

**Atuação em
Ambientes Interculturais:
Guia de competências
profissionais,
infocomunicacionais
e digitais para negociar**

*Coleção Mediações Interculturais &
Negociações Internacionais*

Livro 10

**Roberto Vilmar Satur
Armando Malheiro da Silva**





UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

REITOR

Valdiney Veloso Gouveia

VICE-REITORA

Liana Filgueira Albuquerque



DIRETOR DO CCTA

Ulisses Carvalho da Silva

VICE-DIRETORA

Fabiana Cardoso de Siqueira



EDITORA CCTA

CONSELHO EDITORIAL

Carlos José Cartaxo

José Francisco de Melo Neto

Magno Alex Seabra

Marcílio Fagner Onofre

Ulisses Carvalho da Silva

EDITOR

José Luiz da Silva

SECRETÁRIO DO CONSELHO EDITORIAL

Paulo Vieira

LABORATÓRIO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO

COORDENADOR

Pedro Nunes Filho

ROBERTO VILMAR SATUR
ARMANDO MALHEIRO DA SILVA

ATUAÇÃO EM AMBIENTES INTERCULTURAIS:

**Guia de Competências Profissionais, Infocomunicacionais e
Digitais para Negociar**

Coleção: Mediações Interculturais & Negociações Internacionais
Livro 10 (e-book)

EDITORA DO CCTA
João Pessoa, PB, Brasil

2021

Promoção:



Grupo de Pesquisa em Mediações Interculturais, Negociações e
Negociadores Internacionais no Mundo (**MINNI-Mundo**), Brasil
e **Observatório Mini-Mundo**, UFPB, Brasil

Parceiros/Apoiadores (de forma direta ou indireta):

Centro de Investigação Transdisciplinar (**CITCEM**),
Grupo **Informação, Comunicação e Cultura Digital** (FLUP, U. Porto,
Portugal).

Departamento de Ciências da Comunicação e Informação da Faculdade
de Letras do Porto (FLUP, U. Porto, Portugal)

Programa Doutoral em Informação e Comunicação em Plataformas
Digitais (ICPD), U. Porto e U. Aveiro.

Programa de Pós-Graduação em Gestão nas Organizações
Aprendentes (MPGOA), UFPB, Brasil

Departamento de Mediações Interculturais (DMI); Curso de Línguas
Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI),
CCHLA, UFPB, Brasil

Centro Comunicação, Turismo e Artes (Editora CCTA), UFPB, Brasil

Editora do CCTA: Acesso gratuito e aberto (*open access*).

Livros da Coleção disponíveis em:

<http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/colecoes/titulos>

Livro lançado em versão digital (e-book).

Arte da Capa: Guilherme Meira

ISBN: 978-65-5621-190-9 (e-book)

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

S254a Satur, Roberto Vilmar.

Atuação em ambientes interculturais: guia de competências profissionais, infocomunicacionais e digitais para negociar [recurso eletrônico] / Roberto Vilmar Satur, Armando Malheiro da Silva. – João Pessoa: Editora do CCTA, 2021. (Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais; Livro 10)

Recurso digital (6,38MB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN: 978-65-5621-190-9

1. Mediação e Negociação. 2. Competência em informação.
3. Interculturalidade. I. Silva, Armando Malheiro da. II. Título.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 331.109.6:341.76

Elaborada por Susiquine Ricardo Silva – CRB 15/653

Permite-se a reprodução parcial ou total desta obra, desde que preservada e citada a autoria, a editoria e os direitos autorais.

É proibido o uso dessa obra para fins comerciais (venda).

Direitos de Edição reservados à Editora CCTA.

O conteúdo desta publicação é de inteira responsabilidade dos autores.

EDITORA DO CCTA/UFPB Cidade Universitária, Campus I – s/n João Pessoa – PB CEP 58.051-900

Site: <http://www.editoradoccta.com.br/index.html>

Fone: (83) 3216.7688

Produzido no Brasil. *Made in Brazil*

Dedica-se essa publicação à Mercilene e ao Davi!!

SOBRE A COLEÇÃO

A Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais é uma organização de membros do Grupo de Pesquisa Mediações Interculturais, Negociações e Negociadores Internacionais no Mundo (MINNI-Mundo) em conjunto com a equipe de docentes do Departamento de Mediações Interculturais (DMI), com o apoio da direção e equipe do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e colaboradores convidados de outros centros da UFPB, de outras instituições do Brasil e do exterior e profissionais da área. A Coleção tem a pretensão de instigar publicações em Mediações Interculturais e também em Negociações Internacionais e seus assuntos correlatos. Chegamos agora ao número 10 dessa coleção. Um marco histórico e que mostra a importância dessa iniciativa.

A COLEÇÃO

Acesse obras da Coleção: Mediações Interculturais & Negociações Internacionais

- ✓ *Negociações e negociadores no mercado internacional: reflexões sobre epistemologia, interculturalidade e cultura digital*
- ✓ *Atuação em ambientes interculturais: guia de competências profissionais, infocomunicacionais e digitais para negociar*
- ✓ *A negociação como processo infocomunicacional e intercultural: o que os negociadores precisam saber em países de língua portuguesa*
- ✓ *Profissão de negociador internacional no Brasil: regulamentar ou não regulamentar?*
- ✓ *Negociadores internacionais: atuação profissional com competência*
- ✓ *Negociações internacionais para promover o turismo, o desenvolvimento e a integração fronteiriça do Mercosul: o caso do Circuito Internacional das Missões Jesuíticas na Entrada do Século XXI*
- ✓ *Plano de marketing de exportação para uso de negociadores de pequenas e médias empresas*
- ✓ *Itinéraire d'un voyage en Allemagne: pontos de vista de uma viajante*
- ✓ *Uma década de LEA-NI no ponto extremo das américas: negociações internacionais*
- ✓ *Uma década de LEA-NI no ponto extremo das américas: interculturalidade*

AGRADECIMENTOS PELA COLEÇÃO

Agradecemos, primeiramente, a Deus pela sua presença constante e pelo seu amor incondicional. Aos familiares, amigos e colegas de jornada pelo apoio de sempre. Agradecemos a todos os atores da UFPB (alunos, egressos, professores, técnicos-administrativos, estagiários, bolsistas, discentes voluntários e terceirizados) que têm visão proativa e fazem a UFPB acontecer como uma Universidade de qualidade. Agradecemos também a toda a equipe gestora e operacional do CCHLA, a todos que fazem parte do Departamento de Mediações Interculturais (DMI), do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) da UFPB, do grupo de pesquisa MINNI-Mundo e do Observatório Mini-Mundo. Agradecemos imensamente a direção do CCTA, especialmente na pessoa do professor Dr. Ulisses Carvalho da Silva, seu diretor, e a Editora do CCTA, em especial ao seu editor José Luiz da Silva. Agradecemos aos parceiros nacionais e internacionais que aceitaram o desafio de estarem conosco. Com esse livro, tentamos devolver um pouco do que a sociedade nos deu através da oportunidade que tivemos de estudar e trabalhar em universidades de qualidade. Acreditamos não estarmos fazendo mais do que nossa obrigação.

AGRADECIMENTOS PELO LIVRO

Nunca é demais agradecer. Gratidão é um sentimento nobre. É uma “volta” que traz consigo o reconhecimento de algo “foi” e teve sucesso. Essa ida teve apoio diretos e indiretos. Voltar e agradecer é valorizar a caminhada e as pessoas que encontramos nesta trajetória. Por isso, necessitamos estar em constante agradecimento.

O agradecimento inicial é sempre à Deus, por nos conduzir até aqui e sempre. Honra e toda glória sejam dadas à Ele e para Ele!

Agradecimento especial à Mercilene e ao Davi, esposa e filho de Roberto Vilmar Satur, por aceitarem o desafio de irem juntos fazerem essa caminhada em outro país, mesmo com as questões interculturais, logísticas, legais, ambientais, sociais, emocionais e econômicas que isso implica: mudança de casa, de escola, de trabalho, de rotina, etc. Obrigado por aceitarem o desafio. A vivência familiar por um ano em Portugal foi uma experiência ímpar para todos os envolvidos, que gerou novos aprendizados, novos amigos, novos conhecimentos e uma nova forma de ver o mundo. Evidente que a recepção recebida fez muita diferença.

À Universidade do Porto, através de sua Faculdade de Letras, vai

o agradecimento por ter aceito Roberto Vilmar Satur como investigador de pós-doutoramento, contando com a parceria do professor Armando Malheiro, o que resultou em diversos trabalhos, pesquisas e publicações. Armando Malheiro é daquelas pessoas que sempre dá relevantes contribuições e participa ativamente do processo. Somente o fato de estar com Armando Malheiro já é um processo de aprendizagem constante. E além do agradecimento acadêmico vai também o agradecimento a Armando e esposa pelo tratamento ímpar.

Roberto V. Satur se define como uma pessoa esforçada e dedicada. Que faz as coisas acontecerem pelo empenho, transpiração, insistência, persistência e em alguns casos poderia se dizer que até por teimosia, dentro daquela sua lógica da ética protestante e da dádiva e benção divina que é o trabalho e a dedicação, na perspectiva weberiana. Armando Malheiro é o toque de refino e de qualidade no processo. Ele é a intelectualidade a serviço dos outros e das obras, em uma perspectiva ética muito apurada e uma doação franciscana. Então, pode-se dizer que foi, a transpiração e a inspiração que se reuniram e se complementaram. Como resultado vieram muitas produções e importantes parcerias.

Assim, o agradecimento é recíproco entre Armando Malheiro e Roberto Satur, tendo em vista que se o primeiro não tivesse aceito o desafio de ser parceiro na orientação e pesquisa de pós-doutoramento do segundo tudo isso não estaria acontecendo. O sucesso da parceria e a

sincronia foi plena, tanto na pesquisa, como no convívio e no desenvolvimento de uma grande amizade. Os resultados não param de acontecer e seguirão acontecendo, se Deus assim permitir.

Os autores da presente obra são gratos a UFPB e a Universidade do Porto, em todas as suas instâncias e todos que dela participam como atores e que por suas atitudes promovem Universidades que prezam pela excelência. Isso inclui a Reitoria e as Pró-Reitorias, Faculdades ou Centros, Departamentos e Cursos envolvidos direta ou indiretamente. Agradecemos aos cursos de graduação da UFPB, da Universidade do Porto, da Universidade do Minho e da Universidade de Aveiro por permitirem a pesquisa de campo. Agradecimento aos Coordenadores de Curso no Brasil e aos Diretores de Curso em Portugal, bem como aos professores que permitiram que a pesquisa fosse feita. Também o obrigado vai para os alunos que se dispuseram a responder os questionários (inquéritos).

Não poderíamos deixar de agradecer os experts que aceitaram construir conosco um “nível aceitável” de competência para cada indicador, subdimensão e dimensão. Também agradecimento aos *experts* e professores Leônidas Gomes Ferreira e a Márcia Cristina Silva Paixão por nos ajudarem com indicação de nomes e também intermediando contatos com outros *experts* da área para que eles respondessem ao que pedíamos. Márcia inclusive respondeu como uma das *experts*. Portanto, agradecemos também aos *experts* Nicola

Minervini, Sebastião da Cunha Pereira, Isaac Luiz de Castro e a um quinto *expert* que respondeu ao que foi pedido, mas preferiu não ser identificado.

Agradecemos ao CCTA, que tem a Editora do CCTA e que permitiu que essa publicação fosse viável. Nesse sentido cabe um reconhecimento especial ao professor Dr. Ulisses Carvalho da Silva, Diretor do CCTA, e a Editora do CCTA, na pessoa de seu editor José Luiz da Silva e toda a equipe desta.

Aos familiares, amigos e colegas, obrigado pelo apoio.

Ao Departamento de Mediações Interculturais (DMI) da UFPB, seu colegiado e as demais instâncias da UFPB, um especial agradecimento por permitir a liberação de Roberto Vilmar Satur para que fizesse sua pesquisa pós-doutoral em Portugal. Aos professores que ministraram as disciplinas durante o afastamento, obrigado.

Por fim, agradecemos ao prefaciador, José Dalmo Silva de Souza, que foi o primeiro orientador de Roberto Vilmar Satur, na sua primeira graduação, nos idos de 1997, em Ijuí/RS/Brasil, e ao apresentador, Armando Malheiro da Silva (coautor dessa obra), que foi o orientador dessa última ou mais recente etapa da vida acadêmica de Roberto Vilmar Satur, que foi o pós-doutoramento (2019/2020) em Porto/Portugal. Marca-se assim, com gratidão aos mestres, o “**início**” da carreira como discípulo/pesquisador/profissional/professor de Roberto Vilmar Satur que teve José Dalmo como seu primeiro

orientador em seu primeiro Curso Superior, onde tudo começou. E nesse começo, foi fundamental um mestre direcionando; e também marca o “**até agora**” (para não chamar de “fim”), no pós-doutoramento e que também precisou do papel relevante de um mestre orientador.

Quem ler o prefácio e a apresentação e também pesquisar um pouco mais sobre a trajetória intelectual, acadêmica e humana de José Dalmo e de Armando Malheiro perceberá o quanto o então jovem Satur e atual professor Satur teve encontros brilhantes em seu destino intelectual. Seus mestres transformaram esse discípulo em um mestre e também uma pessoa melhor com suas orientações e incentivos. Sem contar que no intermédio, entre a trajetória inicial com Dalmo e a mais recente com Malheiro, outros brilhantes mestres também conduziram o brilhantemente, aos quais também é extensiva a gratidão. Malheiro inclusive atuando como parceiro/coautor dessa pesquisa que virou livro. Oxalá que todos tivessem essa felicidade intelectual de ter sido discípulo e de ter encontrado pelo caminho tão brilhantes mestres orientadores.

E assim anda-se ao longo da vida acadêmica, ora sendo discípulo, ora sendo mestre. Sempre aprendendo e cientes que o ato de aprender é por toda a vida. Esse momento marca mais uma etapa de aprendizagens. E por tudo isso somos gratos!

APRESENTAÇÃO

O livro publicado resulta de um projeto de pós-doutoramento realizado na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, que tive o prazer de acompanhar e é muito gratificante constatar que a ideia projetada converteu-se em produto concreto que deve merecer toda a nossa atenção.

A temática em foco é instigante e ousada: trata-se, aqui, de expor resultados de uma pesquisa comparativa de estudantes e futuros profissionais de negociação de mercado do Brasil e de Portugal tendo em conta as competências que na formação ministrada nos dois países são promovidas ou negligenciadas. O objetivo comparatista nunca é fácil de efetivar porquanto exige um grau de compatibilidade entre os casos sujeitos a comparação e a dificuldade evidencia-se se pusermos em paralelo países, mesmo com tradições culturais comuns, mas recursos, escala e enquadramentos geopolíticos diferenciados.

É certo que a ciência tem, por natureza, um corpo interno de conceitos, método e agenda de pesquisa de cariz universal, ou seja, aplicável em diversas latitudes, mas isto não anula o peso das

especificidades presentes no seu exercício. Em particular no tema em foco é natural que a formação de negociadores de mercado apresente contrastes em Portugal e no Brasil. E isso mesmo ressalta dos resultados que a pesquisa levada a cabo pelo Professor Roberto Vilmar Satur em colaboração comigo é, agora, trazida ao vosso conhecimento.

Formar negociadores não é tarefa menor e tanto mais que o papel deste profissional, enquanto mediador ativo na consecução de interesses e negócios que devem ser vantajosos para ambas as partes neles envolvidas, é imprescindível e coloca desafios de vários tipos, nomeadamente éticos e científicos. Éticos, porque a função de mediador vinculado a uma parte negocial exige empenho na defesa dos interesses da entidade a que se está organicamente vinculado, mas ao mesmo tempo não pode ser descurada a outra parte, seus direitos e legítimas expectativas. Assumir um comportamento leal e justo é imperativo na formação negocial. Científico, porque um negociador não deve, nem pode agir de improviso, sem um núcleo forte de conhecimentos procedente das Ciências (nomeadamente sociais) a que se agrega um domínio cada vez mais forte das tecnologias digitais, indispensáveis ao processo infocomunicacional em que toda e qualquer negociação se apoia e se desenvolve.

Neste livro condensa-se uma etapa de pesquisa a que sucederão outras, por ser este o propósito dos autores e por se

justificar, dada a relevância do tema, uma agenda exploratória de vertentes afluadas e de outras a descobrir e aprofundar.

O principal mérito da obra cabe ao professor Roberto Vilmar Satur, por ter sabido identificar e escolher este caminho e eu tive o prazer de ser parceiro nesse processo. Daqui para a frente, essa obra também obriga a todos que direta e indiretamente estejam implicados com a problemática a prestarem toda a colaboração necessária em etapas futuras.

Armando Malheiro da Silva

*Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação e
da Informação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto
(U.Porto), Portugal*

PREFÁCIO

Quando conheci o agora Dr. Satur esse era um jovem estudante de Economia. Ele enfrentava um problema acadêmico pois não encontrava orientador para seu tema de pesquisa, o turismo. Então lançou-me um desafio, com ares de desalento. Perguntou-me o que eu achava de turismo na região noroeste do Rio Grande do Sul como tema de monografia de final de curso. Eu havia entrado para o quadro da Universidade há poucos meses e ele parecia antever minha resposta. Disse-lhe que era ótimo o tema e que ele deveria estudar. Afinal, turismo é um produto e como tal ele poderia estudar com os instrumentos e recursos de nossa ciência. O rosto dele se iluminou com um sorriso. Ficou completamente surpreendido. Mas logo veio outro desafio. Ele me disse que não havia turismo na região. Eu lhe disse que para um economista isso era um achado. Ele poderia estudar o turismo enquanto produto e aplicar seus conhecimentos para saber por que não havia turismo. Disse-lhe mais. Se ele fizesse um trabalho esmerado todo e qualquer pesquisador que daquele momento em diante fosse estudar o turismo naquela região obrigatoriamente teria que recorrer à sua abordagem pioneira. O jovem Satur não somente fez um excelente trabalho, como também sua banca foi abrilhantada por um representante da categoria de fora da Academia. E anos mais tarde um

professor da Universidade apresentou uma dissertação de mestrado sobre o tema e na bibliografia estava citada a monografia de Roberto Vilmar Satur. É desse pesquisador que agora tenho a honra e o prazer de fazer esse breve prefácio. E juntamente a tão grande estudante temos seu orientador no amadurecimento da carreira. O diamante deve muito a quem o lapidou. Aqui temos os dois juntos.

Intermediação; negociação; informação. Todos esses temas são muito caros à Economia. Como foi dito no livro o ser humano não é capaz de fazer tudo. Essa é a razão do comércio. Também não temos habilidade e/ou capacidade para resolvermos todos os problemas. Isso está bem presente no fato de que desenvolvemos ferramentas para nos auxiliarem em nosso trabalho. O que é um martelo senão um intermediário entre nós e o prego? Nós não somos capazes de fazer tudo o que queremos. Nós queremos muitas coisas. Algumas dessas coisas exigem negociação com a outra parte. Nosso instrumento, nesse caso, precisa ter além de competências mediadoras especializadas também um senso de estratégia. E com isso chegamos ao tema informação.

Toda intermediação exige pelo menos duas partes negociantes e uma terceira, a intermediadora. Essa terceira parte impõe em termos de ciências sociais o mesmo problema dos três corpos na física. O que uma parte faz influencia as outras duas que reagem e modificam todo o sistema a todo instante. Uma dada configuração do sistema serve de base para a interação que influencia toda a dinâmica do sistema e o resultado, a nova

configuração, serve, por sua vez de base para próxima transformação e assim por diante. O que é trabalhado aqui é a informação. A informação sempre foi objeto de muita atenção pela economia. Os pressupostos de transparência e visibilidade na Economia Neoclássica não é um descaso com a informação e sim, o reconhecimento de seu caráter extremamente complexo e volátil. Pois é esse o objeto que o negociador tem que trabalhar. E trabalhar de maneira colaborativa e não com comportamento estratégico, ou seja, buscando amealhar vantagens pela assimetria das informações. A informação não é perfeita no sistema, mas suas assimetrias devem ser superadas em um jogo de soma não-zero. Todas as partes devem sair ganhando. A elevação do bem-estar de maneira homogênea em todo o sistema negocial é um objetivo a ser alcançado. O Comportamento Econômico é um dom e não uma maldição.

