendo um espaço dinâmico e não menos adequado para trocas de conhecimento.

Portanto, não é arriscado afirmar que o EAD revoluciona o mercado educacional através da tecnologia, democratizando oportunidades aos indivíduos interessados.

2.2 Podcast

Considerando tudo que já foi dito sobre o acompanhamento dos egressos e o ensino a distância, uma das formas viáveis que enxergo para ajudar as pessoas a continuar praticando o idioma Francês é a oferta de um podcast voltado aos alunos. Em geral, o podcast é focado na “transmissão de áudio via web”. Ele é adotado no mundo inteiro e seu gênero minimalista e a possibilidade de ser escutado a qualquer hora e lugar fazem dessa mídia umas das mais eficazes ferramentas para manutenção do contato com um idioma.

2.3 Podcast no Brasil

Não é de hoje que a busca pelos podcasts cresce em solo brasileiro. Em matéria publicada em abril de 2019, o Globo afirma que a plataforma de podcast “Deezer” relatou um aumento de 40% no consumo de podcasts no Brasil ao longo de 2018.

De acordo com uma pesquisa da Associação Brasileira dos Podcasters publicada pela revista Exame, por Alexandre Loures e Flavio Castro (13/04/2021), estima-se que o Brasil tenha, no total, 34,6 milhões de ouvintes de podcast. Praticamente 8% da população.

No mundo rápido e saturado de informações em que vivemos, a maioria das pessoas não pode se dar ao luxo de parar para focar exclusivamente em uma mídia. Assim, o podcast torna-se ideal àqueles com pouco tempo e sempre em movimento. “Ele vem para ajudar a aproveitar o tempo disponível e aumentar a produtividade diária. Isso acontece pela facilidade que é apenas dar um play e ouvir o conteúdo - seja no carro, no ônibus, na academia, durante o jantar e assim por diante” Tiago Silva, 01/12/2021.

Nos últimos anos, o Podcast tornou-se uma das principais ferramentas usadas pelas diversas áreas, inclusive no setor educacional, o que levou à sua presença nos cursos de idioma como o Fluency Academy e Preply, Duolingo, SuperProf, entre outros. Assim, a maioria dos alunos continua tendo contato com conteúdos do curso e com o idioma onde quiserem.

Também podemos observar que o podcast tem futuro no Brasil. Até alguns anos atrás, era visto como um produto não refinado que qualquer um podia fazer de casa, sem profissionalismo ou qualidade. No entanto, hoje já se vê melhora em todos os quesitos que poderiam ser criticados. Não é à toa que encontramos resenhas de podcasts na maioria dos grandes jornais (Vianna-Trendings 2019).

Outro fator a ser considerado é que, no Brasil, o podcast ainda está em fase de crescimento, com poucos produtos verdadeiramente populares, evidenciando uma grande área a ser explorada.

Briefing

O briefing é uma das ferramentas essenciais para o estabelecimento de um produto. Ele será muito útil para estudar o público-alvo do meu curso, os problemas a serem resolvidos e possíveis soluções. Como base, utilizou-se vários pensadores que já abordaram o tema:

Segundo Sampaio (2021), o briefing e planejamento da comunicação são importantíssimos, destacando em sua obra que o bom briefing deve conter apenas informações relevantes.

Já na obra de Armando Sant'Anna (2019), o briefing deve ser considerado como as informações objetivas para cumprir determinado trabalho. Para ele, é “uma fase completa de estudos e deve conter as informações a respeito do produto, do mercado, do consumidor, da empresa e os objetivos dos clientes” (2019, p.102). Assim, o briefing responderá às seguintes perguntas: “o que estamos vendendo ou oferecendo? Para quem estamos ou queremos vender? Onde estamos ou queremos vender? Quando queremos vender e como queremos proceder?” (2019, p.102).

Deste modo, devemos identificar no briefing a quem é destinado o produto ou o serviço; o problema que queremos solucionar; definir o diferencial do produto ou serviço em relação aos outros; definir os meios de comunicação para alcançar a audiência desejada e definir a promessa, ou seja, o que a audiência quer ouvir. Por fim, definiremos como executar o plano respeitando tal promessa, colocando o produto acima da concorrência.

Analisando as duas obras sobre o conceito, percebe-se que os dois autores completam desde a definição do briefing como informações essenciais para a realização de um projeto até as ideias centrais para a escolha das informações-chave. Considerando esses fatores opto o briefing que se apresenta da forma seguinte:

Modelo de briefing do curso

- **Nome da escola: “Minô”**

Este nome não representa só força, mas também a resistência, a novidade e a inteligência. Ele foi inspirado pela história das guerreiras Fons (Ahossi) do Reino de Daomé contra os vilões. De onde “Minô”, um nome muitas vezes usado pelos historiadores com o significado de “nossas mães”.

As escolhas dessas referências para a escola, teriam sua essência na Força dos Minos, nas suas determinações a vencer e a continuar evoluindo, também pelo afeto e o carinho que podemos receber de uma mulher.

Daomé é o antigo Reino da atual República Benin. O país, situa-se no oeste do continente africano no Golfo da Guiné. Se o Daomé tem muitas histórias de resistência seja na época da escravidão ou da colonização, o mais impactante é certamente a relacionada com os Minôs.

As Ahossi (mulher do Rei) ou Minô (nossas mães) popularmente chamadas de amazonas de Daomé pelos franceses mostraram por suas forças e suas resistências que as mulheres não são exatamente seres inferiores aos homens. Assim, durante muitos anos os Reis de Daomé preferiam ter como seus exército preferidos.

Um fenômeno que os outros países achavam diferente nesta época, pois a maioria pensava ainda que as mulheres são seres fracos e não podem lutar. Porém as Amazonas eram seres bem treinados e muito fortes. Por suas habilidades e vontade de acabar com o inimigo, era raro encontrá-las facilmente. O que justifica a presença exclusiva delas nas guerras.