Conforme se pode depreender do que já foi dito toda intermediação é situacional. Isso significa que cada parte vê as mesmas circunstâncias às quais todos estão sujeitos de acordo com sua perspectiva única e particular. Cada um vê nas circunstâncias e na correlação de forças a matriz *SWOT* estampada em sua situação. Forças; fraquezas; oportunidades; ameaças. Mas o intermediador tem que ir além de simplesmente harmonizar esses elementos todos entre si. Ele deve ser capaz também de harmonizar todas as diversas situações com os anseios das partes. E isso é um elemento de grande complexidade. Ele deve atender enquanto sistema os objetivos propostos e ao mesmo tempo

atender às partes envolvidas separadamente.

A informação ficou grande demais, mutável demais, importante demais para caber em um pressuposto. A mediação negocial ficou importante o suficiente para se estudar e se dedicar a ela. Todos têm pressa. Na era digital, a e-infocomunicação exponenciou essa tendência. Viabilizou fazer mais rápido muitas das coisas que queremos. É preciso uma nova comunicação para esse mundo. E novos profissionais com competências adequadas ao novo ambiente. O livro ainda é um recurso de valor inestimável (este prefácio é de um livro cujo valor é imenso). Mas ainda é preciso que o estudante leia e estude. O estudante de negociações internacionais deve ler para que as questões em que irá futuramente atuar não exijam das partes o mesmo nível de leitura. Ao estudante cabe acessar as informações e usá-las. Lapidá-las. E aqui usar é em sentido completo, como bem se pode compreender da leitura da presente obra. Acessar, compreender, usar adequadamente para os fins visados.

Particularmente tenho observado que as profissões escolhem as pessoas. A Economia escolheu pelo menos um dos autores desse livro. Não quero dizer que outras profissões não poderiam tê-lo escolhido. Mas é necessário nascer economista e, depois, estudar economia. O orientador também é parte importante da carreira de um acadêmico. Assim é também (opinião minha) com o negociador internacional. O negociador vai usar a disciplinaridade para atingir a multidisciplinaridade. E através de cada disciplina e do conjunto delas chegar à transdisciplinaridade. Em artes

marciais é bem conhecida a trajetória de estudos. Primeiro submeter-se à técnica. Depois, dominar a técnica. E então, transcender à técnica, ou seja, personalizá-la. Este livro é uma excelente ferramenta para todos aqueles que se interessam pelo tema na Academia e fora dela. Inclusive como roteiro de estudos dos próprios negociadores internacionais de mercado.

Assim como o turismo outrora para o jovem Satur agora para o Dr. Satur - e seu orientador em coautoria - a negociação representa não um desafio, mas um campo a ser explorado. E isto tem sido feito. As indicações bibliográficas de obras da própria lavra indicam isso de maneira indubitável. É um campo trabalhado, semeado e com muitos frutos. Um destes frutos é o modelo de análise utilizado. Estuda o sistema negocial desde dentro para fora. E, com a visão interna contrastada com a perspectiva externa retroalimenta o sistema.

Portanto a Academia e todos os leitores se beneficiarão muitíssimo com a leitura agradável e útil dessa obra a qual recomendo com todo o entusiasmo.

José Dalmo Silva de Souza

*Professor do Departamento de Ciências Administrativas, Econômicas,
Contábeis e da Comunicação da Universidade Regional do Noroeste do
Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ), Brasil*

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS PELA COLEÇÃO	8
AGRADECIMENTOS PELO LIVRO	10
APRESENTAÇÃO	14
PREFÁCIO	17
INTRODUÇÃO	26
1 BREVE DISCUSSÃO TEÓRICA	34
1.1 O papel da mediação e da interculturalidade baseado em informação nas negociações	35
1.2 Competência em Informação dos estudantes: futuros profissionais negociadores internacionais	37
2 COMPETÊNCIA, MODELO E MÉTODO	58
2.1 O modelo utilizado na pesquisa	60
2.2 Amostra e forma de operacionalização da pesquisa	67
2.2.1 População e amostra	67
2.2.2 Forma de elaboração e aplicação do inquérito (questionário)	68
2.2.3 Tratamento e análise	70
3 RESULTADOS DA PESQUISA NO BRASIL.....	71
3.1 Dimensão 1: formação da base pessoal de conhecimento	72
3.1.1 Nível de conhecimento que formam a base do conhecimento pessoal e profissional por Curso pesquisado no Brasil.....	73

3.1.2 Formas de busca da aquisição da base de conhecimento dos alunos pesquisados no Brasil.....	92
3.1.3 Resumo da Dimensão 1: formação da base pessoal de conhecimento dos alunos (Brasil).....	97
3.2 Dimensão 2: acesso e uso de tecnologias	100
3.3 Dimensão 3: acesso e uso das informações dos alunos pesquisados no Brasil	108
3.4 Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria dos alunos pesquisados no Brasil	117
3.4.1 Ser um eterno aprendiz: alunos pesquisados no Brasil	117
3.4.2 Transformar informações em novos conhecimentos dos alunos pesquisados no Brasil.....	119
3.4.3 Socializar o que sabe: percepção dos alunos pesquisados no Brasil ..	122
3.4.4 Interação e retorno social dos alunos pesquisados no Brasil	125
3.4.5 Resultado final da Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria	128
3.5 Uma síntese da competência em informação dos estudantes brasileiros	130
4 RESULTADOS DA PESQUISA EM PORTUGAL	136
4.1 Dimensão 1: Formação da base pessoal de conhecimento em Portugal.....	141
4.1.1 Nível que se encontra a base do conhecimento pessoal e profissional dos estudantes por Curso em Portugal	142
4.1.2 Formas de busca da aquisição da base de conhecimento dos alunos pesquisados em Portugal.....	178
4.1.3 Resumo da Dimensão 1: formação da base pessoal de conhecimento dos alunos em Portugal	182
4.2 Dimensão 2: acesso e uso de tecnologias dos alunos em Portugal	

.....	186
4.3 Dimensão 3: acesso e uso das informações dos alunos em Portugal	194
4.4 Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria dos alunos em Portugal	203
4.4.1 Ser um eterno aprendiz: alunos em Portugal	204
4.4.2 Transformar informações em novos conhecimentos: alunos em Portugal.....	207
4.4.3 Socializar o que sabe: alunos em Portugal.....	210
4.4.4 Interação e retorno social dos estudantes em Portugal.....	213
4.4.5 Resultado final da Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria dos alunos portugueses	216
4.5 Uma síntese da Competência em Informação dos estudantes em Portugal.....	219
5 COMPARAÇÕES DA PERCEPÇÃO DE COMPETÊNCIA DOS ALUNOS DO BRASIL E DE PORTUGAL.....	224
6 HUMANIZANDO A EXIGÊNCIA: COMPETÊNCIA ACEITÁVEL	230
6.1 Os <i>experts</i> ouvidos	231
6.2 Os resultados apurados.....	238
RÁPIDAS CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	253
REFERÊNCIAS.....	256
APÊNDICES E ANEXOS.....	269

INTRODUÇÃO

Não somos capazes de fazer de tudo. Nossa competência é limitada e restrita. Por mais que nos aperfeiçoemos, disciplinar e interdisciplinarmente, não temos condições de dar conta de tudo e de todos os desafios que surgem. Algumas ações e situações exigem que busquemos apoio em outros recursos e outras pessoas. São os recursos mediadores especializados e os profissionais com competências mediadoras especializadas. Eles nos trazem ferramentas, conhecimentos e ações que intermediam com algo ou com alguém de modo a realizarmos determinadas ações e atingirmos determinados objetivos.

Os negociadores internacionais de mercado são profissionais mediadores, com competências bem particulares à profissão, que usam de recursos e competências para mediar. Graças a isso é possível que dualidades como exportação (vendedor) x importação (comprador), aquisição de tecnologia x venda de tecnologia; detentor de *know how* x interessado no *know how*, detentor de conhecimento x interessado no conhecimento, interesses de país A x interesses de país B e tantas outras formas possíveis de compartilhamentos e trocas acabem resultando em acordos, negócios realizados e ganho mútuo. O

negociador atua, normalmente, representando uma das partes, intermediando os interesses destes frente a outra parte, que tem também seu intermediador (negociador). Nada impede que o negociador tenha um papel protagonista que o aproxima de um mediador e conciliador. Afinal, o acordo, com satisfação de todos os envolvidos, deve ser a meta. Para isso, o ganho mútuo (negociação ganha-ganha) é o ideal.

Para negociar, buscando o acordo entre as partes, esses profissionais não só mediam, mas também usam de recursos mediadores para além das técnicas de negociação e da competência da interação em ambientes interculturais e quase sempre multilinguísticos. Atualmente, as tecnologias da informação e da comunicação, que estão em sua fase digital, constam como um dos recursos mediadores mais relevantes para a realização das negociações, tendo em vista que permitem negociar mesmo estando em diferentes espaços (partes geográficas distintas) e diferentes tempos (gravações, interações *off-line*)¹, especialmente considerando que as distâncias entre as nações podem ser muito significativas e nem sempre o deslocamento físico é o mais recomendado. Também, levando em conta que, por conta da distância geográfica, existem vários fusos horários, estando os profissionais dos diversos lugares

¹ Sobre redimensionamento do tempo e espaço e como isso afeta o mercado, as profissões, o marketing e as pessoas ler Satur, Pinho Neto e Duarte (2018).

em tempos distintos de sua jornada de trabalho diária e nem sempre sendo possível que as partes envolvidas estejam “no trabalho” naquele momento.

Evidente que a tecnologia voltada para a logística, aliada aos sistemas de informações inteligentes, auxiliam muito na execução do que foi negociado e acordado. Essa etapa precisa acontecer no tempo acordado, de forma profissional e segura. Atualmente, as tecnologias aplicadas à logística (especialmente a de transporte) têm reduzido o tempo e a distância, além de permitir um acompanhamento efetivo, em tempo real, do andamento do processo. Deslocam-se mais rapidamente produtos e pessoas. Grande parte dos serviços são entregues de forma virtual, via internet, com logins e senhas à softwares virtuais e plataformas ou através de permissão de *download* de programas ou base de dados. E, considerando os tempos de infosfera, a informação como recurso não se esgota como os recursos naturais. Ela se replica e multiplica.

Na atual Sociedade da Informação e do Conhecimento, para o profissional negociador atuar com competência, precisará ter uma base de conhecimento mínimo, distribuída em várias facetas e em amplitude interdisciplinar. Isso pode envolver desde conhecer e desenvolver teorias e técnicas de negociação, até conhecimentos multilinguísticos e interculturais, saber sobre gestão, custos,

marketing² e acompanhar os avanços das novas tecnologias da informação e comunicação (TICs/TDIs/TDICs)³, dentre outros.

O principal recurso que um negociador competente irá precisar para atuar é a informação. Ele não pode ser tão somente como um usuário da informação, mas um trabalhador do conhecimento que sabe fazer uso adequado da informação, interpretando-a e internalizando-a em forma de conhecimento, inovando e gerando novas informações, novas ideias, novos produtos e novos conhecimentos. Ele também precisará saber comunicar e compartilhar essas novas informações de modo correto, visando o ganho mútuo dos envolvidos. Para isso, atualmente se exige do negociador a necessidade de ter competência em informação.

Ao abordar sobre competência em informação, neste livro e no modelo utilizado, parte-se do uso dessa expressão no Brasil, que equivale a *information literacy* (no inglês) e a literacia informacional (em Portugal). É importante ser feita essa ressalva, tendo em vista que

² Sobre o “novo” marketing recomenda-se ler Satur (2019); a primeira parte da obra de Kunh e Satur (2020) e Costa (2015).

³ A terminologia varia conforme essas tecnologias evoluem e de qual abrangência está se falando. Existe o que se chama de TI (Tecnologia da Informação, mais voltada para a computação); TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação); TDIs (Tecnologias Digitais da Informação) ou TDICs (Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação) que é considerada a mais atual e mais abrangente. Todavia, cabe ressaltar que já existem outras terminologias e é bem provável que brevemente outras surjam na medida que as tecnologias avancem e se reinventem dentro do processo destruição criadora, como fora apontada por Schumpeter há um século atrás, como sinônimo de inovação.

a palavra competência precisa ser explicada em cada caso, pois na pura e simples tradução pode significar algo mais simples do que a *literacy* ou a literacia significam⁴. Isso por que a literacia ou a *literacy* compreendem para além da alfabetização (saber ler, saber escrever e ser letrado). Envolve também entender o que leu (alfabetizado funcional) e ainda saber se posicionar criticamente sobre o que leu e entendeu, refletindo e sendo a favor ou contra aquilo. Por isso no Brasil,

A noção de competência em informação tem como referência a *information literacy* [...] a preferência pelo termo competência em informação (CoInfo) para tradução na língua portuguesa é uma escolha que considera os documentos como a Declaração de Maceió sobre competência em informação, o Manifesto de Florianópolis sobre competência em informação e as populações vulneráveis e a Carta de Marília elaborados pela comunidade biblioteconômica em eventos nacionais como o Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação (CBBDD) e nos Seminários sobre competência em informação e também nos Seminários de competência em informação do Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (Enancib) [...], essa opção dialoga com a indicação da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) no documento que apresenta um panorama do tema em diferentes países, o *Overview of Information Literacy Resources Worldwide*. Sobre o termo é importante ressaltar que nos últimos anos há um movimento a favor da inserção da mídia de modo explícito e, por isso, há a possibilidade de identificação de um termo com natureza

⁴ Em publicações anteriores já fizemos essa discussão mais aprofundada e se precisar buscar algo mais detalhado a esse respeito, indica-se ler Satur e Duarte (2020) e Satur e Silva (2020a).

sinônima: Media and Information Literacy (MIL) ou competência em mídia e em informação. Desse modo, é possível encontrar documentos com outras traduções, o que reflete os diferentes olhares para o tema. Em síntese, pode-se dizer que a competência em informação ou a competência em mídia e em informação referem-se à promoção da crítica e da ética nas dinâmicas informacionais em diferentes mídias para o exercício da cidadania a partir da educação. (ZATTAR, 2018, p. 1-2)

Importante ressaltar esse entendimento de competência em informação na perspectiva brasileira, inclusive a preocupação que envolve a competência digital, para que não seja entendido tão somente como um conjunto de habilidades e conhecimentos para determinada ação e também não se considere apenas como alfabetização e, portanto, não seja confundido com o letramento⁵.

Feito esse importante esclarecimento inicial, ressalta-se que este livro leva em conta tanto a questão da literacia ligada a informação como a literacia digital nos relatos feitos, mesmo quando apenas mencione a expressão competência em informação.

O presente livro apresenta os resultados da pesquisa realizada

⁵ Para evitar o risco dessa confusão, em Portugal, preferiu-se denominar *information literacy* como literacia em informação. Já no espanhol optou-se pelo *alfabetización informacional*. Literacia inclui, portanto, não apenas o saber ler (alfabetizado), mas também entender o que leu e conseguir analisar criticamente o que foi lido, concordando ou discordando. No caso da informação também inclui a capacidade de lidar com a informação no papel e no digital.

durante o pós-doutorado⁶, que envolveu agentes de pesquisa, especialmente do Brasil e de Portugal⁷, e investiga as competências digitais e em informação dos estudantes de várias profissões, com potencial para serem futuros negociadores internacionais, especialmente baseado nas áreas apontadas pela pesquisa de Satur (2017) também apresentada em Satur e Duarte (2020).

O leitor não apenas terá um diagnóstico de futuros profissionais de uma profissão, verificando se eles estão preparados para o que a nova realidade exige, como também poderá usar de modelo para aplicar a outras profissões. Inclusive, por essa razão se deixa o em anexo o modelo de questionário a ser aplicado. Evidente que, para outras profissões, o modelo precisa passar por algumas adaptações específicas de cada área, mas a maioria dos indicadores se manterão tendo em vista que a competência intercultural, negocial, digital e de informação é uma necessidade para todos as profissões que queiram sobreviver as mudanças do século XXI. Ficam os pesquisadores, desde já, autorizados a usar esse modelo e adaptá-lo

⁶ Portanto, esse relatório é fruto da pesquisa desenvolvida durante o pós-doc no Departamento de Comunicação e Informação da Faculdade de Letras, da Universidade do Porto. A licença pós-doutoral para a referida pesquisa partiu da UFPB, esta pesquisa foi aprovada no Comitê de Ética da UFPB, sob o número CAAE: 04609218.3.0000.5188.

⁷ A pesquisa foi desenvolvida no Brasil, sendo este país representado pela UFPB e em Portugal, representado pela Universidade do Porto, a Universidade de Aveiro e a Universidade do Minho.

desde que cite a fonte e autoria original.

Por fim, é importante ressaltar que tanto esse modelo utilizado, bem como o questionário aplicado e a pesquisa em si foram feitas antes da pandemia da Covid-19, que assolou o mundo especialmente em 2020, e obrigou a maioria das profissões e atividades a migrarem tudo que foi possível para o ambiente digital. Portanto, essa tendência a digitalização, ao avanço cada vez mais progressivo das TDICs nas profissões já fora detectada e considerada inevitável antes do “efeito covid”. Essa pandemia apenas fez o processo ser acelerado. Assim sendo, essa publicação iria acontecer naturalmente e não é um mero oportunismo frente a uma realidade momentânea detectada.

1

BREVE DISCUSSÃO TEÓRICA

Muito poderia se trazer nesse capítulo sobre teoria, autores e teóricos que falam e discutem sobre interculturalidade, negociação internacional, informação, competência em informação e mediação. Todavia, aqui o foco se limitará a alguns breves escritos de diversos autores, mas principalmente dos autores envolvidos com essa obra. Essa atitude não tem o sentido de promover a autocitação, mas sim de evidenciar que esta pesquisa não é por acaso, e sim fruto e mais uma atividade aplicada de temas que convergem para o que os autores envolvidos já vem pesquisando, escrevendo e estudando. Mostra o sentido de continuidade e sequência lógica. Esta pesquisa é um avanço, um novo passo nos temas pesquisados.

1.1 O papel da mediação e da interculturalidade baseado em informação nas negociações

A mediação é a instância articuladora entre diferentes partes em determinados contextos e situações. Nem sempre o que media auxilia. Por exemplo, a Biblioteca por muito tempo escondeu importantes obras do acesso público. Como órgão influente, exercia o papel de permitir alguns acessos e não permitir outros. Em vez de ser local de encontrar, era local de guardar, preservar e até de esconder. Não poucas vezes obras raras e desconhecidas eram “achadas na biblioteca”. Antes, o mais preocupante era que o papel dos mediadores estava na habilidade em criar dificuldades de acesso à informação e ao conhecimento. Agora, o mais preocupante é a permissão de tudo publicar, o excesso e o pouco relevante do muito que se torna público na galáxia da internet. (SILVA, 2010)

A cibercultura (terminologia já meio fadada ao modismo) é um fenômeno que se intensificou a partir dos anos 80 do século XX. Com a revolução digital e a interação mediada por computador e outras máquinas tecnológicas, esta interação não é mais limitada a transmissão de informação e a simples reprodução do real em forma digital. A e-infocomunicação⁸ foi entendida também como cultura

⁸ Sobre e-infocomunicação, termo que pode ser considerado mais adequado que cultura digital, ler: Passarelli, Ramos e Silva (2014).

digital que invadiu e se impregnou nas outras culturas. O que passa a se ter é uma interação mútua, a multi-interação e a interação simultânea, que resulta em uma constante negociação, relação e interação, fruto da conduta dos interagentes. A mediação da informação não é mais apenas tridimensional, mas também telemática, informática, vertiginosa, paradoxal e complexa. Surgem diferentes tipos de multimediações, pluralidades de formas de articulações, nas quais diferentes tipos de mediação coexistem, interagem e o mediador divide o espaço da mediação com outros atores que também mediam. E cada mediação é diferente da outra. Uma comediação midiática em que o *homo documentator* deu lugar ao *homo digitalis*. A arquitetura da informação tradicional evolui para uma participação colaborativa (SILVA, 2010).