Elas iam muitas vezes mapear o território do inimigo, observando o comportamento deles para poder agir com mais forças e sem piedade. Assim elas ganharam muitas batalhas contra os Franceses que acabaram derrotando elas só depois de quatro anos com armas mais sofisticadas com as metralhas e bombas. Uma resistência impressionante. A língua falada nessa região é o Fon, esse fato justifica o nome “Minô”.

- **Serviço:**

A nossa instituição visa a ajudar os egressos a continuarem aprendendo e evoluindo no Francês mesmo após ter terminado o período regular do curso.

- **Problemas:**

Dificuldade para os egressos de manterem ou melhorarem seus níveis para se adaptar no mundo fora, após o período de curso regular.

- **Público Alvo:**

- Pessoas que tem o Francês como segundo idioma
- Pessoas que usam o Francês profissionalmente
- Militares ou Profissionais que vão em missão em um país Francófono.

- **Objetivos:**

- Ajudar os egressos a manter o contato com os idiomas estudados por meio dos serviços da Escola Minô.
- Ajudar los a terem mais confiança com o idioma

- **Estratégia Básica e Soluções:**

- Criar um podcast gratuito e com livre acesso para captar mais alunos
- Estabelecer uma relação ou contato permanente entre o curso e os egressos.
- Fazer campanhas nas redes sociais ajudando os potenciais público a tirar suas dúvidas em relação ao Francês.

2.4 Pesquisa Exploratória e Conclusiva:

A grande problemática da pesquisa é o fato das pessoas esquecerem o que aprenderam depois de certos momentos nos cursos de idioma. Para resolver esse fenômeno, opta-se por dois tipos de pesquisa. Uma pesquisa exploratória e uma conclusiva (descritiva ou causal).

Para entender o que seria essas pesquisas, usou-se o capítulo três de “Modelo de pesquisa” do livro Pesquisa de Marketing, foco na decisão de Malhotra, Naresh onde, os autores definiram a pesquisa exploratória como a pesquisa que visa a "fornecer esclarecimento e compreensão” sobre a existência de um problema mas não se sabe muito o porquê dele. Nesta pesquisa as respostas são amplas mostrando a necessidade de uma pesquisa conclusiva. Contrariamente à pesquisa exploratória as respostas da pesquisa conclusiva são específicas e precisas. Seu principal objetivo é testar hipóteses específicas e as respostas são utilizadas para a tomada de decisão(Malhotra, Naresh, 2010).

Assim, a pesquisa exploratória parte do pressuposto que há causas que fazem que as pessoas esquecem os idiomas depois de certo período. Observando este fenômeno, dá para perceber que normalmente a maioria dos alunos saem falando bem.

Desta forma, o real problema pode surgir depois de seus períodos de cursos com as faculdades. Um problema que pode surgir em relação com a postura dos alunos ou das escolas. Assim mapeou-se algumas escolas com nomes fortes no Brasil. Na presente pesquisa exploratória observou-se as características ou os serviços dessas escolas, o que gerou a identificação do que eles fazem e o que não fazem.

Após a realização da pesquisa exploratória verificou-se um volume de informações significativas que desencadeou a pensar em uma pesquisa conclusiva

3. Pesquisa exploratória

Nesta pesquisa será mapeado o perfil de 08 cursos de idiomas regulares no Brasil. O objetivo desta pesquisa será de coletar informações sobre como as escolas de idiomas funcionam e como isso pode impactar os alunos. As escolas que irão participar da pesquisa serão: a Aliança Francesa, Wizard, Microcamp, Cultura Inglesa, Fluency academia, Super Profs, Projeto 55 lições e Profs.

Para a coleta das informações, buscou-se os tipos de serviços que essas escolas oferecem como: curso regular; acompanhamento de egressos, curso preparatório; curso de viagem, prática constante; presentes nas redes sociais ou não; físicas; online; Avaliações dos níveis dos alunos.

A segunda parte da pesquisa exploratória será a trilhagem das escolas escolhendo os seis com mais fama atualmente para chegar a mais resultados. No fim da pesquisa exploratória percebeu-se que a maioria das escolas oferecem cursos regulares, preparatório, cursos de viagem e atuam bastante online. Porém constata-se também algumas falhas como a falta de

acompanhamento dos egressos e a inexistência da prática constante e um contato permanente com os alunos.

3.1 Análise dos Dados: Discussão dos resultados da pesquisa

Tabela pesquisa exploratória

Escolas	Profs	SuperProf	Fluency academy	Francês com Nelson	Wizard	Aliança Francesa	Cultura inglesa	Microcamp
Curso regular	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Curso preparatório	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Curso de Viagem	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
Prática constante	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Presentes/redes sociais	Pouco	Pouco	Sim	Sim	Pouco	Pouco	Pouco	Sim
Físicas	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Online	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
podcast	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Assistência dos Egressos	Não	Não	Não	Não	x	Não	x	x

3.2 Algumas escolas e características

- Entre os números de escolas de idiomas que temos no Brasil, o primeiro que podemos citar é a Aliança Francesa, uma das mais velhas. Uma instituição criada no século 20 especificamente em 21 de Julho de 1883 com o desejo de ser uma instituição de fim não lucrativo. Essa escola tem suas bases em várias cidades do Brasil mas também em 135 países além do Brasil e com 812 Unidades no total. Esta instituição pode ser considerada como a maior de todas, oferecendo cursos regulares, cursos preparatórios e de viagem. Por ser qualificada, ela aplica também provas de proficiências da língua francesa como Delf, TCF e outros. Porém os serviços oferecidos por eles são limitados

e às vezes considerado cara por algumas pessoas. Podemos perceber também que a empresa não há nenhuma ferramenta, um serviço que possa ajudá-los (ex alunos) a continuarem praticando após a sua formação, além disso, ela não tem tanta força no digital, em comparação com as outras instituições muito presentes nas redes sociais ou no digital.

- A segunda escola na nossa lista é o Wizard. Uma instituição presente em várias cidades do Brasil que oferece cursos regulares e preparatórios para os alunos. Contrariamente à Aliança Francesa, esta instituição ensina muitos idiomas o que lhe diferencia do primeiro. É frequente ver as pessoas se interessarem também por essa instituição por causa da qualidade de seus professores e de tudo que a escola possa oferecer. Se esta instituição tem muitas coisas a desejar, podemos observar também a ausência de acompanhamento digno que possa ajudar os alunos a praticarem adequadamente para manter ou melhorar seus respectivos níveis. Podemos perceber também a falta de poder no digital desta instituição e a sua presença inconstante no digital.
- A terceira escola na lista será a Microcamp. Uma escola que prioriza mais a tecnologia, o que justifica sua presença não só de forma física, mas também no digital. Sendo um atual aluno desta escola posso confirmar a qualidade de seus serviços em relação às aulas. As falhas nesta escola se baseiam no acompanhamento certo dos alunos, no contato inconstante com os alunos, o que pode criar uma grande barreira assim que esses últimos terminam o curso por fim, é bom considerar também o número menor de aulas administradas por semana.
- Se existem Escolas de línguas com qualidades, existe também plataforma ou redes que ajudam os potenciais alunos a encontrar professores para o ensino de idiomas. Os mais conhecidos no Brasil são SuperProf e Profs. Ambos oferecem serviços interessantes para todos que tem a ambição de estudar a língua Francesa para diversos fins. Mas os problemas relacionados a essas redes é que não tem um real controle sobre a qualidade de aulas e o tipo de conteúdo que seus professores passam.
- **Fluency academy** é uma dos cursos digitais que parecem ser mais eficientes pelo seus conteúdos e perfis. O curso tem um canal de comunicação muito forte e presente nas redes sociais. Oferece serviços em várias línguas e publica frequentemente no instagram dicas para a aprendizagem do idioma desejado. O Curso tem também conteúdos como podcast ou vídeos curtos que compartilham gratuitamente não só com os alunos, mas também com os demais. Se fazem parte dos melhores no Brasil, não deixam de ter também algumas falhas em relação ao controle do pós cursos. O curso não dispõe de

nenhum serviço pós formação que possa manter o aluno no treinamento ou a prática constante da língua estudada.

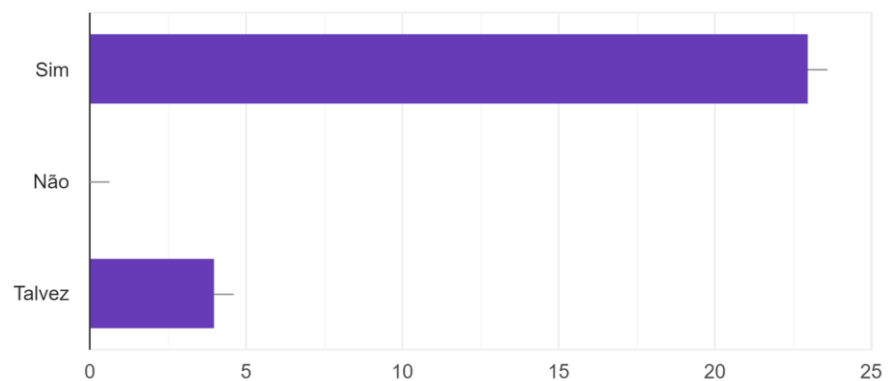
3.3 Pesquisa conclusiva

A pesquisa conclusiva é uma consequência da pesquisa exploratória apresentada nas linhas anteriores. Era importante entrar em contato com as pessoas para ver o que elas acham do curso de Francês em geral, a manutenção desse idioma que é nosso principal foco. Para isso, aplicou-se o questionário apresentado no anexo deste documento a indivíduos sem distinção de escolas, de idade, gênero e de profissão.

Após a coleta das respostas chegou-se aos seguintes fatos:

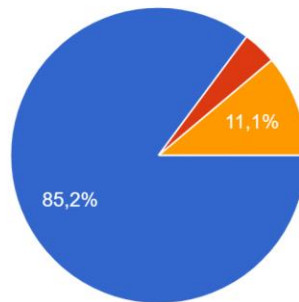
Você teria interesse em investir na manutenção da língua francesa?

27 réponses



“A manutenção da língua francesa é absolutamente essencial para a fluência.”

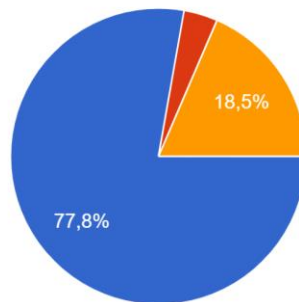
27 réponses



- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

“A fluência na língua francesa é um diferencial para a minha carreira.”

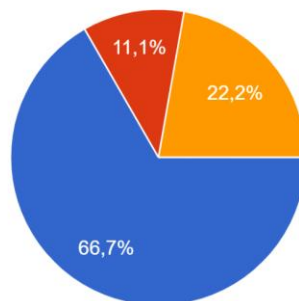
27 réponses



- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

“Falar francês é útil para os dias de hoje.”

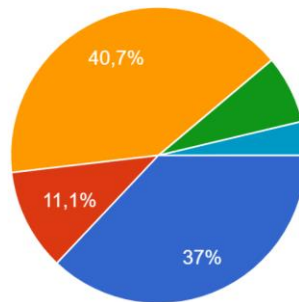
27 réponses



- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

“Após finalizar o curso de língua francesa consegui manter o que foi aprendido.”

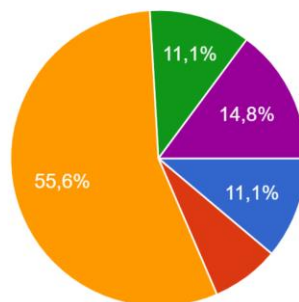
27 réponses



- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.
- Ainda estou cursando

“Uso o francês com muita frequência.”

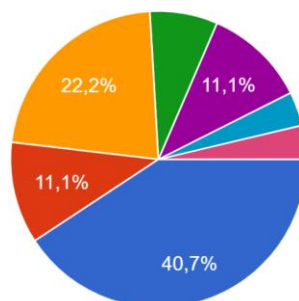
27 réponses



- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

“Ainda tenho contato com a escola em que aprendi francês.”