Não pode existir cultura sem comunicação e nem comunicação sem cultura. A cultura local interage com outras culturas e agora também com a cultura midiática (digital), criam-se espaços de negociação das identidades no contexto cultural aplicado a cada caso. Os meios midiáticos não vão uniformizar as culturas, as pessoas e seus comportamentos, mas sim permitir cada vez mais a conexão virtual entre elas, enchê-las de novas e diversas informações, a imagem passa a superar a escrita, algumas partes da cultura serão industrializadas, surgirão novos segmentos de consumidores, muitos frutos das TICs/TDIs/TDICs. Será necessário cada vez mais o papel do mediador

cultural (SILVA, 2010).

1.2 Competência em Informação dos estudantes: futuros profissionais negociadores internacionais

Para Dudziak (2001), o atual cenário exige competência em informação em qualquer área que se queira atuar. O estudante não é mais apenas aquele que está na sala de aula, mas todos os profissionais devem estar sempre estudando. É o desafio relacionado “ao aprender a aprender e ao aprendizado ao longo da vida (*life long learning*), a Educação voltada para a *IL (Information Literacy Education - ILE)* é o caminho que nos leva à ela” (DUDZIAK, 2001, p. 77).

Para Eisenber (2008) no século XXI todos os aspectos da aprendizagem e do ensino exigem processamento e comunicação de informações. No passado, existia a dependência de um recurso primário de informações: o livro; mas isso está mudando rapidamente, devido, em grande parte, à expansão das tecnologias da informação e do crescimento da informação em rede.

Segundo Dudziak (2001, p. 74), estamos em um momento histórico que

[...] exige a visão de um mundo multifacetado, mutante, uma visão sistêmica. Ver o mundo como um sistema interconectado que reinsere a Educação na realidade social e econômica dos indivíduos. Admite-se assim a noção de processo, de dinâmica permanente na Educação.

Tentando descrever a sociedade e o tempo atual⁹, Castells (2000; 2004) chama esse tempo de Era da Informação, paradigma tecnológico e espaço de fluxos. Drucker (2003; 1998; 1996) chama a sociedade atual de Sociedade do Conhecimento, e Lèvy (2004) de inteligência coletiva, que envolve a comunidade de humanos em comunicação com eles mesmos, é viva e coletiva e remete ao ciberespaço, que, por sua vez, é também o espaço do conhecimento, coletivo na essência, portanto, impossível de estar todo agregado em um único ser. Esses coletivos exercem a cultura de participação e convergem de forma continuada para o uso de meios digitais. São intelectos coletivos, que inventam línguas mutantes, constroem universos virtuais e ciberespaços e encontram novas maneiras de se comunicar ainda não conhecidas pela forma tradicional.

Silva (2006; 2008; 2010) diz que vivemos um fenômeno infocomunicacional e e-infocomunicação, um paradigma pós-custodial, informacional e científico e denomina a nova geração de nativos digitais que, desde crianças, estão habituados a conteúdos

⁹ Floridi define como tempos de infosfera.

digitais de cérebro 2.0, de geração net, *Born digital* ou nativos digitais e/ou nativos da internet. Já a geração anterior é denominada de migrantes digitais ou infoincluídos. Segundo Silva et al. (2011, p. 107),

[...] o combustível dessa transformação é o avanço tecnológico, o papel de lubrificante, decerto, é desempenhado pela informação, e o comportamento social age como engrenagem dessa máquina chamada sociedade, onde os utilizadores participam de um ecossistema digital.

Enquanto, durante toda a história da humanidade até o Século XX, foram produzidos, aproximadamente, 12 exabytes de dados, atualmente, no mundo, é produzido de um a dois exabytes de dados por ano, 250 megabytes por pessoa. E, como estamos vivendo o fenômeno da explosão informacional (SILVA, 2010), não podemos mais dizer que é possível ser um profissional destacado sem levar em conta essa nova realidade. Satur, Pinho Neto e Duarte (2018) também trazem informações acerca dessa situação em que vivemos, de cada vez mais dados e informações produzidos e disponíveis graças as novas tecnologias que permitem gerar, armazenar e comunicar com melhor qualidade e velocidade dados e informações.

Segundo Vitorino e Silva (2016) vive-se um tempo de mudança do perfil profissional, que gera a chamada crise da mudança, uma necessidade imperiosa de renovar a formação. Com o advento das novas tecnologias essa crise das profissões é também de identidade e

de pertencimento. O novo paradigma pós-custodial, científico-informacional está baseado centralmente na informação, na formação, na investigação científica e na inovação. As profissões agora têm que focar na informação (acesso, uso e comunicação) e a melhor forma de promover isso é usando as tecnologias. Para isso, as profissões precisam se integrar, em uma perspectiva interdisciplinar, usar mais TDICs e trabalhar em equipe¹⁰. Trata-se de perfis híbridos, que vão surgindo e exigem mais competência em informação de todas as profissões que tem na informação algo relevante.

Esse cenário entra em choque com os modelos tradicionais das profissões e gera crises existenciais, saudosismo e resistência. Conselhos de Regulamentação de Categorias Profissionais e Sindicatos de Categorias protestam, mas não sabem ao certo o que fazer e estão cada vez mais em crise. A tendência, agora, é “contracartesiana”, ou seja, de se unificarem as profissões, que serão multiáreas e multitarefas, sem que se seja restrito a uma área prevista em lei de categoria profissional ou na tradicional lógica da superespecialização e de separação por áreas de atuação específica, reserva e monopólio de mercado de trabalho. Importa, cada vez mais, a capacidade do profissional de fazer algo, de resolver problemas, e não, sua formação específica¹¹. As pessoas e as profissões que entenderem com mais

¹⁰ Para ver mais sobre essa discussão ler Satur e Duarte (2020) e Satur (2018).

¹¹ Para ver mais sobre essa discussão ler também Filgueira e Satur (2020).

rapidez essa mudança e a promoverem levarão vantagem. Os negociadores internacionais já têm um pouco dessa característica. Os que atuam na área não estão vinculados a uma só profissão e só se mantêm nela os que vão além da sua profissão constante no diploma. O curso inicial é o início do caminho, os primeiros horizontes e não mais a estrada toda.

Então, ao se chamar um profissional de negociador internacional não necessariamente está se referindo a um profissional com uma formação acadêmica específica, única, exclusiva e excludente. Está se falando em diversas formações que minimamente habilitam e permitem o desenvolvimento de competências para exercer essa profissão.

Há que se ressaltar que as chamadas “cinco competências básicas, conhecidas como as 5Cs”, continuam viáveis e necessárias: "compreensão, pensamento crítico, criatividade, consciência intercultural e cidadania" (ALVES; ALCARÁ, 2014, p. 86). Agrega-se a isso a necessária e indispensável competência em informação, exatamente por estarmos em uma Sociedade da Informação e do Conhecimento, frente a um paradigma pós-custodial, informacional e científico, frente a muitas tecnologias, especialmente as da comunicação e informação em formato digital.

Portanto, o que mudou foi a forma de viabilizar as competências, pois as ferramentas (tecnologias agora digitais)

mudaram, os recursos aumentaram (excesso de dados e de informações) e a rapidez da obsolescência aumentou ao estilo da destruição criadora de Schumpeter. Isso exige mais conhecimentos específicos e interdisciplinares, além de permanente atualização.

A tendência é de que, nos próximos anos, as áreas de atuação e as profissões sejam mescladas com atividades tradicionais e híbridas, sendo desenvolvidas concomitantemente com alguns profissionais que ainda atuarão nos moldes tradicionais, e outros que atuarão de forma híbrida. Com o passar do tempo, a tendência é que os novos modelos híbridos prevaleçam sobre os tradicionais.

Com o desenvolvimento das áreas científica e tecnológica, o conhecimento tem se tornado obsoleto depressa demais e exigido uma aprendizagem rápida, contínua e permanente. Como não é possível prever quais conhecimentos serão necessários no futuro, é indispensável que o indivíduo desenvolva habilidades que o auxiliem a se adaptar com facilidade a esse novo contexto. As pesquisas versando sobre competência informacional são relevantes ao passo que avaliam a capacidade que o indivíduo tem de reter, compreender e interpretar o que lê. Quanto mais avançam os estudos e pesquisas nesse campo, mais projetos podem ser feitos no sentido de tornar o indivíduo um ser aprendente ao longo da vida. (LECARDI; PRADO, 2006, p. 25)

Silva (2008) afirma que, desde o princípio, a *Information Literacy* surgiu preocupada com o uso da informação no contexto profissional e do trabalho. Segundo Olinto e Hatschbach (2008), nos

países ibero-americanos, os estudos sobre competência em informação tomaram fôlego nos anos 90 do Século XX.

O termo *Alfabetización Informacional* (Alfin) é a tradução literal de *Information Literacy*, e apareceu inicialmente nos *Anales de Documentación* (1998), da Universidade de Murcia, na Espanha, e no livro *Estrategias y Modelos para enseñar a usar la información*, de Gómez-Hernández (2000), e se expandiu devido sua presença e utilização na internet. Porém, também são utilizadas expressões sinônimas como *Alfabetización en Información*, *Competencia Informacional*, *Desarrollo de Habilidades Informativas - DHI* (mais usada no México). Em português, também convivemos com uma terminologia variada. Em Portugal, o termo mais utilizado é 'Literacia Informacional', mas são igualmente empregados 'Literacia da Informação' e 'Competências da Informação'. No Brasil, encontramos: 'Alfabetização Informacional', 'Alfabetização em Informação', 'Competência Informacional' e 'Competência em Informação'. Sendo esse último o termo proposto na primeira mesa-redonda sobre Competência em Informação (no XIII SNBU, Natal/RN, 2004), reconhecido e utilizado, desde então, por muitos pesquisadores da área. Os primeiros trabalhos acadêmicos brasileiros tratando especificamente das teorias e aplicações da *Information Literacy* surgiram no Século XXI, notadamente os artigos de Belluzzo (2001) e as dissertações de Dudziak (2001) e Hatschbach (2002). (OLINTO; HATSCHBACH, 2008, p. 24)

Ainda sobre Competência em Informação, no Brasil, Campello (2003) aponta o trabalho de Caregnato (2000) como o precursor.

Silva (2008) refere que, em inglês, o significado de *literacy* é diferente de letramento em português. No Brasil, ser letrado não é saber ler e escrever, mas uma condição que se adquire a partir da leitura e da escrita. Isso significa que, se uma pessoa (criança ou um

adulto) não lê, mas ouve histórias, também está em processo de letramento. Entender e interpretar algo criticamente é uma forma de ser letrado, portanto, saber ler e escrever é ser alfabetizado.

Assim, o que se entende por literacia informacional (Portugal) ou competência em informação (Brasil), precisa ir além da alfabetização pois

[...] apresenta diferentes concepções que podem ser resumidas no que segue: Digital – concepção com ênfase na tecnologia da informação e da comunicação; Informação Propriamente Dita – concepção com ênfase nos Processos Cognitivos e no Social – concepção com ênfase na inclusão social, consistindo em uma visão integrada de aprendizagem ao longo da vida e exercício de cidadania (FERES; BELLUZZO, 2009, p. 79).

Para Silva e Ribeiro (2017), a competência é um conjunto de capacidades para o exercício profissional e o domínio de comportamento necessário para isso, o que envolve dois componentes:

- 1) conhecimentos: saber e saber fazer, na teoria e na prática; e
- 2) aptidões: saber-ser - quando os conhecimentos relativos à profissão contribuem para que o profissional exerça sua prática com competência.

Todavia, as profissões exigem conhecimentos mais abrangentes e cruzamentos interdisciplinares. Cada vez mais, as pessoas serão

formadas para saber de (e por) *e-learning*. As formações e as profissões agora precisam garantir que o futuro profissional seja

[...] capaz de desenvolver um campo de estudo teórico-prático próprio e de fecundas relações interdisciplinares em múltiplas esferas de abordagem. [...] uma formação poliédrica porquanto ela parte de um bloco unitário com diferentes facetas articuladas e complementares entre si. Unidade e diversidade parecem ser a “receita” adequada (SILVA, RIBEIRO, 2017, p. 6).

Segundo Silva (2008), a literacia informacional (competência em informação) abrange a convergência do comportamento informacional das pessoas com a inclusão digital, que envolve as atuais tecnologias digitais da informação e da comunicação (TDICs), a aprendizagem daí decorrente (literacia da informação) e as competências aprendidas a partir disso para conviver e atuar na sociedade da informação, que se traduzem na capacidade crítica de buscar, avaliar, escolher e usar as informações nos mais diversos contextos. Envolve, ainda, as competências instrumentais e as competências cognitivas e críticas das pessoas.

[...] o envolvimento da sociedade pelo fenômeno da Informação, em plena simbiose com as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), determina comportamentos, atitudes e fomenta práticas de organização e pesquisa da informação, designadamente na Internet, que não podem ser alheias ao perfil do profissional (SILVA, RIBEIRO, 2017, p. 1).

Bruce (2016) assevera que a competência em informação é, de uma forma geral, descrita como a capacidade de localizar, gerenciar e utilizar informações de forma eficaz para as diversas variedades de propósitos. É uma competência genérica muito importante para as pessoas tomarem decisões eficazes e resolverem problemas ou exercerem a criatividade. Quem é competente em informação consegue assumir a responsabilidade pela própria aprendizagem contínua nas áreas de interesse pessoal e profissional.

O comportamento informacional é parte do estudo do comportamento humano e social das pessoas, que também já são estudados em outras áreas, como o “Marketing, com o estudo do comportamento do consumidor; a Computação, com a usabilidade das interfaces gráficas; e a Educação, com os estudos das relações do comportamento com a aprendizagem”, entre outros. Na Ciência da Informação, esse estudo era conhecido como estudo de usuários e, depois, passou a ser chamado de comportamento informacional, em que o ser humano é entendido como alguém com emoções, cognições, socialmente influenciado e pertencente a coletivos. Com o avanço tecnológico, novas versões surgiram, como o estudo do comportamento na web, do consumidor digital, entre outros (SILVA et al., 2011, p. 107).

Ressalte-se, porém, que o comportamento não envolve somente o consumidor ou o usuário, mas também as competências de

quem lhes presta serviço: o profissional. Silva et al. (2011) enunciam que agora esse estudo do comportamento informacional se preocupa menos com o local físico da informação, pois, hoje, quase tudo o que é grande e relevante é guardado “nas nuvens”. A preocupação é com o que se faz e como se faz com tanta informação e tanta tecnologia digital da comunicação e da informação disponível. O comportamento atual envolve um usuário e consumidor que cria junto com o profissional. O profissional não pensa mais o produto ou o serviço ideal, levando em conta apenas seus pressupostos. Agora ele é acionado e se autoprograma para fazer o que o outro lado demanda. Desafios complexos, sobrepostos, agora são oportunidades profissionais (SILVA et al., 2011). No marketing, nas estratégias empresariais e de produção, chama-se isso de cocriação.

Segundo Silva e Marcial (2010, p. 106), “a inteligibilidade da LI se instaura, em pleno, na área do comportamento informacional”. A limitação do processo de literacia trouxe das Ciências da Educação um conceito muito em voga, que é o *long life literacy*¹², que passou a nortear as políticas públicas de combate ao desemprego, de requalificação profissional e de reinclusão no mercado de trabalho. É a nova necessidade de se ter uma postura de comportamento informacional.

¹² Sobre isso ver Satur e Duarte (2020) e Satur (2020).

Para Silva (2008), saber navegar na internet e entender de informática (competência instrumental) não garante que uma pessoa seja competente em informação. A começar que a própria palavra navegar remete a superfície e ao superficial e entender de informática pode ser apenas uma referência ao *hardware*. Na sociedade atual, o indivíduo precisa saber ler e escrever, mediado por computador, o que não significa que tenha competência em informação, porquanto isso também requer competência cognitiva, que envolve a capacidade de análise crítica para saber selecionar, assimilar, usar e enriquecer culturalmente a si e aos outros quando em contato com a informação pretendida.

É certo que a competência não dispensa a habilidade instrumental como algo necessário. Assim, na sociedade atual, as “competências ou habilidades entram na categoria de alfabetizadas digitais, infoincluídas ou de nativos digitais (*Born digital*)” (SILVA, 2008, p. 31). Ainda baseado em Silva (2008), não se deve ignorar o alastramento global que as TDICs têm tido e o fato de terem influenciado o comportamento informacional da sociedade de um modo geral, que exige novas competências técnico-cognitivas. Atualmente, esse comportamento envolve aspectos culturais, éticos, científicos, sociais, econômicos e políticos da informação e seu excesso

em uma perspectiva de ciberespaço ou infosfera¹³. Isso exige mediadores proativos, que aprendam e desenvolvam suas competências durante toda a vida (*long life literacy*¹⁴).

Assim, inspirado no que afirma Silva (2008), também esse livro busca, na parte que apresenta os resultados da pesquisa de campo, demonstrar o quanto os migrantes digitais, especialmente os *Born digitais* (geração net ou nativos digitais) desenvolveram competência em informação e não apenas habilidades técnico-digitais e como está essa brecha digital ou literacia (*gap*).

[...] como o meio ambiente está a globalizar-se, ultrapassando barreiras geográficas através do poder comunicacional de uma língua tendencialmente universal (o inglês): a galáxia da Internet, expressão usada por Manuel Castells como título de um seu livro (CASTELLS, 2004), tanto veicula e faz incidir sobre as pessoas a pluralidade de factores do meio ambiente nacional e internacional, como lhes permite que elas se integrem em contextos organizacionais específicos e desenvolvam aí uma actividade informacional formativa e profissional através do *e-learning* ou do teletrabalho. (SILVA, 2008, p. 36-37)

Silva e Marcial (2010) alertam que a literacia da informação não deve ser confundida com inclusão digital ou com brecha (*gap*, lacuna) digital, porque está além dos padrões e das boas práticas digitais e tecnológicas e se preocupa, criticamente, em caracterizar e

¹³ Sobre ética e também infosfera ler Satur e Silva (2020a; 2020b).

¹⁴ Sobre *long life literacy* ou o estudar/aprender por toda a vida ler Satur (2020).

entender com profundidade as informações. Os autores acrescentam que a competência em informação (literacia da informação) já foi agregada ao Plano de Educação dos EUA em 1994, entidades internacionais já passaram a expressar interesse no assunto e a apontar como necessária no final do Século XX e início do Século XXI, como é o caso da UNESCO, da OCDE e da União Europeia.

O profissional negociador internacional que atua no mercado está desafiado a ser um profissional ético, proativo, fluente em línguas e competente em informação e em tecnologias digitais. Também deve promover a mediação negocial em ambientes interculturais na Era da Informação vigente na Sociedade da Informação e do Conhecimento. Portanto, ele precisa estar envolvido totalmente no que se entende por literacia da informação. Isso também vale para quase todas as profissões que sobreviverão ao século XXI. A menção ao profissional negociador internacional de mercado é por conta de que os resultados da pesquisa que apresentaremos nos próximos capítulos tem a ver com essa profissão.

Segundo Silva (2008, p. 29), competência se aprende e se desenvolve, ser competente é “a capacidade que um indivíduo possui de expressar um juízo de valor sobre algo a respeito do que é versado, e a soma de conhecimentos ou de habilidades que lhe permitem desempenhar algo ou atingir algum objectivo concreto”. Se não for capaz de emitir juízos de valor, baseado em uma soma de

conhecimentos e de habilidades específicas, a função ou tarefa do qual aquele profissional é responsável não acontecerá com a qualidade esperada. Isso vale para as funções em geral e por consequência para a negociação e a mediação. Ainda segundo Silva (2008, p. 29), as competências “são inerentes ao processo de mediação”. Segundo o autor, a Competência em Informação envolve componentes psicológicos e sociais das necessidades que, de forma genérica e imprecisa, também envolvem a motivação e a impulsão pessoal para agir em busca da informação necessária, usá-la e criar a própria informação.