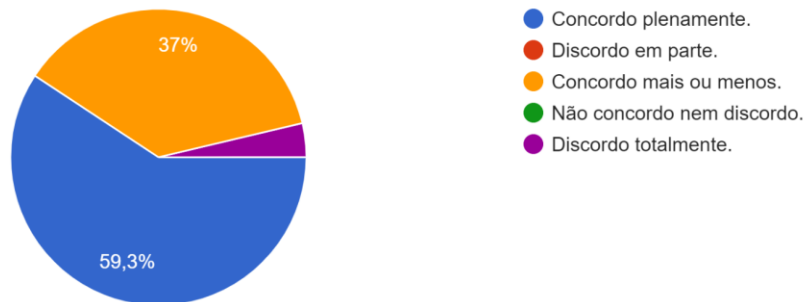
27 réponses



- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.
- Estou aprendendo agora.
- Ainda cursando

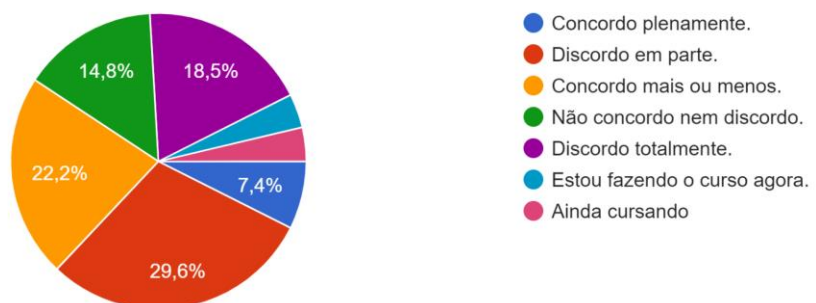
“O método da escola em que aprendi francês me dá autonomia para continuar aprimorando meus conhecimentos no idioma sozinho.”

27 réponses



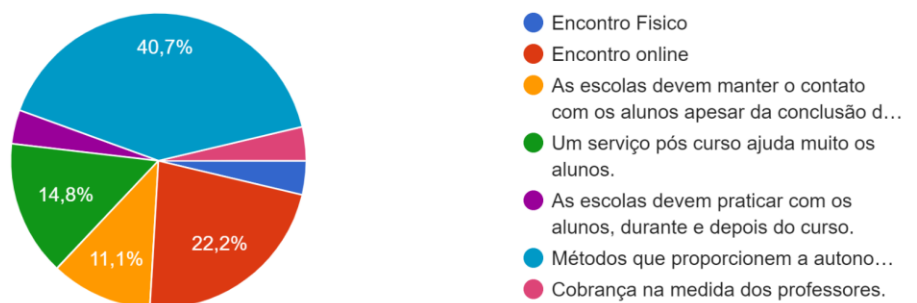
“Fiz um curso de língua francesa e esqueci tudo depois de alguns meses sem prática.”

27 réponses



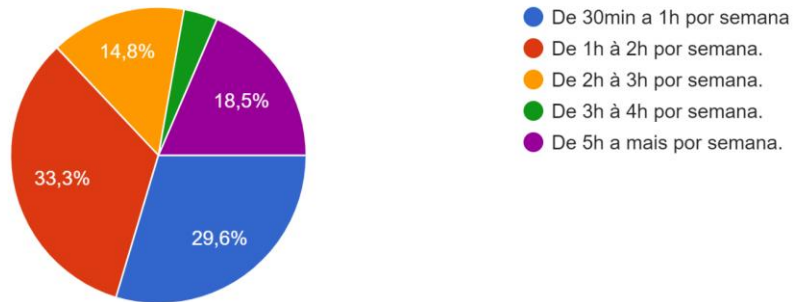
Escolha a informação que considera mais importantes em um curso de idiomas:

27 réponses



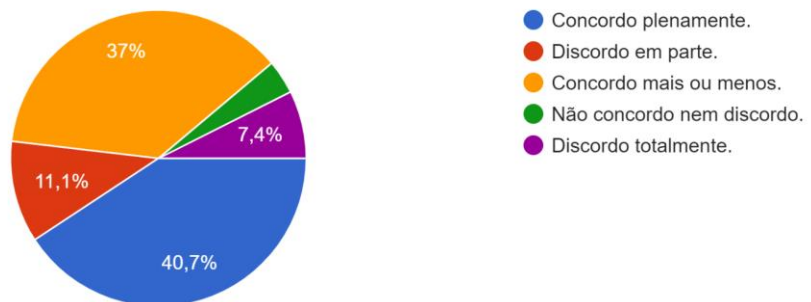
Quanto tempo você pode se dedicar à manutenção da língua francesa?

27 réponses



"Fazer um curso de manutenção da língua francesa é uma prioridade para mim"

27 réponses

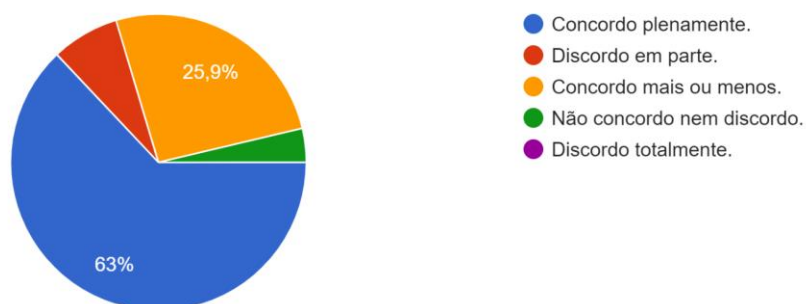


Qual sua maior dificuldade após ter finalizado o curso de língua francesa ?