Ainda para Silva (2008), nesse sentido, a informação é um tipo de mediação, porquanto integra a língua e outros códigos essenciais (linguagem máquina, códigos naturais: linguísticos, numéricos, figurativos e cromáticos). São formas sociais de comunicação, interação e mediação:

[...] formas sociais de comunicação ou interacção são, também, mediações, porque permitem, no espaço público, a apropriação singular, pelos seus leitores ou utilizadores em geral, da informação que enforma a cultura colectiva definidora da identidade de um grupo social ou de um país num determinado momento da sua história. [...], a mediação surge através da emergência de uma linguagem, de um sistema de representações comum a toda a sociedade, a toda a cultura, e, ao mesmo tempo, a emergência desse sistema de representação constrói um sistema social, colectivo, de pensamento, de relações, de vida – uma sociabilidade, entendida como o conjunto de condutas, de representações e de práticas pelas quais é reconhecida numa

peessoa a sua pertença a uma sociedade ou que são comuns a todos os que pertencem a uma mesma comunidade. A partir do individual, esse tipo de mediação implica a aparição do social na consciência pessoal e, nessa medida, opera-se a secundarização da individualidade pela inscrição nas estruturas sociais em que cada pessoa se reconhece como pertencente. Deparamos, assim, com o segundo tipo de mediação através da comunicação no espaço social. (SILVA, 2008, p. 28)

Silva (2010, p. 30) ainda define a competência em informação como “o conjunto de competências críticas (cognitivas) dos utilizadores na busca, na avaliação e no uso da informação disponível”. Considerando as circunstâncias atuais isso automaticamente também incluiria a chamada literacia digital, que se refere à competência de usar a internet e as ferramentas digitais na busca, na análise e no uso da informação. Porém, não se descarta considerar necessário mencionar a competência em informação e a também a competência digital.

Já segundo Satur (2017, p. 405), na chamada Sociedade da Informação, “qualquer profissão que tem na informação seu principal recurso e estratégia e que, para atuar, utiliza intensamente as TICs/TDIs como ferramenta, precisa ser um trabalhador do conhecimento e ser competente em informação”.

Isso por que as pessoas exercem complexos papéis de mediadores da informação e da comunicação em tempos de tecnologias digitais. Por exemplo, o ato, em si, de negociar coloca a

mediação em um jogo de relação de informações que envolve¹⁵:

- 1) a informação conhecida *versus* a informação não conhecida por alguns dos participantes da negociação e/ou a assimetria da informação;
- 2) a informação informada *versus* a informação não informada entre os lados da negociação (segredos industriais, patentes, fórmulas, informações estratégicas, etc.);
- 3) a informação no tempo certo e no lugar certo (atualizada ou atrasada, informação adequada para aquela situação, ...);
- 4) a qualidade da informação disponibilizada (nível de perfeição/imperfeição da informação, fonte da informação, robustez do que é informado, confiabilidade, ...);
- 5) comunicação da informação (capacidade de comunicar a informação de forma que ela seja compreendida como se quer que seja compreendida. Isso é ainda mais complexo em ambientes interculturais e multilinguísticos);
- 6) literacia da informação: capacidade cognitiva de acessar, refletir e compreender a informação. Essa é uma situação na qual pode ocorrer, por exemplo, situações de informações ambíguas. Ou seja, baseado na literacia de cada um, acessa a mesma informação, mas, ela pode ser interpretada de forma

¹⁵ Para saber sobre esse tema recomenda-se ler: Satur, Paiva e Duarte (2017).

diferente pelas partes que acessaram ou até ser entendida de forma errada por alguns;

- 7) informação x contrainformação (contrainformação também é uma informação, mas sobre outra perspectiva, complementar, apresenta as informações até então ocultas ou serve como um contraponto a informação até então apresentada);
- 8) mentiras, também remasterizadas contemporaneamente por *fakenews* ou pós-verdades, que são intencionalmente comunicadas para confundir, embaralhar ou desacreditar a informação que deveria ser comunicada. Mas é importante não considerar tudo que se diz que é *fakenews* ou pós-verdade como de fato sendo mentiras. Virou modismo intitular tudo de *fakenews* se estiver em desacordo com o ponto de vista do lado em questão;
- 9) desinformação ou desconhecimento: ato de ainda não ter sido informado ou não ter entendido (não saber) sobre algo;
- 10) utopia da informação: algo desejável que fosse assim (ideal) em termos de informação, mas difícil de ser alcançado (exemplo: informação perfeita x informação imperfeita)¹⁶.

Por essa razão é que se diz que é difícil ter acesso à informação

¹⁶ No artigo Satur, Paiva e Duarte (2017) as questões pertinentes a informação imperfeita são mais amplamente discutidas.

perfeita (ideal, mas utópica) e que, normalmente, a informação de que dispomos é imperfeita em algum ponto e pode ser ambígua, incompleta ou assimétrica. Assim, acabamos lidando com um nível satisfatório de informações que dificilmente serão perfeitas ou completas (SATUR, PAIVA, DUARTE, 2017).

Por essa razão, inclusive, entende-se que a pessoa quanto mais competente em informação for, mais capacidade terá de reduzir a assimetria, a imperfeição e a ambiguidade da informação, melhorando ao máximo os níveis satisfatórios de informação.

Quanto aos níveis de Competências em Informação, relacionados à educação e às profissões, têm exigências diferentes em momentos diferentes:

- 1) antes de o indivíduo ingressar no ensino superior, é exigido um tipo de competência;
- 2) durante o período em que ele estiver no ensino superior e no final, a competência exigida é mais complexa do que a anterior e, em alguns pontos, até distinta; e
- 3) no exercício profissional, depois de sua formação, as competências exigidas normalmente incluem as anteriores, todavia, tendem a ser mais complexas porque, certamente, serão feitas novas exigências no decorrer do exercício profissional.

Isso evidencia que a aprendizagem agora é para toda a vida e é a capacidade em literacia da informação que permitirá a atualização constante.

[...] está relacionada ao processo de aprendizagem em adquirir competências e habilidades diretamente conectadas com a criação, pesquisa, organização, armazenamento, difusão, transmissão e transformação de informação ou conhecimento; [...] é um tópico fundamental dentro do comportamento informacional, [...] presume uma intersecção interdisciplinar natural e fértil com Ciências da Educação, Psicologia Cognitiva e Neurociências (SILVA; MARCIAL, 2008, p. 36)

Silva e Marcial (2008) asseveram que a Competência em Informação desenvolvida pelo aluno no ensino médio é que determinará seu comportamento em informação no ensino superior. Se ele aprendeu a buscar e usar informações de forma interpretada e crítica, desde o ensino médio, assim o fará na Universidade. Contudo, se ainda não tiver esse comportamento, poderá, por exemplo, no ensino superior, não praticar a análise e terá problemas de aprendizagem. Por isso, é sobremaneira importante que, desde jovem, procure desenvolver as competências em informação. Para isso, precisa ser motivado a buscar e a analisar criticamente a informação, a aprender sempre. “Acreditamos que motivação define necessidades de informação. Motivação será determinada pela forma de vida, aspirações, influência familiar e outros aspectos que moldam o

contexto do estudante” (SILVA; MARCIAL, 2008, p. 38).

Como os resultados apresentados a seguir referem-se diretamente a pesquisa junto aos jovens universitários e como ele está se preparando para o mercado, um dos pontos relevantes da pesquisa, além dos conhecimentos tradicionais, - no caso a profissão do negociador internacional, área potencial para esse futuro profissional pesquisa ocupar, - é saber se ele já tem indicativos de ser competente em informação digital e se já está consciente que o que está aprendendo na Universidade é apenas o começo, que o aprendizado é por toda a vida. Assim tenta-se alcançar o que segue:

Nessa perspectiva de competência está atrelado a necessidade e recomendação de que o profissional negociador internacional seja ético, mediador dinâmico e proativo para negociar em contextos internacionais e multiculturais, fluente em língua estrangeira, tenha base de conhecimento consolidada, adepto de TICs/TDIs e trabalhador do conhecimento competente em informação para atuar na Sociedade da Informação. (SATUR, 2017, p. 405)

Vamos, portanto, entender o método e depois ver a pesquisa em questão.

2

COMPETÊNCIA, MODELO E MÉTODO

A pesquisa que gerou os resultados que seguem, em termos do universo e da amostra, ouviu, por meio de questionário, os estudantes de cursos com potencial para formar negociadores internacionais em Portugal e no Brasil, especialmente levando em conta o perfil dos Cursos apontados pela pesquisa de Satur (2017) e também apresentadas em Satur e Duarte (2020). Por questões de conveniência foram aplicados questionário aos alunos de Economia, Administração, Relações Internacionais e Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais na UFPB (Brasil), e aos alunos das mesmas áreas ou áreas afins nas Universidades do Porto, de Aveiro e de Braga, em Portugal. Inclui-se aqui cursos como Gestão, Estudos Culturais, Relações Internacionais, Línguas e Relações Internacionais, Línguas e Relações Empresariais, Línguas Aplicadas, Marketing, dentre outros. Evidente que foram aplicados os questionários aos Cursos, que através de suas Coordenações e/ou Direções permitiram e viabilizaram a

aplicação destes. Portanto, quando se fala em determinado Curso que há em uma ou mais Universidades mencionadas não significa que ele fora aplicado em todas elas, mas sim em quem autorizou em tempo hábil. Inclusive, até por essa razão, nem todos os cursos desejados aparecem na pesquisa, mas os que foram possíveis, na condição apresentada. Já outros Cursos, embora apontados na pesquisa de Satur (2017) como muito relevantes (por exemplo bacharelado e tecnólogo em Comércio Exterior), não foram pesquisados por não existirem com essa denominação nas universidades pesquisadas. Todavia, o quantitativo apurado foi significativo e relevante para a pesquisa. O estudo é qualiquantitativo e envolve pesquisa de campo.

Quanto ao uso de modelo para elaborar o questionário, sabe-se que embora os modelos sejam importantes instrumentos de pesquisa, a apuração e a observação não são definitivas, únicas e determinantes, mas relevantes, úteis e nos aproximam mais da realidade. Como afirmam Silva e Marcial (2010), não se pode imaginar que problemas de Literacia da Informação se resolvam com um conjunto de receitas. Todavia, os modelos podem ajudar a dar indicativos. E modelos existem para serem testados e aprimorados. Podem e devem evoluir e aprimorar. O mesmo vale para a literacia da informação, como afirmam Alves e Alcará (2014, p. 97): “a competência em informação é um termo vivo e em contínua evolução”.

Vitorino (2016, p. 421) refere que

[...] há um movimento e uma convergência para analisar a competência em informação como uma área multidimensional e, por esse motivo, investigações que se realizarem sobre essa temática, precisam considerar a análise dimensional. [...] o desenvolvimento da competência em informação pode ocorrer por um repertório de conteúdos relacionados e a partir da análise e compreensão das dimensões nela observadas.

Na pesquisa que gerou os resultados apresentados, usou-se o modelo de Satur (2017).

2.1 O modelo utilizado na pesquisa

Nesse novo contexto da Sociedade da Informação e do Conhecimento, os profissionais precisam estar mais bem qualificados e atualizados sobre o contexto diário, portanto, incluídos informacionalmente. Como afirmam Silva e Marcial (2010), a maioria dos jovens que hoje estão no ensino superior já estudaram mais do que seus pais, sabem mais de tecnologia do que eles, têm computador e internet em casa e sabem buscar mais rapidamente a informação. Porém, isso não garante que terão melhores empregos com maiores salários do que seus pais. É que, atualmente, a sociedade exige mais atributos do que exigia na época dos pais e os espaços profissionais

estão mais concorridos e qualificados.

O modelo escolhido e aplicado na pesquisa de campo é o de Satur (2017) e embora não desenvolvido levando em conta diretamente o que segue, mostra coerência com Badim (2011) e Dudziak (2001), pois este aponta "o desenvolvimento da competência em informação com o processo de aquisição de conhecimentos e habilidades em diferentes contextos ao longo da vida, representado por três concepções, caracterizadas como categorias de análise". Estes são os que seguem:

1. *Informação, com ênfase nas tecnologias*, envolvendo as habilidades de operação e comunicação por meio de computadores, a compreensão do funcionamento de equipamentos, programas e aplicações e ainda a produção, organização, disseminação e acesso de forma automatizada com vistas a resolver problemas por meio do uso da tecnologia;
2. *Conhecimento, com ênfase nos processos cognitivos*, em que ocorre o processo de busca da informação para a construção do conhecimento;
3. *Inteligência, com ênfase no aprendizado ao longo da vida*, que engloba não só conhecimentos e habilidades como também a noção de valores atrelada à dimensão social do indivíduo, como ética, autonomia, responsabilidade, criatividade, pensamento crítico, "aprender a aprender" com ênfase no cidadão como ser social. (FURTADO, BERTULOZO; VITORIANO, 2019, p. 85)

Essa lógica sequencial em muito se aproxima do modelo desenvolvido por Satur (2017), que aponta primeiro a base do conhecimento, passando pelas tecnologias da informação e

comunicação, especialmente as digitais e as tecnologias a serviço da logística, seguindo pelo acesso e uso da informação e finalizando em uso com sabedoria, que envolve o aprender por toda vida, o uso da ética¹⁷, o transformar o conhecimento em novas informações criando algo novo, o compartilhar e ensinar o que sabe a outros, dentre outros.

O modelo de Satur (2017) respeita também o que aponta Capurro sobre a diversidade cultural e a cultura digital. Pois, segundo o autor, praticamente em todas as culturas diversificadas surge um novo comportamento que se sobrepõem a estas e as rearranja sem as descartá-las: essa nova cultura, o autor chama de cultura digital.

[...] cada cultura tiene cualidades únicas [...] singularidades históricas así como también geográficas, lingüísticas, étnicas, etc. Es necesario pensar sobre la manera en que las tecnologías, que son siempre opciones para estructurar formas de vida pueden ser concebidas dentro de dichos condicionamientos ¿en qué medida van a cambiarlos? ¿a qué costo social? ¿con qué ventajas y para quién? y ¿cómo se vá a repercutir en las relaciones con otras culturas? (CAPURRO, 2009, p. 53)

O modelo de Satur (2017)¹⁸ é adequado para o paradigma pós-custodial, informacional e científico. É um modelo aberto, que se baseia em dimensões, prevê *feedback* permanente, recebe e devolve

¹⁷ Sobre ética ler Satur e Silva (2020b).

¹⁸ Para saber mais detalhadamente o modelo de Satur (2017), ler Satur e Duarte (2020).

para o externo o que ocorre no interno. Assim, pressupõe que interno e externo estão interligados e se autoinfluenciam e retroalimentam. Isso denota um conjunto de habilidades que os profissionais devem ter, mas que não inibe sua liberdade criativa.

Esse modelo **tem quatro dimensões**, a saber: a **dimensão 1**, que inclui a

[...] formação de base pessoal do conhecimento. Essa primeira dimensão de formação básica se consegue por meio da interação com outras pessoas, da busca pessoal, fazendo cursos, treinamentos e outros meios de aprendizagem. Por isso o próprio negociador que sai da sociedade receberá dessa sociedade informações, conhecimentos, influências e valores que influem em sua conduta e na formação de sua base. Ajudarão muito, nesse sentido, dois pilares oriundos dessa sociedade: (1) o conhecimento social já acumulado (que se aprende na escola ou que está disponível a todos) e que é compartilhado e (2) o mercado, que indica o que o profissional precisa saber, as tendências, as necessidades de atuar, o que falta, que conhecimento e informação farão a diferença e em que espaço a pessoa poderá atuar, a depender da Competência em Informação que desenvolverá. Esse conhecimento pode ser adquirido por meio do método tradicional, nas instituições de ensino, fazendo cursos graduação, pós-graduação, extensão e afins; ou aprendendo com outras pessoas que já sabem (relação mestre-discípulo), na prática, observando como se faz, ouvindo explicações ou por iniciativa própria, pesquisando, buscando e estudando (SATUR, 2017, p. 394).

A dimensão 2, contempla o

[...] acesso e o uso de tecnologias e vem como uma etapa

seguinte da dimensão 1, embora se saiba que muitas coisas acontecem concomitantemente. [...]. Admite-se que, quando o negociador internacional já tiver desenvolvido a base do conhecimento pessoal, se ele aprender a acessar e souber usar as tecnologias, será mais competente em informação. Mas, considerando que se vive na atual Sociedade da Informação, em que cada vez chegam mais jovens ao mercado que são considerados nativos digitais, é pertinente admitir que aprenderão a usar as tecnologias da informação concomitantemente (ou até antes) de formar sua base pessoal de conhecimento. Mas essa base está colocada antes, pois ela é mais relevante do que a tecnologia em si, pensando na perspectiva profissional e intelectual do indivíduo. Ou seja, apesar de todos os méritos que a tecnologia tem, ela segue sendo o meio e a ferramenta para se chegar à informação e ao conhecimento, e não, o contrário. Por essa razão, a dimensão 2, que envolve o acesso e o uso de tecnologias, está assentada na base pessoal de conhecimento e não está isolada, mas interligada, e interage e se complementa (SATUR, 2017, p. 395-396).

A dimensão 3 envolve a

[...] competência em acessar e usar as informações. Nesse sentido, envolve questões de percepção de necessidade de alguma informação por parte do negociador, a identificação do que precisa e a deflagração da busca em fontes adequadas. Pode envolver desde a pesquisa, para ajudar a ampliar seu conhecimento pessoal, até a pesquisa de mercado ou de marketing. Posteriormente, envolve a habilidade de saber selecionar e descartar os excessos e analisar as informações, usá-las da forma adequada e no momento certo e encontrar formas mais práticas de armazená-las (SATUR, 2017, p. 396).

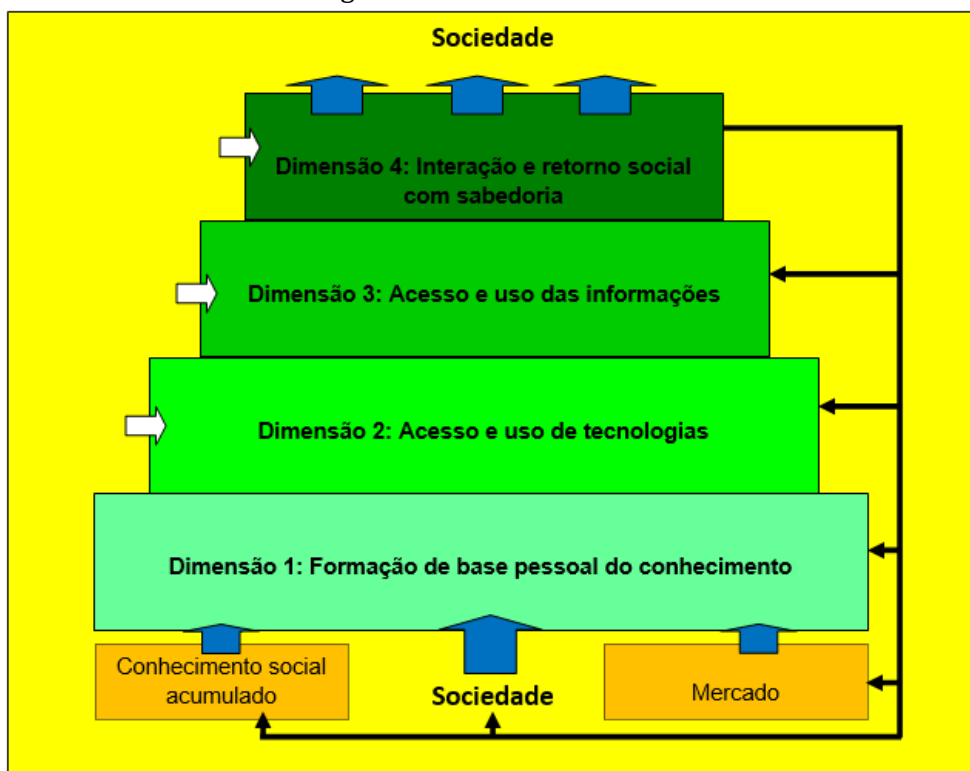
A dimensão 4 inclui

[...] a interação e o retorno social com sabedoria, a transformação da informação em novos conhecimentos, a criação e a inovação. O negociador deve ser competente em informação e um profissional da informação e usar a Gestão da Informação e do Conhecimento não só para seu benefício, mas também de todos os envolvidos e a sociedade. Deve atuar sempre com profissionalismo, ética e humildade, ter cuidado de aprender sempre, ser solidário e socializar com os outros o que sabe, para devolver à sociedade novos conhecimentos e transformar pessoas para se tornarem melhores; formar e preparar bem novos profissionais para nela atuarem; usar a informação e o conhecimento para o bem das pessoas; adequar-se às realidades culturais diversas e usar bem a informação; valorizar o outro, tanto na perspectiva profissional, quanto na organizacional, na familiar e nos demais contextos da sociedade (SATUR, 2017, p. 399).