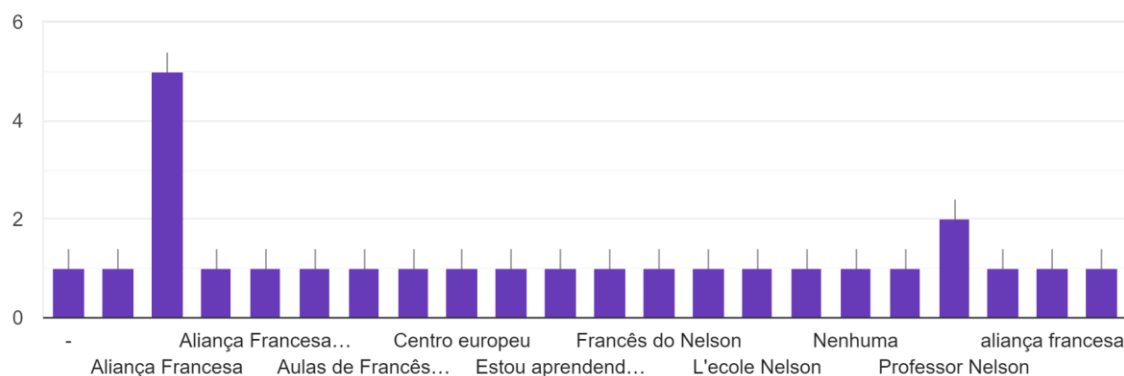
27 réponses



O que acha das escolas manterem o contato com os alunos mesmo após o período de curso?
27 réponses



Qual é a primeira escola de idiomas, que ensina francês, de que você se lembra ?
27 réponses



Análise de resposta de pesquisa:

PESQUISA SOBRE ENSINO DE IDIOMAS E ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS

A amostra totalizou 27 entrevistados na referida pesquisa. Abaixo segue os resultados e as suas interpretações. O questionário continha 15 perguntas e 8 afirmações

1. Você teria interesse em investir na manutenção da língua francesa?

Os resultados para esta pergunta foram 23 (85,2%) dos entrevistados responderam “**sim**”, que teriam interesse em investir na manutenção da língua francesa. E 4(14,8%) dos entrevistados “talvez” teriam interesse em investir nesta manutenção da língua.

- Como avalia as seguintes afirmações:

2. “A manutenção da língua francesa é absolutamente essencial para a fluência.”

Para esta afirmação acima 23 (85,2%) dos entrevistados, concordaram plenamente que a manutenção da língua francesa é essencial para a fluência. Cerca de 11,1% “concordam mais ou menos” que a manutenção da língua seria essencial e 3,7% “discordam em parte”.

3. “A fluência na língua francesa é um diferencial para a minha carreira.”

Dos 27 entrevistados, 21(77,8%) “concordam plenamente” que a fluência na língua francesa é um diferencial para a minha carreira. E 5 (18,5%) “concordam mais ou menos”, e 1 (3,7%) “discorda em parte” que a fluência seja um diferencial em suas carreiras.

4. “Falar francês é útil para os dias de hoje.”

Observa-se que 18 (66,7%) dos entrevistados concordam que falar o francês é útil para os dias de hoje. Já 6 (22,2%) concordam mais ou menos e 3 (11,1%) discordam em parte sobre essa abordagem.

5. “Após finalizar o curso de língua francesa consegui manter o que foi aprendido.”

Para esta questão 11(40,7%) dos entrevistados “concordam mais ou menos” que após finalizar o curso de francês conseguiram manter o que foi aprendido. Cerca de 10 (37%) “concordaram plenamente”, 3 (11,1%) “discordam em parte”, 2 (7,4%) “não concorda nem discorda” e 1 (3,7%) “ainda está cursando”

6. “Uso o francês com muita frequência.”

Nesta parte 15 (55,6%) dos entrevistados responderam que concordam mais ou menos com o uso dessa língua com frequência. Há 4 (14,8%) discorda totalmente, 3 (11,1%) concordam plenamente e outras 3 (11,1%) nem concorda nem discorda e por fim 2 (7,4%) discorda em parte.

7. “Ainda tenho contato com a escola em que aprendi francês.”

Na avaliação desta questão 3 (11,1%) dos entrevistados “discordaram totalmente” informando que não têm contato com a escola que aprendeu o francês. Já 11 (40,7%) afirmam ter contato com a escola. Dos resultados 1 (3,7%) dos entrevistados informaram que estão aprendendo agora o idioma, 2 (7,4%) não concordam nem discordam, 6 (22,2%) concordam mais ou menos, 3 (11,1%) discordam em partes e 1 (3,7%) ainda está cursando.

8. “O método da escola em que aprendi francês me dá autonomia para continuar aprimorando meus conhecimentos no idioma sozinho.”

Analisando esta questão, cerca de 1 (3,7%) dos entrevistados informam que o método da escola em que aprenderam o francês não os deram autonomia para continuar

aprimorando seus conhecimentos no idioma sozinhos. Já 10 (37%) concordam mais ou menos e 16 (59,3%) afirmam que obtiveram essa autonomia para dar andamento aos conhecimentos aprendidos.

9. “Fiz um curso de língua francesa e esqueci tudo depois de alguns meses sem prática.”

Para esta pergunta, 8 (29,6%) discordam em parte, 6 (22,2%) discordam em parte, 5 (18,5%) discordam totalmente, 4 (14,8%) não concordam nem discordam, 2 (7,4%) não concordam plenamente e o resto alegaram está fazendo o curso de francês agora.

10. Escolha a informação que considera mais importantes em um curso de idiomas:

Ao analisar as respostas dessa pergunta podemos perceber que 11 (40,7%) das pessoas responderam que arderam no método que proporciona a autonomia dos alunos, 6 (22,2%) optaram a um encontro online, 4 (14,8%) pensam que um serviço pós curso ajuda muito os aluno, 3 (11,1%) pensam que as escolas devem manter o contato com os alunos mesmo depois da conclusão de curso. 1 (3,7%) apontaram para uma prática com os alunos durante e depois do curso, a mesma porcentagem se dividida com duas pessoas que optaram respectivamente a um encontro físico e na cobrança na medida dos professores.