Com todas essas dimensões contempladas, o modelo de Satur (2017) admite que, embora o profissional deva ser competente e dinâmico, ele é um ser humano, com suas limitações, problemas e sentimentos, que tem questões pessoais, familiares e de convívio coletivo e social também muito relevantes, que influenciam sua atuação, e precisam estar harmonizados para que o desempenhe plenamente sua competência, pois é ilusório que o ser humano consiga separar totalmente a questão profissional da questão pessoal, familiar, social, cultural, etc. Por essa razão, na quantificação dos indicadores, admite o valor ideal (máximo) e o valor aceitável que não necessariamente precisa ser o máximo. Admite, ainda, que a competência do profissional não é única e definitiva, portanto, precisa estar em constante *feedback*, retroalimentação e atualização. Assim, a

Competência em Informação é vista de uma forma mais ampla e humana, embora seja complexa e dinâmica.

Figura 1 - Modelo de Competência em Informação de Satur (2017) para negociadores internacionais



Fonte: Satur (2017); Satur e Duarte (2020).

Para o desenvolvimento das perguntas do questionário, foram utilizados os indicadores das dimensões e subdimensões do Modelo de Competência em Informação de Satur (2017), que se encontra no

anexo.

2.2 Amostra e forma de operacionalização da pesquisa

A seguir, detalha-se como se obteve a amostra da pesquisa que gerou os resultados apresentados nos próximos capítulos.

2.2.1 População e amostra

O questionário foi aplicado em 2018/2019 para os alunos da UFPB no Brasil e outras três Universidades em Portugal. Fez-se a classificação entre alunos iniciantes, intermediários e concluintes de cada Curso. Envolveu alunos de Economia, Administração, Relações Internacionais e Línguas Estrangeiras Aplicadas as Negociações Internacionais no Brasil, totalizando 237 questionários respondidos e validados.

Em Portugal, procurou-se todos os cursos possíveis e afins, assim foi possível aplicar o questionário nos cursos de Gestão, Marketing, Relações Internacionais, Economia, Línguas Aplicadas,

Línguas e Relações Internacionais, Línguas e Relações Empresariais e Estudos Culturais, nas Universidades do Minho (Braga), de Aveiro e do Porto. Observa-se que nem todos os Cursos com essa nomenclatura permitiram aplicar o inquérito em todas as universidades mencionadas. Em alguns cursos, como no de Relações Internacionais, apenas foi possível aplicar para os alunos iniciantes, o que comprometeu em parte o resultado daquele curso, por não ser possível observar a evolução. Alguns cursos não estavam inicialmente entre os autorizados, mas acabaram tendo questionários respondidos pelo fato dos questionários serem aplicados em momentos que haviam disciplinas compartilhadas com alunos de vários cursos. Assim, se o curso era afim foi também destacado, já se não era curso afim foi colocado nos resultados como "outros cursos". Ao total, foram validados 406 questionários respondidos por alunos em Portugal.

Somados os alunos que responderam os questionários no Brasil e em Portugal há um total da amostra de 643 respondentes.

2.2.2 Forma de elaboração e aplicação do inquérito (questionário)

O questionário foi elaborado a partir das dimensões e subdimensões do modelo de Satur (2017). Para a aplicação, optou-se

pelo formato físico (impresso) pela maior eficiência da ação direta da aplicação, sendo feita em sala de aula. Primeiro, aplicou-se o questionário no Brasil, depois em Portugal. Para a aplicação em Portugal, fez-se alguns ajustes, levando em conta que o nome dos cursos era diferente, envolveu três Universidades, era grande a presença de alunos estrangeiros (optou-se por aferir também a nacionalidade) e alguns termos e frases precisaram ser mudados para se adequarem ao português de Portugal¹⁹. O inquérito (questionário) que se encontra no apêndice é esse de Portugal.

A escala vai numa sequência crescente de 1 até o 7 em que o 7 é o ideal, o máximo possível e o 1 é mínimo possível ou equivale a nada. Tudo que faltar para se chegar ao 7 é o *gap* em relação ao ideal. Todavia cabe ressaltar que esse modelo também considera um valor aceitável que não necessariamente é o 7. Então nesse caso o *gap* em relação ao aceitável pode ser menor que o *gap* em relação ao ideal. Para calcular o valor aceitável usa-se o critério de pedir que *experts* da área indiquem qual é o valor aceitável.

Importante ressaltar que esses dados representam a opinião do aluno pesquisado, como ele se sente naquele momento da pesquisa em

¹⁹ Nesse sentido, colaborou o professor Armando Malheiro da Silva e a Mestre e Técnica Superior da Faculdade de Letras do Porto (FLUP), que está ligada a Gestão de Informação, Raquel Maria Noivo da Graça. Ambos são portugueses. Foi lido o questionário e sugerido mudanças em algumas palavras e expressões presentes no questionário para ficar melhor compreendido em Portugal. Nossos agradecimentos, especialmente a Raquel pela rica e minuciosa contribuição.

cada item onde ele faz uma escolha que vai do 1 (nada, insignificante, etc) até 7 (máximo, ótimo, pleno, etc). Portanto reflete uma opinião do estudante sobre ele mesmo e não se trata de uma prova de aferição de conhecimento em cada indicador avaliado.

2.2.3 Tratamento e análise

Os dados, após apurados, foram lançados em planilha e a partir disso foram tratados e analisados e estão apresentados a seguir.

3

RESULTADOS DA PESQUISA NO BRASIL

Como já afirmado, no Brasil a amostra foi obtida junto a Universidade Federal da Paraíba, alcançando alunos de quatro cursos: Economia, Relações Internacionais, Administração e Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais. A seguir algumas caracterizações da amostra obtida na pesquisa.

Tabela 1: Síntese da pesquisa dos alunos no Brasil²⁰

Curso	Respondentes	% do todo	Feminino	% do Curso	Masculino	% do Curso	NR	% do Curso
LEA	65	27,4%	43	66,2%	21	32,3%	1	1,5%
RI	69	29,1%	42	60,9%	27	39,1%	0	0,0%
ADM	59	24,9%	35	59,3%	24	40,7%	0	0,0%
ECON	44	18,6%	21	47,7%	23	52,3%	0	0,0%
Totais	237	100,0%	141	59,5%	95	40,1%	1	0,4%

* NR = Não Respondeu

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Abreviações dos Cursos de Graduação: LEA = Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais; RI = Relações Internacionais; ADM = Administração; ECON = Economia.

²⁰ Agradecimento especial aos Coordenadores dos Cursos da UFPB que autorizaram que os questionários fossem aplicados em sala de aula e aos professores que permitiram que parte de sua aula fosse utilizada para esse fim.

Dentre os destaques pode-se dizer que, com exceção do Curso de Economia, prevalece como estudantes, em quantidade, o sexo feminino sobre o sexo masculino: média geral de 60% feminino e 40% masculino. Evidencia que as mulheres ocuparam seu espaço em cursos na área de negócios.

A próxima etapa demonstra os resultados obtidos junto a esses alunos, levando em conta cada uma das quatro dimensões de competência em informação do modelo de Satur (2017).

3.1 Dimensão 1: formação da base pessoal de conhecimento

Nessa dimensão se verifica se a informação incorporada pelo indivíduo durante a sua vida em sociedade, na família, no mercado e na escola (incluindo o curso universitário que cursam) lhe deu uma formação base de conhecimento pessoal que forma a base fundamental para qualquer pessoa que busca, um dia, ser profissional em qualquer área.

3.1.1 Nível de conhecimento que formam a base do conhecimento pessoal e profissional por Curso pesquisado no Brasil

Considerando que a opção dos estudantes foi a de marcar no questionário o quanto sentiam estar seu nível de conhecimento em cada um dos pontos, numa escala de 1 a 7, a média das respostas gerou os seguintes resultados expressos na tabela seguinte.

Nos resultados gerais da amostra, percebe-se que em todos os assuntos houve crescimento quando comparado o aluno inicial, com o aluno intermediário e o aluno final dos Cursos.

É preciso observar também no *gap* geral os indicadores de *Técnicas e Táticas de Negociação*, que apresentam o maior *gap* médio geral (4,1), seguido de outros indicadores como: *Rotinas Operacionais de Comércio Exterior* (Sistemática de Importação e Exportação); *Outras Línguas Estrangeiras* (além do Inglês) e; *Direito, Legislação e Aduana* (rotinas burocráticas e trâmites aduaneiros) que resultaram em *gap* de 3,9; *conhecimentos quantitativos em Matemática e Estatística*, com *gap* de 3,8; *Contabilidade, Custos e Cálculo de Formação de Preço* (com *gap* de 3,7); *Saber Usar a Informação ao Negociar* (3,6). Esses indicadores chamam atenção, pois todos têm *gap* superior ao desempenho.

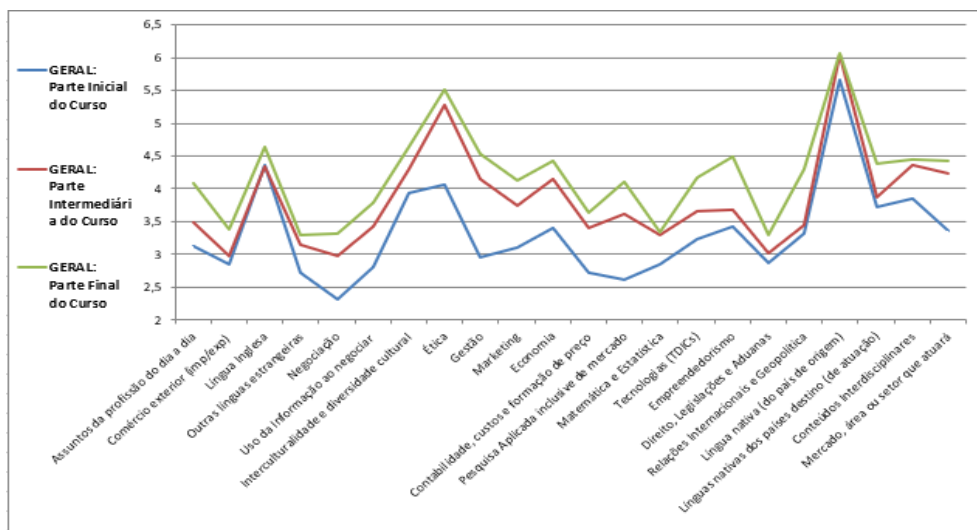
Tabela 2: Conhecimento de base pessoal dos alunos brasileiros

CURSO	SITUAÇÃO:	Assuntos da profissão do dia a dia	Comércio exterior (imp./exp.)	Língua Inglesa	Outras línguas estrangeiras	Negociação	Uso da Informação ao negociar	Interculturalidade e diversidade cultural	Ética	Gestão	Marketing	Economia	Contabilidade, custos e formação de preço	Pesquisa Aplicada, inclusive de mercado	Matemática e Estatística	Tecnologias (TDICs)	Empreendedorismo	Direito, Legislações e Aduanas	Relações Internacionais e Geopolítica	Língua nativa (do país de origem)	Línguas nativas dos países destino (de atuação)	Conteúdos Interdisciplinares	Mercado, área ou setor que atuará
	Curso																						
LEA	Inicial	3,0	3,0	4,7	3,0	2,5	2,8	3,4	3,9	3,0	3,3	3,2	2,5	2,7	3,0	3,9	3,4	2,8	3,3	5,5	4,0	3,7	3,4
LEA	Intermediária	3,7	3,2	5,1	3,9	2,9	3,2	5,0	5,2	3,8	3,3	3,8	3,4	2,9	2,5	3,2	3,3	3,0	3,0	6,1	4,3	4,5	4,0
LEA	Final	4,1	3,5	5,3	4,9	4,3	4,5	5,6	5,6	4,2	4,6	4,4	4,0	3,8	2,7	4,4	3,9	3,7	4,1	5,9	5,0	4,8	4,5
LEA	MÉDIA	3,6	3,2	5,0	3,9	3,2	3,4	4,6	4,8	3,6	3,7	3,8	3,2	3,1	2,7	3,8	3,5	3,1	3,4	5,8	4,4	4,3	3,9
LEA	GAP	3,4	3,8	2,0	3,1	3,8	3,6	2,4	2,2	3,4	3,3	3,2	3,8	3,9	4,3	3,2	3,5	3,9	3,6	1,2	2,6	2,7	3,1
RI	Inicial	2,5	2,6	5,1	3,3	2,0	2,4	4,3	4,2	2,3	2,6	2,7	2,4	2,1	2,7	2,5	3,0	3,3	4,4	6,2	4,5	4,1	3,2
RI	Intermediária	3,3	3,0	4,9	3,7	2,6	3,8	4,6	5,1	3,8	3,7	4,2	2,8	3,2	2,5	3,5	3,7	3,3	5,8	6,1	4,4	4,5	4,3
RI	Final	4,1	4,1	6,0	4,1	3,0	3,6	5,2	5,8	3,8	3,2	4,3	2,5	3,8	2,3	4,1	4,2	3,1	6,0	6,6	4,9	4,8	4,0
RI	MÉDIA	3,3	3,3	5,4	3,7	2,5	3,2	4,7	5,0	3,2	3,1	3,7	2,5	3,0	2,5	3,4	3,6	3,2	5,3	6,4	4,6	4,5	3,8
RI	GAP	3,7	3,7	1,6	3,3	4,5	3,8	2,3	2,0	3,8	3,9	3,3	4,5	4,0	4,5	3,6	3,4	3,8	1,7	0,6	2,4	2,5	3,2
ADM	Inicial	3,6	2,7	3,8	2,2	2,6	3,2	4,0	3,9	3,5	3,6	3,8	2,7	2,7	2,6	3,2	4,1	2,6	2,2	5,5	2,7	3,7	3,3
ADM	Intermediária	3,7	2,6	2,9	2,0	3,7	3,9	3,5	5,5	5,1	4,3	3,3	3,1	4,3	4,1	4,1	3,9	3,1	2,5	5,7	2,6	4,3	4,3
ADM	Final	4,6	2,6	3,4	2,2	3,5	4,2	3,9	5,6	5,8	5,2	4,1	4,2	4,8	4,0	4,2	5,6	3,2	2,8	5,9	3,8	4,2	5,0
ADM	MÉDIA	4,1	2,6	3,4	2,1	3,3	3,8	3,8	5,1	4,8	4,5	3,8	3,4	4,0	3,6	3,8	4,7	2,9	2,5	5,7	3,2	4,1	4,3
ADM	GAP	2,9	4,4	3,6	4,9	3,7	3,2	3,2	1,9	2,2	2,5	3,2	3,6	3,0	3,4	3,2	2,3	4,1	4,5	1,3	3,8	2,9	2,7
ECON	Inicial	3,8	3,4	3,1	1,9	2,3	3,1	4,0	4,4	3,5	3,0	4,5	3,6	3,3	3,2	3,5	3,5	2,5	2,8	5,2	3,2	3,8	3,8
ECON	Intermediária	3,1	2,9	4,1	2,6	2,7	2,9	3,6	5,3	4,1	3,9	5,6	4,5	4,5	4,5	4,1	4,0	2,7	2,8	6,1	4,1	4,1	4,4
ECON	Final	3,4	3,3	3,5	1,8	2,4	2,8	3,6	4,9	4,3	3,5	5,3	4,4	4,1	4,8	4,1	4,2	3,4	3,9	5,6	3,6	3,8	4,3
ECON	MÉDIA	3,4	3,2	3,6	2,1	2,5	2,9	3,8	4,9	4,0	3,5	5,1	4,2	4,0	4,2	3,9	3,9	2,9	3,2	5,6	3,6	3,9	4,2
ECON	GAP	3,6	3,8	3,4	4,9	4,5	4,1	3,3	2,1	3,0	3,5	1,9	2,8	3,0	2,8	3,1	3,1	4,1	3,8	1,4	3,4	3,1	2,8
GERAL	Inicial	3,1	2,9	4,4	2,7	2,3	2,8	3,9	4,1	3,0	3,1	3,4	2,7	2,6	2,8	3,2	3,4	2,9	3,3	5,7	3,7	3,9	3,4
GERAL	Intermediária	3,5	3,0	4,3	3,2	3,0	3,4	4,3	5,3	4,2	3,7	4,2	3,4	3,6	3,3	3,7	3,7	3,0	3,5	6,0	3,9	4,4	4,2
GERAL	Final	4,1	3,4	4,6	3,3	3,3	3,8	4,6	5,5	4,5	4,1	4,4	3,6	4,1	3,3	4,2	4,5	3,3	4,3	6,1	4,4	4,5	4,4
GERAL	MÉDIA	3,6	3,1	4,5	3,1	2,9	3,4	4,3	5,0	3,9	3,7	4,0	3,3	3,5	3,2	3,7	3,9	3,1	3,7	5,9	4,0	4,2	4,0
GERAL	GAP	3,4	3,9	2,5	3,9	4,1	3,6	2,7	2,0	3,1	3,3	3,0	3,7	3,5	3,8	3,3	3,1	3,9	3,3	1,1	3,0	2,8	3,0

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Evidente que por ser uma percepção própria está relacionado a uma autoavaliação e autocrítica e não foi medido ou mensurado mediante provas de conhecimento. Todavia é relevante e deve ser considerado, pois, é esse o sentimento do alunado em questão.

Gráfico 1: Desempenho geral por indicador dos universitários brasileiros: iniciantes, intermediários e concluintes



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico anterior pode-se observar que em todos os assuntos a linha azul é a mais baixa (se refere aos alunos ingressantes) a linha vermelha é a intermediária (refere-se aos alunos que estão na metade do curso) e a linha verde está acima das anteriores (refere-se aos

alunos concluintes). Isso evidencia que há avanços em todas as áreas em cada indicador no decorrer dos Cursos. Que embora isso não fique muitas vezes perceptível se detalhado por Curso, na média geral isso fica evidente. Os indicadores nos quais o desempenho ficou mais baixo (observando especialmente a linha verde, que trata dos formandos) são as áreas que precisam de atenção maior por parte dos Cursos. Nos indicadores em que a linha verde ficou mais alta está significa que nessa área os alunos acreditam que tem maior segurança e domínio.

Agora vamos detalhar esse desempenho Curso por Curso.

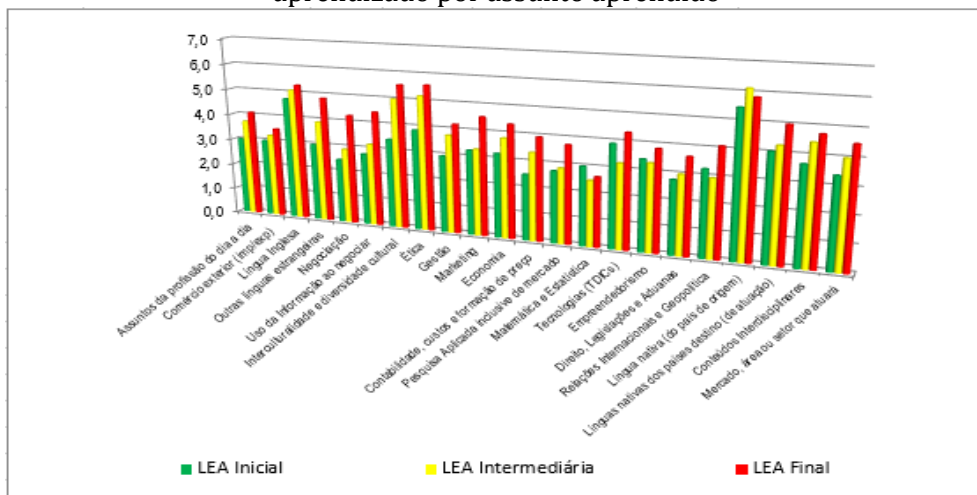
A) Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (Brasil)

No Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais os resultados estão expostos no Gráfico seguinte.

Percebe-se nesses estudantes um ganho de conhecimento ao longo do Curso em praticamente todas as áreas. Como não foi ouvido a mesma pessoa em diferentes momentos do seu curso e sim pessoas em períodos diferentes e que foram comparados, pode ter acontecido que o aluno, à medida que avança no Curso aumenta seu senso crítico de que "nada ou pouco sei" e tende a colocar pontuações um pouco mais abaixo. Todavia, percebe-se que os estudantes, inclusive os formandos,

estão conscientes que a universidade os faz crescerem, mas ela não resolverá todos os "gaps" da vida profissional e eles saem conscientes que deverão continuar aprendendo para reduzirem suas inseguranças nas respectivas áreas de atuação.

Gráfico 2: Percepção dos estudantes de LEA-NI no Brasil quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Observando a situação dos formandos, que representam como os profissionais estão saindo das universidades para o mercado de trabalho, percebe-se que no LEA-NI apenas os níveis de conhecimentos em *Língua Nativa do país de origem* (5,9), *Interculturalidade e Diversidade Cultural* (5,6), *Ética* (5,6), *Língua Inglesa* (5,3), *Língua*

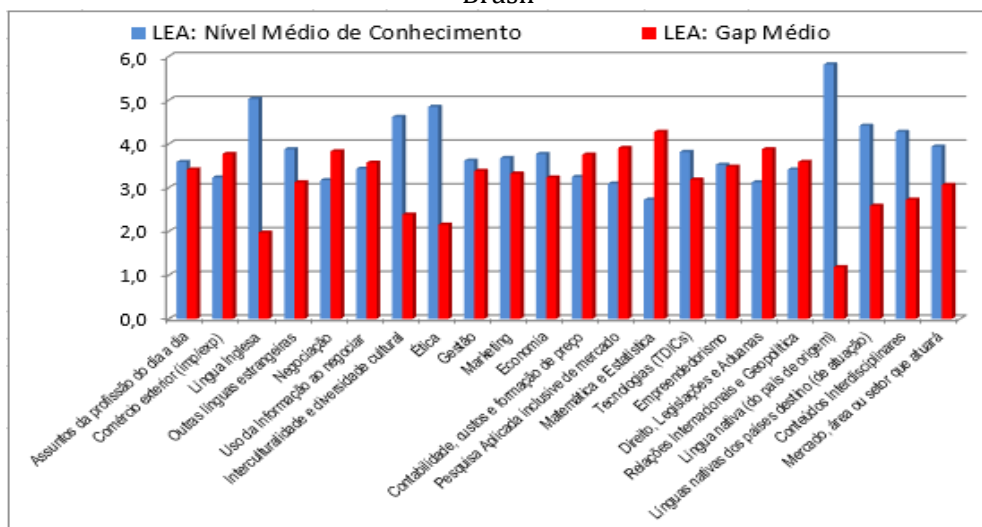
Nativa do país no qual pretendem mais atuar (5,0), *Outras Línguas Estrangeiras* (4,9) e *Conteúdos Interdisciplinares* (4,8), apresentaram *gaps* próximos a 2 (dois) ou menos. Relembrando que *gap* é o valor que falta para a plenitude (7).

Matemática e Estatística (2,7) foram os que apresentaram o maior *gap* (4,3). Outra área que, apesar de haver crescimento, os alunos ainda consideram que sabem pouco é *Comércio Exterior* (3,5). Isso se justifica por que essa área não era oferecida com disciplinas no Curso e os alunos percebiam que depois de formados era a área com mais espaço de atuação profissional. Isso, em parte, foi corrigido e o Currículo do Curso a partir de 2017 passou a contemplar a oferta de disciplinas de Comércio Exterior. Também demandam atenção *Direito, Legislação e Aduana* (3,7) com *gap* de 3,3, *Pesquisa Aplicada, incluso a Pesquisa de Mercado* (3,8) com *gap* de 3,2. E ainda *Empreendedorismo* (3,9) com *gap* de 3,1.

O interessante é que os alunos não apontaram nenhuma área como plenamente sanada (próxima a 7) o que demonstra sua visão crítica para sua própria aprendizagem, fato que os incomoda e os fará buscar sanar tais inquietudes. Cabe ao Curso fazer a autocrítica e ver o que pode ser feito para os *gaps* diversos serem reduzidos. Evidente que as áreas nas quais o *gap* é menor o reforço é menos relevante (sem deixar de ser relevante) e todas as demais áreas, se consideradas

imprescindíveis ao Curso, caberia se oferecer oficinas de reforço e outras formas de ganhos de aprendizagem.

Gráfico 3: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos LEA-NI, no Brasil



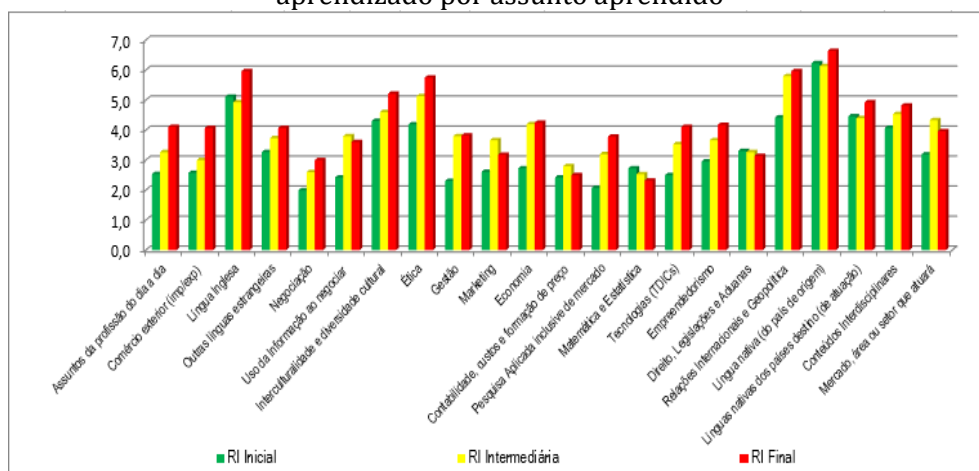
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O gráfico com as médias confirma a análise anterior e permite mais algumas observações. Os alunos ingressantes entram inseguros, sem saber sobre os *Temas do Operacional (do dia a dia, rotinas) da Profissão* e sobre *Negociação*, no decorrer do Curso isso se resolve em grande parte a ponto desses dois temas não aparecerem com *gaps* tão elevados como aparecem na média quando se observa os formandos.

B) Relações Internacionais (Brasil)

No gráfico a seguir mostra-se a evolução percebida dos alunos de Relações Internacionais comparando os alunos iniciantes com os intermediários e os concluintes para verificar se é perceptível o ganho ao longo do Curso.

Gráfico 4: Percepção dos estudantes de RI (Brasil) quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Todavia, há de se ressaltar que na quase totalidade das amostras conseguidas junto ao Curso (e que se repete nos demais cursos) o número de alunos iniciantes respondentes geralmente é maior que os intermediários e que, por sua vez, é maior que o número de concluintes

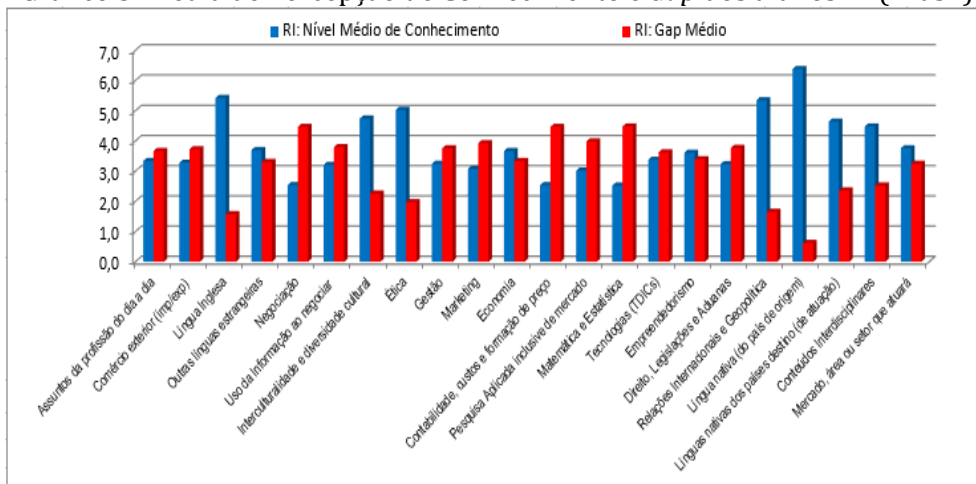
respondentes. Isso por que à medida que as turmas avançam para os próximos semestres elas vão ficando menores. Assim, algumas amostras de concluintes, talvez por serem pequenas, podem não refletir exatamente a amostra do todo dos concluintes. Mas essa é uma realidade a enfrentar, é o que se tem e precisa-se lidar com ela. Assim a evolução pode ser um indicativo, mas não deve ser considerada como algo definitivo, exatamente pela amostra ou número de concluintes ser pequeno o que pode gerar maior problema estatístico.

Percebe-se que os alunos do Curso de RI, enquanto formandos têm nos conhecimentos sobre a *Língua Inglesa* (6,0), as *Relações Internacionais e Geopolítica* (6,0) e a *Língua Nativa* (6,0), todos com *gap* de 1,0, a *Ética* (5,8) com *gap* de 1,2 e a *Interculturalidade e Diversidade Cultural* (5,2) com *gap* de 1,8 suas maiores seguranças de nível de conhecimento obtido e todos eles tendo apresentado crescimento no decorrer do Curso. Já os maiores *gaps* observados entre os formandos, ou seja, que ainda lhes dá insegurança sobre o que sabem do assunto e se é o suficiente para uma futura atuação profissional e para a vida estão na área da *Matemática e Estatística* (2,3) com *gap* de 4,7, *Contabilidade, Custos e Formação de Preço* (2,5) com *gap* de 4,5, *Técnicas de Negociação* (3,0) com *gap* de 4,0, *Direito, Legislação e Aduana* (3,1) com *gap* de 3,9, *Marketing* (3,2) com *gap* de 3,8, *Saber Usar a Informação Estrategicamente na Negociação* (3,6) com *gap* de

3,4, *Gestão* (3,8) e *Pesquisa Aplicada* incluso *Pesquisa de Mercado* (3,8) ambos com *gap* de 3,2. Apesar de algumas áreas apresentarem *gaps* maiores que outras, praticamente em todas as áreas se observa crescimento de conhecimento obtido no decorrer do Curso. Cabe ao Curso analisar quais desses conhecimentos precisam ser reforçados com oficinas e outras formas de aprendizagem, levando em conta os que são considerados mais urgentes e relevantes para a atualidade e para o futuro, bem como quanto de cada assunto precisam saber enquanto formandos que estão ingressando no mercado de trabalho profissional. Destaca-se que a autocrítica dos estudantes se fez presente, tendo em vista que nenhum conhecimento foi considerado pleno (7), sempre existindo espaço para aprender mais e para melhoria.

O gráfico das médias corrobora com a análise anterior, evidenciando que na média existem vários *gaps* até maiores que o nível de conhecimento percebido em decorrência de ter computado a nota do ingressante que naturalmente chega inseguro. Esses *gaps* diminuíram quando se observa (no gráfico seguinte) o desempenho dos formandos.

Gráfico 5: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos RI (Brasil)



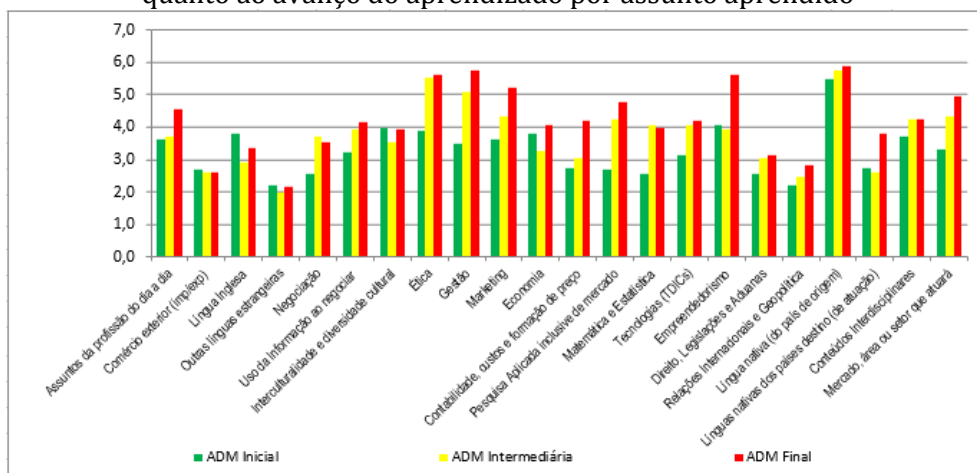
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Chama a atenção o *gap* elevado em temas como *Técnicas de Negociação* e que, conforme visto no gráfico anterior se mantém. Considerando a importância desse tema para quem atuará nas relações internacionais em contexto com a geopolítica, talvez fosse relevante um olhar com mais atenção para esse tema, promovendo oficinas e/ou outras ações que gerem aprendizagem nessa direção. O mesmo olhar cabe ser dado para outras áreas como *Direito, Legislação e Aduana; Marketing; Saber Usar a Informação Estrategicamente ao Negociar*, dentre outras, pois são todas áreas aplicadas a área internacional e a profissão.

C) Administração (Brasil)

No curso de Administração os resultados são os que seguem.

Gráfico 6: Percepção dos estudantes de Administração (Gestão) no Brasil quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Ao observar o gráfico e a evolução do conhecimento entre os alunos iniciantes, intermediários e concluintes de Administração ele é mais evidente em temas diretamente relacionados às áreas específicas do Curso, mas não apresenta a mesma performance nas áreas mais voltadas ao que se exigiria nas negociações internacionais de mercado. Assim, os melhores desempenhos dos formandos estão nos temas *Língua Nativa do país* (5,9) com *gap* de 1,1 e *Gestão* (5,8) com *gap* de

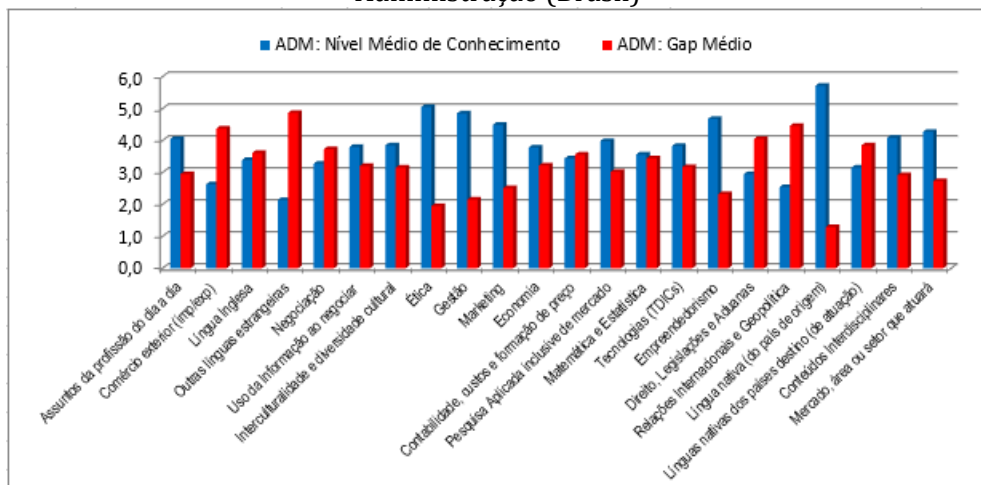
1,2, seguido de *Ética* (5,6) e de *Empreendedorismo* (5,6) com *gap* de 1,4 para ambos, *Marketing* (5,2) com *gap* de 1,8 e *Conhecimento de Mercado onde irá atuar* (5,0) com *gap* de 2.

Já entre os desempenhos que mais deixam a desejar, segundo apontaram os formandos, estão os temas mais diretamente ligados à área internacional. Os formandos apresentaram como menores desempenhos o conhecimento sobre *Outras Línguas Estrangeiras, excetuando-se o Inglês* (2,2), com *gap* de 4,8, *Comércio Exterior* (2,6) com *gap* de 4,4, *Relações Internacionais e Geopolítica* (2,8) com *gap* de 4,2, *Direito, Legislação e Aduana* (3,2) com *gap* de 3,8, *Língua Inglesa* (3,4) com *gap* de 3,6, *Técnicas de Negociação* (3,5) com *gap* de 3,5, *Língua Nativa do outro mercado em que atuará* (3,8) com *gap* de 3,2 e *Interculturalidade e Diversidade Cultural* (3,9) com *gap* de 3,1.

Percebe-se que em temas como *Comércio Exterior, Outras Línguas Estrangeiras (exceto o Inglês)* e *Interculturalidade e Diversidade Cultural* os alunos estão saindo como entraram, sem agregações. Já temas como *Técnicas de Negociações, Relações Internacionais e Geopolítica, Direito, Legislação e Aduana* com foco internacional, *Língua Inglesa* e *Língua Nativa do mercado no qual atuará*, embora se perceba avanço no decorrer do curso, vê-se que ele é pequeno. Ou seja, seria interessante um olhar do Curso sobre esses temas, promovendo formas de aprendizagem de maneiras alternativas, incentivando disciplinas

optativas, ou oficinas e outros temas sobre o assunto, caso não for possível a criação de disciplinas na grade curricular do curso.

Gráfico 7: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Administração (Brasil)



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O gráfico das médias confirma os dados apresentados no gráfico anterior, evidenciando que nas áreas mais problemáticas o *gap* é maior e nas áreas nas quais os alunos de Administração sentem mais segurança o nível de conhecimento é mais evidente.

Como sugestão fica a ideia de que o Curso de Administração (Gestão) deva achar alternativas de preparar mais seus alunos para a área internacional, tendo em vista que na atualidade e no futuro dificilmente se fará gestão de qualquer organização e se conseguirá ser

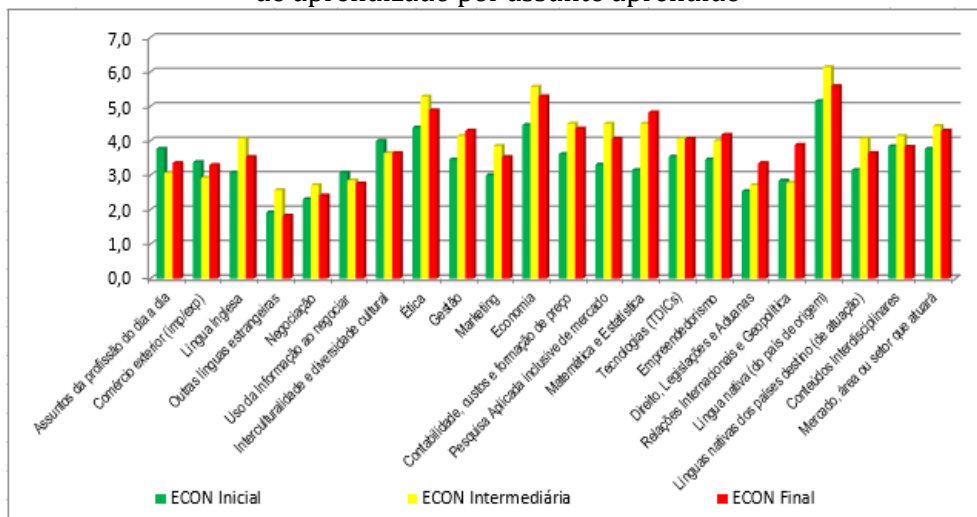
profissional se não estiver preparado para atuar internacionalmente e interculturalmente.

O número de alunos que buscam ter fluência em *Outras Línguas Estrangeiras, além do Inglês*, demonstra como o jovem da atualidade está preocupado com essa competência.

D) Economia (Brasil)

A seguir apresenta-se a percepção dos estudantes de Economia pesquisados no Brasil quanto ao avanço do aprendizado por assunto.