11. Quanto tempo você pode se dedicar à manutenção da língua francesa?

Observa-se nesta pergunta que cerca de 9 (33,3%) dos entrevistados dedicariam-se de 1 a 2 horas por semana para manutenção da língua francesa. Já 4 (14,8%) dedicariam - se de 2 a 3 horas/ semana, 1 (3,7%) de 3 a 4 horas por semana, 5 (18,5%) de 5 horas a mais por semana e 8 (29,6%) de 30 min a 1 hora por semana

12. "Fazer um curso de manutenção da língua francesa é uma prioridade para mim"

Cerca de 11 (40,7%) dos entrevistados informaram que realizar um curso de manutenção da língua francesa é sim uma prioridade. Já para 10 (37%) concordam mais ou menos, 3 (11,1%) discordam em parte, 2 (7,4%) discordam totalmente e 1 (3,7%) não concordam nem discordam.

13. Qual sua maior dificuldade após ter finalizado o curso de língua francesa ?

Analisando as respostas dessa pergunta, podemos perceber 16 (59,3%) dizendo que é uma dificuldade manter ou melhorar o nível depois do curso. 7 (25,9%) conversando com as pessoas usando o francês. 3 (11,1%) não tiveram dificuldade alguma. 1 (3,7%) alegar a dificuldade de manter o contato com a escola.

14. O que acha das escolas manterem o contato com os alunos mesmo após o período de curso?

15. Dos entrevistados 17 (63%) concordam que manter o contato com os alunos mesmo após o período do curso seria algo importante e positivo. Já 7 (25,9%) concordam mais ou menos, 2 (7,4%) discordam em parte e 1 (3,7%) não concordam nem discordam.
16. Qual é a primeira escola de idiomas, que ensina francês, de que você se lembra ?
Nesta pergunta tivemos muitos nomes relevantes mas os mais chamados foram a Aliança francesa 5 (18,5%) e o curso de Nelson 2 (7,4%). Além disso, tivemos alguns outros nomes como o centro europeu

DISCUSSÃO

Analisando as respostas dessa pesquisa, pode-se perceber que a maioria das pessoas aderem à ideia de que a manutenção do idioma seja um fator essencial para a fluência. Considerando a porcentagem de pessoas que concordaram plenamente, pode-se dizer que os mesmos pensam que a fluência da língua francesa seja um diferencial para a carreira deles e muito útil no dia de hoje.

As respostas ficaram ainda mais interessantes quando os entrevistados foram submetidos a responder se conseguiram manter o que foi aprendido depois da conclusão do curso. Se tivermos 37% de respostas favoráveis, é bom considerar os 67% que mostra-se por suas respostas que existe um problema na manutenção do que foi aprendido, o que pode talvez justificar o porque muitos alunos apresentam certos desconfortos ao tentar falar um idioma aprendido.

Quando perguntamos se eles usam os francês com muita frequência e se tem ainda contato com as escolas, percebe-se que as respostas são claras que a maioria não pratica, talvez por falta de escolas qualificadas na manutenção do idioma ou também pela fraca percentagem de falantes desse idioma no Brasil. Outro fato a considerar também é o fato de que a maioria das escolas não mantém contato com os alunos.

As respostas na pergunta de que o método usado pela escola dá uma grande autonomia para que eles consigam aprimorar seus conhecimentos no idioma sozinho é sem dúvida uma das que gerou-se dúvidas à mim. Essas dúvidas surgem quando se compara as respostas atuais com as que falam sobre a dificuldade de manter o que foi aprendido. Se tivermos 40% de respostas que demonstram que ainda tem o que fazer para ajudar os egressos, (59,3%) afirmam que obtiveram essa autonomia para dar andamento aos conhecimentos aprendidos. Os mesmos discordam em parte quando pergunta-se se esqueceram tudo depois de alguns meses sem prática.

A maioria dos entrevistados alegam também que podem dedicar de 1h a 2h por semanas na manutenção do idioma. Os mesmos mostram ainda com um pouco de reserva (40%) que a manutenção do idioma seja uma prioridade para eles.

Os entrevistados responderam também na sua maioria que tem uma dificuldade a manter ou melhorar seus níveis e que seria interessante se as escolas mantivessem o contato com os egressos.

Para finalizar perguntou-se à eles qual é a primeira escola de idiomas, que ensina francês, de que se lembram e a maioria citou a Aliança Francesa. Uma grande escola que domina certamente ou não o campo de aprendizagem da língua francesa.

Diante do análise das respostas desse do questionário, chegou-se à conclusão de que o a implantação de um curso de manutenção será importante para as pessoas que tem o francês como segunda língua e para as pessoas que usam o Francês no seu ambiente de trabalho mas para quem o idioma pode não ser a coisa mais importante do mundo mas sim, obrigatório. Assim, esse curso será ideal para os profissionais que vão em missão ou terão que usar o francês em algum momento de suas vidas profissionais.

Para isso, pensou-se em oferecer um produto em podcast para que todos ou todas possam acessar e ouvir meu podcast. Tal fator dará visibilidade ao curso e ajudará atingir maiores públicos.

Podcast do curso

O podcast faz parte dos produtos de relevância no campo de comunicação. Já que é em forma de conversa, compensa criar um roteiro. Assim, antes de começar a gravar o seu podcast, a primeira coisa que você precisa fazer é definir sobre o que você vai falar, disse o (Hugo Rocha-01/2022) no blog klickpages. Ele afirma que para a criação de um podcast, precisamos saber o público a ser atingido; o nome de nosso produto; nossos objetivos; as estratégias; o formato do produto e os integrantes.

Para chegar a um modelo eficiente de produto de podcast, foram mapeados alguns já existentes.

O primeiro podcast observado e muito interessante se chama, “C’est compliqué”. Cada episódio deste podcast é a resposta de 10min por jornalista ou um profissional do tema abordado sobre cartas previamente enviadas pelos auditores. O produto tem uma linguagem simples e acessível para qualquer ouvinte independente de seu nível.