Gráfico 8: Percepção dos estudantes de Economia (Brasil) quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



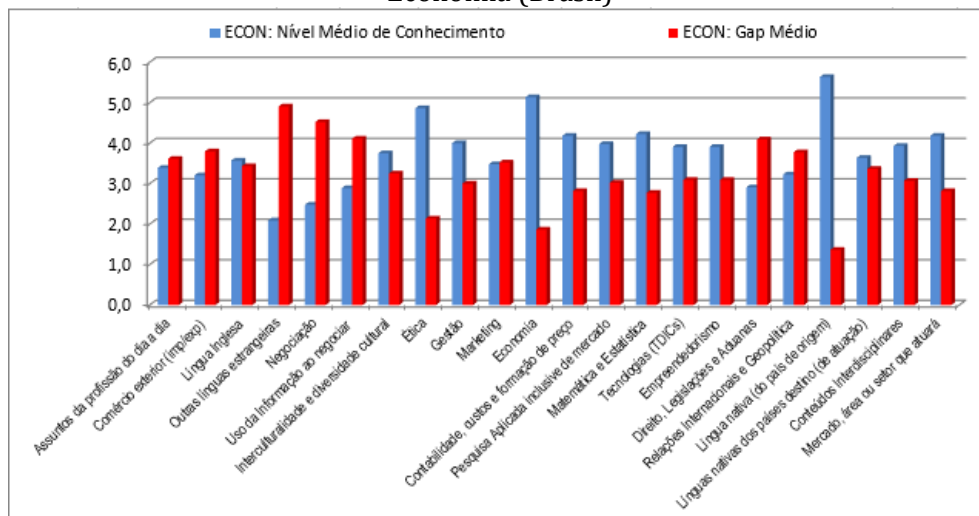
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Observando a evolução entre ingressantes e formandos no Curso de Economia, pode-se deduzir que, ou os ingressantes estão muito otimistas ou os formandos ficaram muito críticos de seu nível de conhecimento em várias áreas. Pois, em muitos casos, aparecem os formandos com nível de conhecimento apontado como inferior aos ingressantes ou dos que estão no meio do Curso. Como sabe-se que num Curso não se “involui” em áreas que se estuda, o que de fato pode ter ocorrido é uma certa autocrítica maior dos formandos para consigo mesmos, comparado com os que estão no meio e no início do Curso. É o tradicional dilema do formando, com dúvidas se está pronto para ingressar no mercado. Essa autocrítica já é, por si só, uma evolução.

Entre as diversas áreas nas quais os alunos formandos de Economia se sentem mais seguros em termos de conhecimento desenvolvido temos *Língua Nativa* (5,6) com *gap* de 1,4, e *Economia* (5,3) com *gap* de 1,7. A autocrítica dos formandos é tamanha para consigo mesmos, que inclusive, nessas duas de melhor desempenho eles apontam com desempenho menor que alunos do nível intermediário. E para nenhuma outra alternativa eles apontaram desempenho superior a 5. Tanto que o terceiro item mais bem colocado é *Ética* com 4,9 e *gap* de 2,1, seguido de *Matemática e Estatística* (4,8) com *gap* de 2,2.

Já entre as áreas que os formandos de economia apontam como as de maior insegurança no conhecimento adquirido e, portanto, com o maior *gap*, destacam-se outras *Línguas Estrangeiras* (1,8), excetuando-se o Inglês, com *gap* de 4,2, *Técnicas de Negociação* (2,4), com *gap* de 3,6, *Saber Usar Estrategicamente a Informação* (2,8), com *gap* de 3,2. Também não teve desempenho nem sequer da metade da perfeição (menos que 3,5), o *Comércio Exterior* (*gap* de 3,7), os *Assuntos Operacionais do dia a dia da Área* e *Direito, Legislação e Aduana* (ambos com *gap* de 3,6), *Língua Inglesa* e *Marketing* apontam para apenas metade (3,5) de aprendizagem do que seria a excelência plena.

Gráfico 9: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Economia (Brasil)



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

No gráfico das médias do Curso de Economia têm vários itens nos quais o *gap* é maior que o conhecimento adquirido, demonstrando um alunado crítico com seu nível de conhecimento ou, concomitante, um sinal de alerta ao referido Curso. O Gráfico corrobora com o que já fora comentado no gráfico anterior. Evidencia a *Língua Nativa*, os conhecimentos teóricos sobre *Economia* e noções de *Ética* como as áreas de maior segurança, e *Outras Línguas Estrangeiras* (exceto o inglês), *Técnicas de Negociação*, *Saber usar Estrategicamente a Informação ao Negociar* e conhecimentos sobre *Direito, Legislação e Aduana* como as áreas que os alunos tem menos segurança e nas quais seria relevante o Curso pensar em formas de melhorar, com ações alternativas de aprendizagem como oficinas, atividades dirigidas e outras metodologias. Igualmente as áreas nas quais o *gap* é maior que a média do conhecimento cabe o alerta. Por exemplo: o aluno não está seguro se *Sabe Operacionalizar o dia a dia da Profissão*, considera que não sabe o suficiente sobre *Comércio Exterior, Marketing, Relações Internacionais e Geopolítica*, dentre outros. Considerando que vivemos num ambiente no qual a atuação profissional não mais se limita a fronteiras dos países, é relevante que os estudantes se sintam minimamente segurança nos assuntos de foco internacional.

Quanto aos resultados considerados não satisfatórios cabe ao

Curso fazer uma autocrítica, podendo inclusive reaplicar esta pesquisa e verificar se o problema persiste ou foi apenas resultado de um momento. Informamos que nos apêndices está disponível o modelo de questionário para quem queira aplicar ou reaplicar.

E) Fluência em outras línguas estrangeiras no Brasil

Sobre saber *Outras Línguas Estrangeiras* (exceto o Inglês), obviamente que, na pesquisa feita, se destacou o Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, no qual 91% dos alunos apontaram fluência mínima em espanhol e 72% em Francês. Na terceira colocação está o Alemão (11%). No Curso de Relações Internacionais 70% dos alunos afirmam ter fluência mínima em espanhol e 35% em Francês. Em terceiro lugar aparece o italiano (9%). No Curso de Economia 34% afirmam ter fluência mínima em Espanhol e 9% em Francês. No Curso de Administração 47% afirmam ter fluência mínima em Espanhol e 17% em Francês. Assim entre os jovens pesquisados, o Espanhol (63,3%) é a língua mais fluente depois do Inglês, seguido de Francês (35,9%), Italiano (5,9%) e Alemão (5,5%).

Tabela 3: Fluência Mínima em Outras Línguas Estrangeiras (exceto/além do Inglês) dos alunos do Brasil

Língua	LEA-NI	Prop (%)	RI	Prop (%)	Economia	Prop (%)	Administração	Prop (%)	Total	Prop (%)
Espanhol	59	90,8%	48	69,6%	15	34,1%	28	47,5%	150	63,3%
Francês	47	72,3%	24	34,8%	4	9,1%	10	16,9%	85	35,9%
Italiano	3	4,6%	6	8,7%	3	6,8%	2	3,4%	14	5,9%
Alemão	7	10,8%	5	7,2%	1	2,3%	0	0,0%	13	5,5%
Português (p/ñ nativo)	0	0,0%	3	4,3%	1	2,3%	4	6,8%	8	3,4%
Coreano	2	3,1%	2	2,9%	1	2,3%	0	0,0%	5	2,1%
Japonês	3	4,6%	1	1,4%	0	0,0%	1	1,7%	5	2,1%
Mandarim	3	4,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	1,3%
Russo	0	0,0%	2	2,9%	1	2,3%	0	0,0%	3	1,3%
Libras	1	1,5%	1	1,4%	0	0,0%	1	1,7%	3	1,3%
Ucraniano	0	0,0%	0	0,0%	1	2,3%	0	0,0%	1	0,4%
Holandês	0	0,0%	1	1,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,4%

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O destaque do Espanhol - além de ser obrigatório no LEA-NI, bem como o Francês -, nos demais Cursos, pode ser decorrente da impressão da proximidade que ele tem com o Português e também por que a Língua Espanhola foi, por muitos anos, obrigatória no Ensino Médio no Brasil, decorrente do acordo com o Mercosul. Isso melhorou a performance dos jovens com o Espanhol.

3.1.2 Formas de busca da aquisição da base de conhecimento dos alunos pesquisados no Brasil

Quanto à forma que os alunos dos diversos cursos pesquisados

no Brasil²¹ buscam seu conhecimento, o gráfico a seguir demonstra que em todos os estágios do Curso as diversas buscas estão acima de quatro, mas nenhuma das formas chega próximo a plenitude (7).

Tabela 4: Formas de busca da aquisição da base de conhecimento: alunos do Brasil

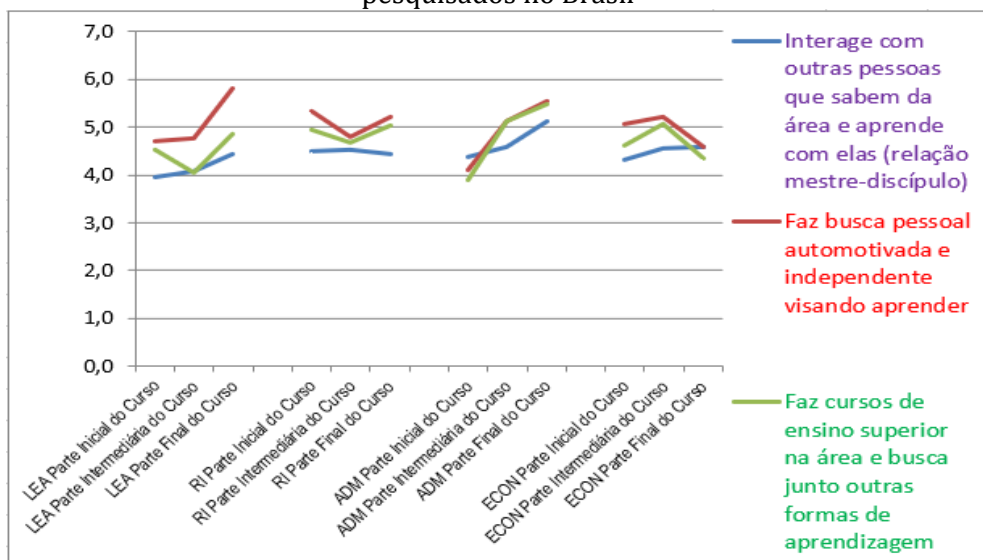
CURSO	SITUAÇÃO	Interage com outras pessoas que sabem da área e aprende com elas (relação mestre-discípulo)	Faz busca pessoal automotivada e independente visando aprender	Faz cursos de ensino superior na área e busca junto outras formas de aprendizagem
LEA	Parte Inicial do Curso	4,0	4,7	4,5
LEA	Parte Intermed. Curso	4,1	4,8	4,0
LEA	Parte Final do Curso	4,5	5,8	4,9
LEA	MÉDIA	3,6	4,1	4,2
LEA	GAP	3,4	2,9	2,8
RI	Parte Inicial do Curso	4,5	5,3	5,0
RI	Parte Intermed. Curso	4,5	4,8	4,7
RI	Parte Final do Curso	4,4	5,2	5,0
RI	MÉDIA	4,5	5,2	4,9
RI	GAP	2,5	1,8	2,1
ADM	Parte Inicial do Curso	4,4	4,1	3,9
ADM	Parte Intermed. Curso	4,6	5,1	5,1
ADM	Parte Final do Curso	5,1	5,6	5,5
ADM	MÉDIA	4,7	5,0	4,9
ADM	GAP	2,3	2,0	2,1
ECON	Parte Inicial do Curso	4,3	5,1	4,6
ECON	Parte Intermed. Curso	4,6	5,2	5,1
ECON	Parte Final do Curso	4,6	4,6	4,4
ECON	MÉDIA	4,5	4,9	4,7
ECON	GAP	2,5	2,1	2,3
GERAL	Parte Inicial do Curso	4,3	4,8	4,5
GERAL	Parte Intermed. Curso	4,4	5,0	4,7
GERAL	Parte Final do Curso	4,7	5,3	5,0
GERAL	MÉDIA	4,5	5,1	4,7
GERAL	GAP	2,5	1,9	2,3

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

²¹ Quando se lê “pesquisados no Brasil” leia-se também pesquisados na UFPB, pois foi o local onde foi aplicada a pesquisa.

A seguir esses dados são demonstrados em forma de gráficos para uma melhor visualização.

Gráfico 10: Formas de busca da aquisição da base de conhecimento: alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Percebe-se que os alunos do LEA-NI, à medida que o Curso avança, aumentam sua *busca automotivada e independente para aprender*. O mesmo acontece com os alunos de Administração. Já os alunos de RI fazem mais essa busca no início e no final do Curso. Os alunos de Economia demonstraram que no final do Curso a busca automotivada e independente diminui.

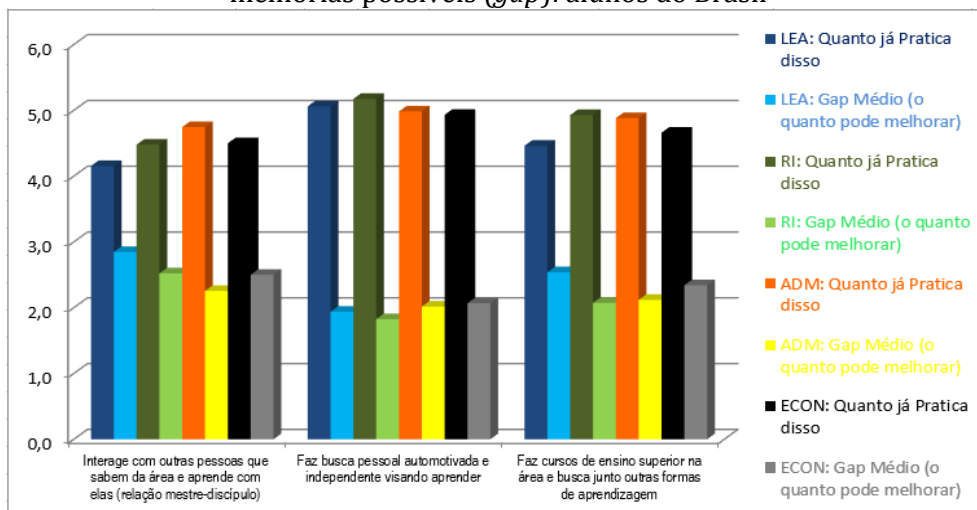
Os alunos de Administração são os que mais crescem no decorrer do Curso, *buscando cursos e outras formas de aprender*. Os alunos de LEA-NI e RI fazem mais isso no início e no final do que fazem no meio do Curso. Os alunos de Economia fazem isso com mais intensidade no meio do Curso e menos intensidade no final do Curso.

Os alunos de LEA-NI, Administração e de Economia vão cada vez mais *buscando aprender com outras pessoas que já sabem (relação mestre-discípulo)* na medida em que o Curso avança. Já os alunos de RI usam menos desse recurso à medida que o Curso avança.

Mas todos os desempenhos por indicadores estão com índices superior a 4 (quatro) o que é bom, mas ainda assim apresentam *gap* possível de ser reduzido em todos os casos, em todas as etapas dos cursos e em todos os cursos pesquisados.

O gráfico seguinte demonstra o quanto os alunos praticam e o quanto podem melhorar (*gap* ainda presente) de cada um dos indicadores.

Gráfico 11: Média das formas de aquisição da base de conhecimento e melhorias possíveis (*gap*): alunos do Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Como pode-se observar, há espaço para melhoria dos alunos em todos os indicadores em todos os cursos pesquisados. A parte interessante é que o *gap* é menor que o que já se faz em todos os cursos e em todos os indicadores. Isso é bom, mas não indica a possibilidade de que se pode acomodar com esses resultados.

3.1.3 Resumo da Dimensão 1: formação da base pessoal de conhecimento dos alunos (Brasil)

A tabela que segue traz um resumo do desempenho aferido na Dimensão 1 pelos alunos pesquisados no Brasil.

Tabela 5: Resumo da Dimensão 1: Alunos do Brasil

Cursos	Situação	Subdimensão A)	Subdimensão B)	Dimensão 1:
		Conhecimentos para a formação de base	Formas de aquisição da base de conhecimento	Formação de base pessoal de conhecimento
LEA	Parte Inicial do Curso	3,4	4,4	3,9
LEA	Parte Intermed. Curso	3,8	4,3	4,0
LEA	Parte Final do Curso	4,4	5,0	4,7
LEA	MÉDIA	3,8	4,0	3,9
LEA	GAP	3,2	3,0	3,1
RI	Parte Inicial do Curso	3,3	4,9	4,1
RI	Parte Intermed. Curso	4,0	4,7	4,3
RI	Parte Final do Curso	4,2	4,9	4,6
RI	MÉDIA	3,8	4,9	4,3
RI	GAP	3,2	2,1	2,7
ADM	Parte Inicial do Curso	3,3	4,1	3,7
ADM	Parte Intermed. Curso	3,8	5,0	4,4
ADM	Parte Final do Curso	4,2	5,4	4,8
ADM	MÉDIA	3,8	4,9	4,3
ADM	GAP	3,2	2,1	2,7
ECON	Parte Inicial do Curso	3,4	4,7	4,0
ECON	Parte Intermed. Curso	3,9	5,0	4,4
ECON	Parte Final do Curso	3,9	4,5	4,2
ECON	MÉDIA	3,8	4,7	4,2
ECON	GAP	3,2	2,3	2,8
GERAL	Parte Inicial do Curso	3,3	4,5	3,9
GERAL	Parte Intermed. Curso	3,8	4,7	4,3
GERAL	Parte Final do Curso	4,2	5,0	4,6
GERAL	MÉDIA	3,8	4,7	4,3
GERAL	GAP	3,2	2,3	2,7

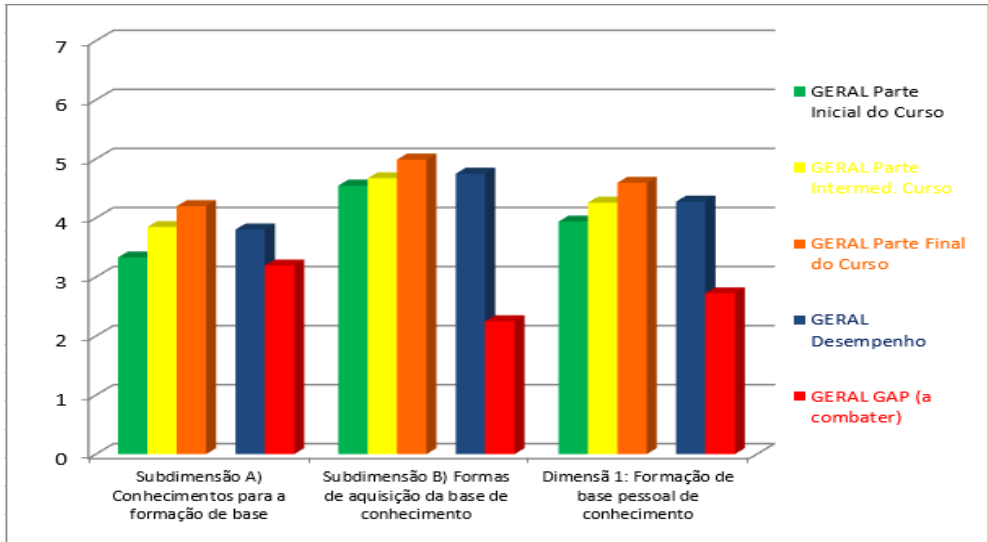
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Observa-se que nas duas subdimensões e na dimensão global os

alunos crescem no decorrer do Curso, em quase todos os Cursos e indicadores. Isso faz com que a média geral dos iniciantes, intermediários e concluintes apresente crescimento nas duas subdimensões e na Dimensão 1 como um todo. Significa que, na medida que o aluno vai avançando os semestres do seu curso ele vai melhorando sua base de conhecimento de um modo geral diminuindo o *gap*. Tanto é verdade que a média geral da subdimensão A inicia em 3,2, no meio do Curso fica em 3,8 e finaliza com 4,2. Em termos de *conhecimento para a formação da base de conhecimento* havia um *gap* inicial de 3,8, que caiu para 3,2 no meio do Curso e finalizou com 2,8. Ou seja, os alunos estão chegando ao final do seu curso ainda com *gap* a "combater", mas é notável a melhora no decorrer. Quanto ao *gap* a combater que persiste, convence-nos de que: (1) os Cursos podem fazer mais do que já fazem; que (2) os alunos podem se esforçar mais no decorrer e que (3) o aluno precisa se convencer que o aprender é por toda a vida.