O segundo podcast é o “Transfert”, um podcast que narra basicamente fatos do cotidiano das pessoas com um tempo que varia de 20 a 30 minutos. Este podcast é aconselhado para os alunos de nível intermediário.

O terceiro escolhido que se encaixa com o conceito do produto a ser estabelecido é o Fale Francês avec Elisa, no seu programa, a linguagem usada é explícita, muitas vezes em Francês com algumas explicações em português para ajudar o auditor. O tempo dele varia de 10 à 15 min.

Diante destas pesquisas, seria viável produzir um podcast para alunos de nível intermediário. Neste podcast nos primeiros episódios seria anunciado para os potenciais ouvintes que poderiam ser mais ativos ao compartilhar histórias do cotidiano deles (viagens, compras, trabalho, educação, cultura, artes...). O espaço a ser criado neste podcast seria um descontraído para criar ainda a empatia com os ouvintes. A duração do produto seria na faixa de 10 à 15 min.

O seguinte modelo foi inspirado e escolhido considerando as pesquisas previamente feitas:

- **Conceito:** Com Minô podcast, todos os alunos do curso de Francês poderão ter mais contatos com o idioma. O nosso podcast não apresenta apenas um conteúdo na língua francesa. Cada tema abordado irá trazer novas visões e mais confiança para os alunos.
- **Estratégia:** O uso de vocabulários simples para captar mais a atenção dos alunos e atingir mais públicos. Aborda temas de interesses gerais como culturas, gastronomia, viagens e outros, muitas vezes inspirado no feedback dos auditores. Alguns convidados seriam os alunos já fluentes.
- **Nome:** Minô Podcast
- **Duração:** 10 à 15 min
- **Frequência de publicação:** 01 vez por semana
- **Público:** Todos os alunos do curso de Francês e mais.

Exemplo:

-Formato: Tema (A melhor férias); Abertura com resumo do programa;

Vinheta do Programa: 06S; **Conteúdo 1 :** Descobrindo de Marseille; **Dica da Semana:**

Você irá aprender mais de 60 vocabulários por mês ao ter pelo menos 5 min de contato com o Francês por dia; **Conteúdo 2 :** discussões sobre o tema ?

Finalizarei recapitulando e pedindo pra seguir as redes sociais do podcast, ig etc, e lembra onde e quando a pessoa pode ouvir o próximo

Integrantes: Expert do tema e ou alunos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O foco desse projeto é de criar e oferecer para as pessoas um curso que servisse para continuar aprendendo mesmo após ter terminado o período regular. Tal vontade vem do pressuposto que as escolas em geral tem um problema em relação ao aprendizado dos alunos depois do curso. Para entender melhor o tema realizou-se o levantamento bibliográfico onde autores tratavam da mesma problemática.

Lendo esses últimos, entende-se o que é o ensino a distância no Brasil, porque é importante, as dificuldades das escolas com os egressos e como aquilo pode afetar a inserção deles no mercado ou na sociedade. Essa pesquisa ajudou também a entender que as soluções para resolver os problemas relacionados a isso seria um contato permanente entre as escolas e os egressos, o que confirma as soluções projetadas na minha pesquisa.

Para isso, pesquisou-se sobre a principal ferramenta do curso proposto que será a elaboração de um podcast que ajudará os alunos na manutenção da língua francesa. Assim, entende-se o que é o podcast no Brasil, como é feito, como as pessoas o usam e como poderá me ajudar a concretizar as os objetivos principais deste estudo.

A ideia inicial sendo a criação de um curso que pudesse também dar um acompanhamento melhor para os egressos, pesquisou-se e elaborou-se um briefing que pudesse ajudar a obter bons resultados.

Ao longo das pesquisas optou-se também por uma pesquisa exploratória sobre algumas escolas com popularidade no Brasil para entender os serviços deles e suas relações com os egressos. Os resultados dessa pesquisa apesar de ser ampla mostraram que a maioria não têm uma política em relação ao acompanhamento dos alunos.

Então para chegar a resultados mais conclusivos, elaborou-se e aplicou-se um formulário, uma pesquisa objetiva que sirva a entender melhor os problemas dos egressos do curso de francês e o que posso fazer para os ajudar. Os resultados dessas pesquisas deram uma clareza sobre o assunto. Esses resultados levaram-nos a pensar numa escola exclusivamente online, de baixo custo, de duração de 1h à 2h por semana e um produto de podcast para acompanhar melhor os exs alunos do curso de francês.

Para isso pensou-se em um podcast como produto fundamental do curso. Ele ajudará a captar mais alunos que poderiam por fim se interessar no curso de manutenção . De forma viável , direcionar esse curso para as pessoas a fim de imigrar para um país de língua francesa mas que desaprenderam depois de algum tempo sem praticar.

O curso poderá caber também na busca de serviços que possam ajudar os alunos a passar brilhantemente nas provas de proficiência de língua francesa para poder concorrer nas bolsas de estudos, de uma missão no exterior no caso dos militares e dos funcionários de empresas multinacionais.

Em resumo, avaliando os resultados atuais do presente estudo , pode-se dizer que as hipóteses levantadas convergem com outros pesquisadores sobre este mesmo assunto. Esses resultados possibilitam a criação do curso projetado, porém, acredita-se que mais soluções aparecerão para o acompanhamento dos egressos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, José de Lima, Janete; MOURA, **Educação a distância e ensino profissionalizante: um olhar sobre o acompanhamento do egresso.** Acta Scientiarum. Human and Social Sciences, v. 40, p. 34413, 2018.

Armando Sant'anna, **Propaganda Teoria Técnica E Prática [jlk9ypexz045]**. Disponível em: <<https://idoc.pub/documents/propaganda-teoria-tecnica-e-pratica-armando-santanna-jlk9ypexz045>>. Acesso em: 11 dez. 2021

Ariel Rossi Griffante, **Educação para o desenvolvimento Humano pleno:** <https://www.ucs.br/site/revista-ucs/revista-ucs-19a-edicao/educacao-para-o-desenvolvimento-humano-pleno/>

Como criar um roteiro de podcast bem estruturado, Giulia, 22/01/2020

<https://www.alura.com.br/artigos/como-estruturar-um-roteiro-para-podcast>

Ensino a distância, se confirma como tendência 23/10/2020

<https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-da-educacao-superior/ensino-a-distancia-se-confirma-como-tendencia>

Exemplo de roteiro Podcast, StuDocu, 2021

<https://www.studocu.com/pt-br/document/universidade-castelo-branco/radiojornalismo/roteiro-podcast/14672931>

Filipe Oliveira, **Temos tão pouco podcast no Brasil que eles não concorrem por ouvintes.**

Disponível em:

<https://trendings.com.br/entrevista/temos-tao-poucos-podcasts-no-brasil-que-eles-nao-concorrem-por-ouvintes-diz-criadora-do-praia-dos-ossos/>

Google podcast; **Conversa com Bial, 11/21**

<https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly93d3cub21ueWNvbnRlbnQuY29tL2QvcGxheWxpc3QvNjUxYTI1MWUtMDZlMS00N2UwLTkzMzYtYWM1YTAwZjQxNjI4LzI2ZDAzNmZkLWY4ZGI0NGFmYS05M2JlLWFjN2YwMGQ1YTcwYy9kYWYzNTYxZi02ZGQ0LTQwOTYtYTdhNC1hYzdmMDBkNWE3MTUvcG9kY2FzdC5yc3M/episode/OTI3OTlmNDEtOWY3ZC00ODAzLWJhZjYtYWwRiMjAwZjI2MTg2?sa=X&ved=0CAgQuIEEahcKEwiA8ZWypLbzAhUAAAAAHQAAAAAQOA>

Malhotra, Naresh, **Pesquisa de Marketing: Foco na Decisão.** Disponível em:

<<https://sischapoenya.blogspot.com/2020/05/pdf-pesquisa-de-marketing-foco-na.html>>.

Acesso em: 11 dez. 2021.

Nas ondas do áudio: 8% dos brasileiros ouvem podcast e tendência só cresce

<https://exame.com/bussola/nas-ondas-do-audio-8-dos-brasileiros-ouvem-podcast-e-tendencia-so-cresce/>

Rafael Sampaio PDF, **Propaganda De A A Z PDF** - Livros Virtuais. Disponível em: <<https://br.librosintinta.in/propaganda-de-a-a-z-rafael-sampaio-pdf.html>>. Acesso em: 11 dez. 2021.

Rodrigo Darzi, **O podcast no Brasil**, 16/07/2019:

<https://www.agenciaimma.com.br/o-podcast-no-brasil/>

Maisa Infante; **Produzir um podcast é fácil o problema é como atrair audiência**; 21/12/2020

<https://www.projetodraft.com/o-consumo-de-podcasts-explodiu-conheca-a-radio-novelo-e-outras-empresas-desse-mercado/>

Wenderson Lopes, **Linguagem e processo de comunicação**:

<https://www.coladaweb.com/portugues/a-linguagem-e-os-processos-de-comunicacao>

Anexo

1. Você teria interesse em investir na manutenção da língua francesa?
 - Sim
 - Não
 - Talvez
2. Como avalia as seguintes informações:
 - a) “A manutenção da língua francesa é absolutamente essencial para a fluência.”
 - Concordo plenamente.
 - Discordo em parte.
 - Concordo mais ou menos.
 - Não concordo nem discordo.
 - Discordo totalmente.
 - b) “A fluência na língua francesa é um diferencial para a minha carreira.”
 - Concordo plenamente.
 - Discordo em parte.
 - Concordo mais ou menos.
 - Não concordo nem discordo.
 - Discordo totalmente.
 - c) “Falar francês é útil para os dias de hoje.”
 - Concordo plenamente.
 - Discordo em parte.
 - Concordo mais ou menos.

- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

d) “Após finalizar o curso de língua francesa consegui manter o que foi aprendido.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

e) “Uso o francês com muita frequência.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

f) “Ainda tenho contato com a escola em que aprendi francês.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

g) “O método da escola em que aprendi francês me dá autonomia para continuar a aprimorando meus conhecimentos no idioma sozinho.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

3. Escolha a informação que considera mais importantes em um curso de idiomas:

- Encontro Físico
- Encontro online
- As escolas devem manter o contato com os alunos apesar da conclusão do curso.
- Um serviço pós curso ajuda muito os alunos.
- As escolas devem praticar com os alunos, durante e depois do curso.
- Métodos que proporcionem a autonomia do aluno.

4. Avalie as seguintes informações:

“Fiz 03 anos ou mais de curso de língua francesa e esqueci tudo depois de alguns meses sem prática.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.

- Discordo totalmente.

“Fiz 02 anos de curso de língua francesa e esqueci tudo depois de alguns meses sem um constante contato com esse idioma.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

“Fiz 01 ano ou alguns meses de curso e esqueci tudo após certo período.”

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente..

5. Quanto tempo você pode se dedicar à manutenção da língua francesa?

- De 30min a 1h por semana
- De 1h à 2h por semana.
- De 2h à 3h por semana.
- De 3h à 4h por semana.
- De 5h a mais por semana.

6. Entre as seguintes informações, quais são prioridade para você?

- Viajar de férias
- Comprar um curso com um novo método para manter o francês.
- Comprar roupas novas.
- Comprar um curso com o mesmo método já estudado anteriormente.
- Nenhuma

7. Qual sua maior dificuldade após ter finalizado o curso de língua francesa ?

- Manter ou melhorar meu nível depois do curso.
- Manter o contato com a escola.
- Conversar com as pessoas utilizando o francês.
- Não tive dificuldade alguma.

9. O que acha das escolas manterem o contato com os alunos mesmo após o período de curso?

- Concordo plenamente.
- Discordo em parte.
- Concordo mais ou menos.
- Não concordo nem discordo.
- Discordo totalmente.

10. Qual é a primeira escola de que você se lembra ?