A subdimensão B mostra que os alunos melhoram na sua forma de adquirir conhecimento durante o avanço do curso. Embora haja algumas oscilações caso a caso em alguns cursos, a média final começou com 4,5, no meio do ficou em 4,7 e finalizou em 5. Portanto, o *gap* que inicialmente era 2,5 reduziu para 2 nessa sub dimensão.

Gráfico 12: Resumo da Dimensão 1: Formação de base pessoal de conhecimento: alunos do Brasil



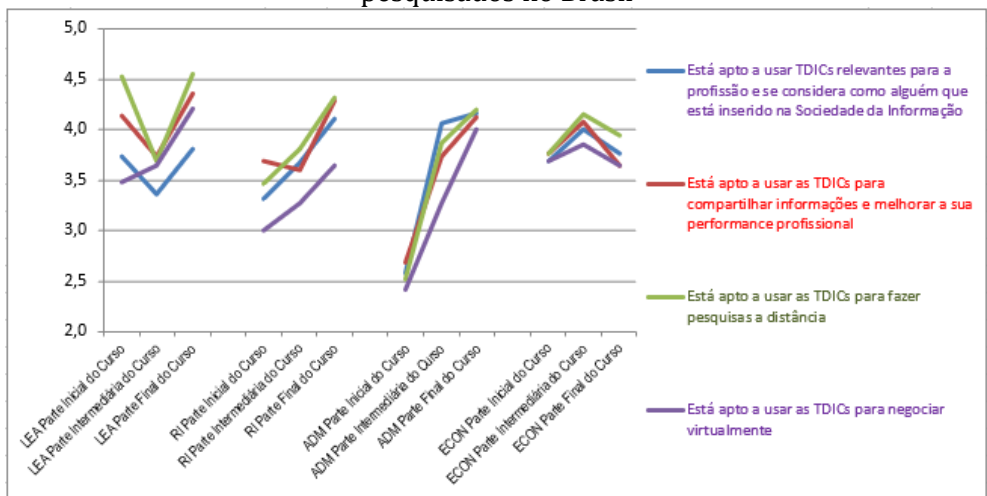
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

No final (geral) da dimensão 1 como um todo (formação da base pessoal de conhecimento) os alunos iniciantes tiveram um desempenho de 3,9 (o que dá um *gap* de 3,1), no meio da graduação avançam para 4,3 (reduzindo o *gap* para 2,7) e chegam no último ano com desempenho de 4,6 (reduzindo o *gap* para 2,4). Portanto, a melhoria no decorrer dos cursos é perceptível na pesquisa feita no Brasil, mas há espaço para melhorar e *gap* para reduzir ainda mais.

3.2 Dimensão 2: acesso e uso de tecnologias

Na primeira subdimensão, que trata sobre conhecimento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e Tecnologias Digitais (TDIs), ou simplesmente Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs), a pesquisa demonstrou o que segue.

Gráfico 13: Evolução sobre o Conhecimento e Aptidão de uso de TDICs: alunos pesquisados no Brasil



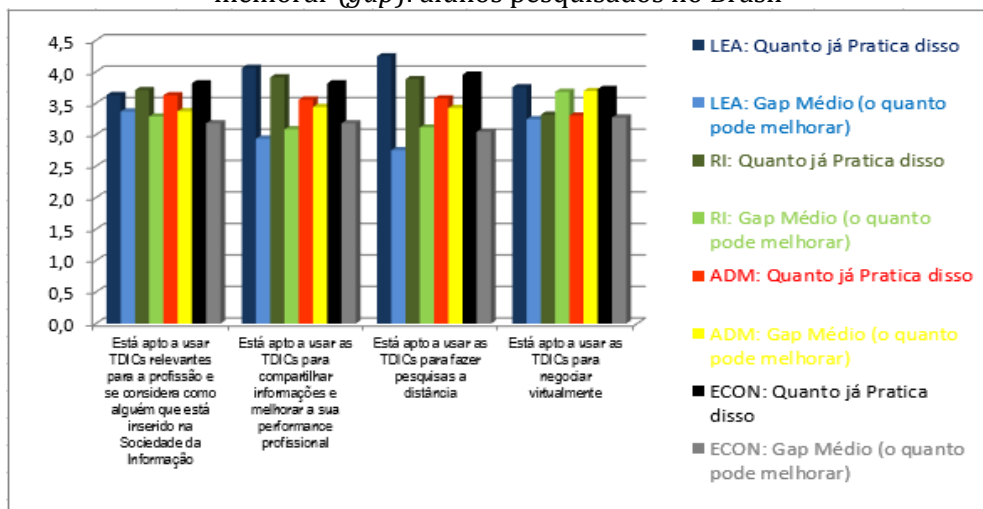
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Percebe-se que os alunos de Administração são os que mais avançaram no decorrer do seu Curso no seu conhecimento sobre TDICs. Iniciam numa posição abaixo dos demais cursos e terminam o Curso em uma posição semelhante aos outros.

Os alunos iniciantes do Curso de LEA-NI apresentaram desempenho semelhante aos que estão saindo em relação ao *acesso e uso de tecnologias* e os alunos intermediários são os que apresentaram nível mais baixo. Percebe-se que a *habilidade de negociar usando tecnologia* vai melhorando ao longo do Curso. A média geral dos formandos do Curso é a melhor entre os demais cursos.

Os alunos de RI apresentaram evolução ou avanço no decorrer do Curso. A exceção fica por conta do *uso da tecnologia para compartilhar informações* que teve pequena oscilação nos alunos do meio do Curso, recuperando-se entre os formandos.

Gráfico 14: Média de quanto já conhece e usa as TDICs e quanto pode melhorar (*gap*): alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Já os alunos de Economia têm praticamente o mesmo nível entre os ingressantes e os concluintes sendo que os alunos intermediários apresentam o melhor desempenho. Isso pode ser indicativo de que à medida que esses alunos intermediários viraram concluintes essa tendência mudou para melhor.

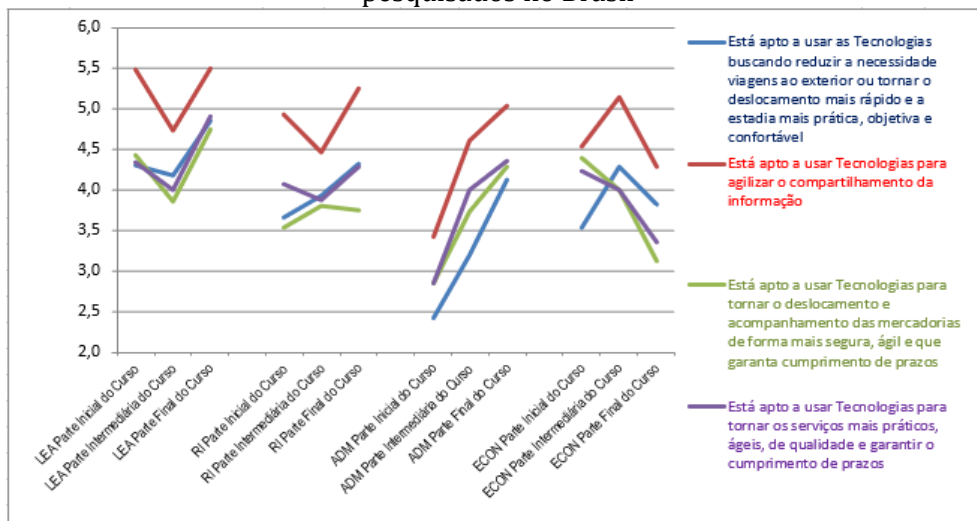
Pelo gráfico cima exposto fica evidente que há praticamente uma uniformidade entre o quanto os alunos dos diversos cursos se sentem *aptos a usar as tecnologias TDICs para o exercício da profissão* e para se sentirem de fato *inseridos na sociedade da informação* e o quanto precisam melhorar nesse sentido (*gap*). Os valores entre o que já praticam e o *gap* são muito próximos em quase em todos os casos e em todos os cursos. Mostra assim que há um amplo espaço para melhoria e para tornar esses estudantes mais competentes no tocante a aptidão para o uso das TDICs.

Quanto a segunda subdimensão, que busca saber sobre o conhecimento sobre tecnologias logísticas e de informação utilizadas para dinamizar viagens e transportes, percebe-se o que segue no próximo gráfico.

Observa-se que os alunos do LEA-NI estão entrando com um bom *nível de conhecimento e aptidão* (acima de 4 em todos) e também estão saindo com um nível melhor que dos iniciantes e dos

intermediários. Há uma oscilação negativa entre os intermediários.

Gráfico 15: Evolução quanto ao Conhecimento e aptidão para uso de Tecnologias Logísticas e de Informação para viagens e transporte: alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

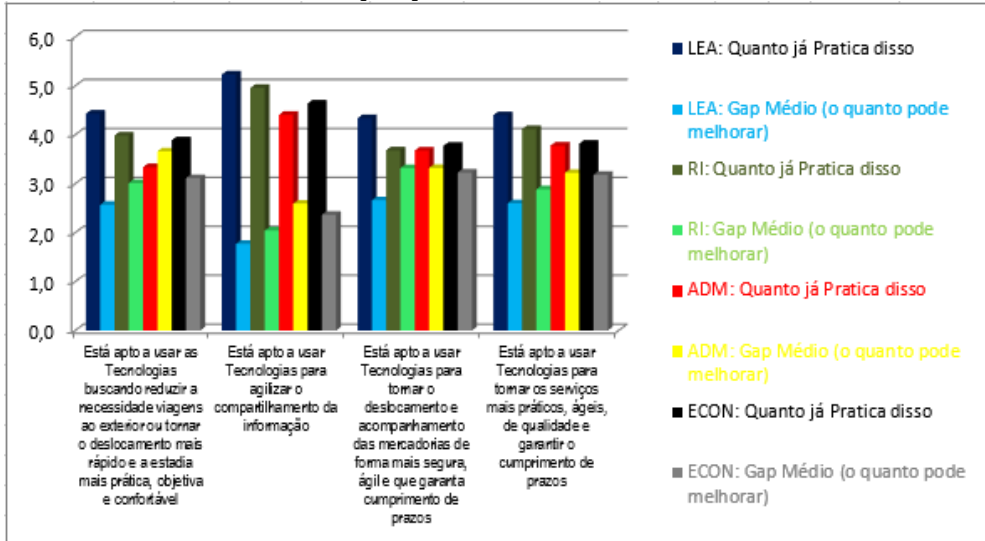
Já os alunos de RI também estão entrando com um bom nível no que tange a *usar tecnologias para compartilhar informações* e os que estão saindo estão ainda melhores. Existe uma oscilação para baixo nos intermediários. Todavia todos estão em 4,5 ou acima. Desempenho crescente e interessante no *uso de tecnologias para reduzir necessidades de viagens*. Igualmente evolui durante o curso ficando mais apto para *usar as tecnologias visando tornar os serviços mais práticos, ágeis, de*

qualidade e visando cumprir prazos. Não tem apresentado muita evolução no tocante ao uso de tecnologias e informação visando acompanhar/rastrear mercadorias e garantir cumprimento de prazos.

Os alunos de Administração demonstraram que ingressam com um nível baixo de conhecimento e aptidão em todos os indicadores dessa subdimensão, mas que evoluem significativamente durante o Curso. Iniciam com níveis entre 2 e 3 e encerram com níveis entre 4 e 5.

Já os alunos de Economia apresentam decréscimo se comparados os formandos com os alunos intermediários e os ingressantes. Aparenta que o Curso não tem trabalhando suficientemente esses temas e tudo o que os alunos sabem trazem já consigo e nesse caso as gerações mais novas sabem mais dessas tecnologias que as mais velhas. Caberia a gestão do Curso pensar atividades como oficinas e minicursos visando qualificar seus alunos, especialmente os concluintes, para o uso de tais ferramentas tecnológicas vitais para quem vai atuar no mercado.

Gráfico 16: Média de quanto já conhece e usa as Tecnologias Logísticas e de Informação para viagens e transporte e quanto pode melhorar (*gap*): alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Na média, percebe-se que os alunos do Curso de LEA-NI, seguidos dos alunos de RI e de Economia são os que mais sabem *usar as tecnologias para reduzir a necessidade de viagens ao exterior ou torná-las mais ágeis*. Os alunos de Administração apresentaram o maior *gap* e, portanto, seriam os que mais tem a aprender ainda sobre isso. No que tange ao *uso de tecnologia para compartilhar informações* todos apresentaram um bom desempenho, mas a presença de pequenos *gaps* em todos os casos mostra que todos ainda podem melhorar. Já no que concerne a *saber usar tecnologias para agilizar, tornar mais segura e*

acompanhar informações em tempo real do deslocamento visando cumprir prazos e ter mais agilidade, apenas os alunos LEA-NI demonstraram estar seguros desses conhecimentos e aptidões, apresentando *gap* menor. Os demais apresentam *gap* semelhante ao nível de segurança de que conhecem ou tem a aptidão e, portanto, têm ainda muito a melhorar nesse indicador. O último indicador do gráfico trata sobre *saber usar tecnologias para garantir serviços ágeis e seguros na área* e nesse quesito o melhor desempenho ficou por conta dos alunos LEA-NI seguido de RI. Administração e Economia, apesar de também terem um bom desempenho, apresentaram um *gap* um pouco maior.

A seguir apresenta-se o resultado global da dimensão 2 concernente a acesso e uso de tecnologias pelos alunos pesquisados no Brasil.

Tabela 6: Resultado global da Dimensão 2: Acesso e Uso de Tecnologias: alunos pesquisados no Brasil

DIMENSÃO 2: ACESSO E USO DE TECNOLOGIAS		Subdimensão A) Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação					Subdimensão B) Tecnologias Logísticas, de informação, viagens e transportes					Geral Final Dimensão 2
CURSO	SITUAÇÃO Etapa no Curso	Está apto a usar TDIcs relevantes para a profissão e se considera como alguém que está inserido na Sociedade da Informação	Está apto a usar as TDIcs para compartilhar informações e melhorar a sua performance profissional	Está apto a usar as TDIcs para fazer pesquisas a distância	Está apto a usar as TDIcs para negociar virtualmente	Geral Sub Dimensão A	Está apto a usar as Tecnologias buscando reduzir a necessidade de viagens ao exterior ou tornar o deslocamento mais rápido e a estadia mais prática, objetiva e confortável	Está apto a usar Tecnologias para agilizar o compartilhamento da informação	Está apto a usar Tecnologias para tornar o acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garanta cumprimento de prazos	Tecnologias para tornar os serviços mais práticos, ágeis, de qualidade e garantir o cumprimento de prazos	Geral Sub Dimensão B	
LEA	Inicial	3,7	4,1	4,5	3,5	4,0	4,3	5,5	4,4	4,3	4,6	4,3
LEA	Intermediária	3,4	3,7	3,7	3,6	3,6	4,2	4,7	3,9	4,0	4,2	3,9
LEA	Final	3,8	4,4	4,6	4,2	4,2	4,9	5,5	4,8	4,9	5,0	4,6
LEA	MÉDIA	3,6	4,1	4,2	3,8	3,9	4,4	5,2	4,3	4,4	4,6	4,3
LEA	GAP	3,4	2,9	2,8	3,2	3,1	2,6	1,8	2,7	2,6	2,4	2,7
RI	Inicial	3,3	3,7	3,5	3,0	3,4	3,7	4,9	3,5	4,1	4,0	3,7
RI	Intermediária	3,7	3,6	3,8	3,3	3,6	3,9	4,5	3,8	3,9	4,0	3,8
RI	Final	4,1	4,3	4,3	3,6	4,1	4,3	5,3	3,8	4,3	4,4	4,2
RI	MÉDIA	3,7	3,9	3,9	3,3	3,7	4,0	5,0	3,7	4,1	4,2	3,9
RI	GAP	3,3	3,1	3,1	3,7	3,3	3,0	2,0	3,3	2,9	2,8	3,1
ADM	Inicial	2,6	2,7	2,5	2,4	2,6	2,4	3,4	2,8	2,8	2,9	2,7
ADM	Intermediária	4,1	3,7	3,9	3,3	3,7	3,2	4,6	3,7	4,0	3,9	3,8
ADM	Final	4,2	4,1	4,2	4,0	4,1	4,1	5,0	4,3	4,4	4,5	4,3
ADM	MÉDIA	3,6	3,6	3,6	3,3	3,5	3,3	4,4	3,7	3,8	3,8	3,7
ADM	GAP	3,4	3,4	3,4	3,7	3,5	3,7	2,6	3,3	3,2	3,2	3,3
ECON	Inicial	3,7	3,8	3,8	3,7	3,7	3,5	4,5	4,4	4,2	4,2	4,0
ECON	Intermediária	4,0	4,1	4,1	3,9	4,0	4,3	5,1	4,0	4,0	4,4	4,2
ECON	Final	3,8	3,6	3,9	3,6	3,8	3,8	4,3	3,1	3,4	3,6	3,7
ECON	MÉDIA	3,8	3,8	4,0	3,7	3,8	3,9	4,6	3,8	3,8	4,0	3,9
ECON	GAP	3,2	3,2	3,0	3,3	3,2	3,1	2,4	3,2	3,2	3,0	3,1
GERAL	Inicial	3,3	3,6	3,6	3,1	3,4	3,5	4,7	3,8	3,9	4,0	3,7
GERAL	Intermediária	3,7	3,8	3,8	3,5	3,7	3,9	4,7	3,8	4,0	4,1	3,9
GERAL	Final	4,0	4,1	4,3	3,9	4,1	4,3	5,1	4,0	4,3	4,4	4,2
GERAL	MÉDIA	3,7	3,8	3,9	3,5	3,7	3,9	4,8	3,9	4,1	4,2	4,0
GERAL	GAP	3,3	3,2	3,1	3,5	3,3	3,1	2,2	2,9	2,8	2,8	3,0

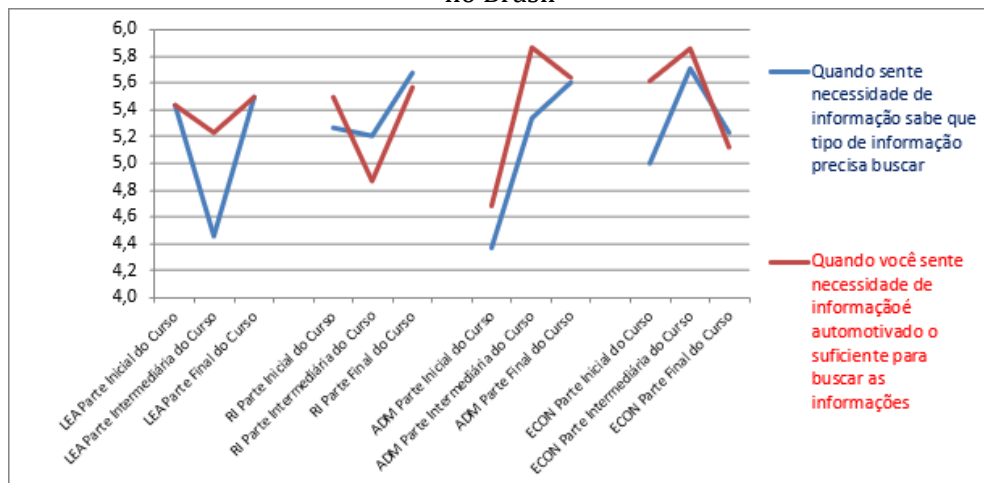
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Na média final o desempenho da Dimensão 2 junto aos alunos ficou em 4,0 e o *gap* em 3,0. Em nenhum indicador final e em nenhuma subdimensão o *gap* foi superior ao desempenho. Todavia, o *gap* ficando em valor próximo a três em muitos dos indicadores evidencia o quanto ainda os alunos podem melhorar seu desempenho (combater o *gap*), no que concerte a acesso e uso de tecnologias. Em termos gerais mostra que a medida que os alunos avançam nos seus cursos evoluem em cada um dos indicadores, evidenciando que a média geral dos cursos em todos os indicadores de alunos concluintes foi superior aos alunos de outras etapas. Apenas o indicador “*está apto a usar TDICs para negociar virtualmente*” apresentou resultado 3,9, inferior a 4 para os formandos.

3.3 Dimensão 3: acesso e uso das informações dos alunos pesquisados no Brasil

Nessa Dimensão a primeira Subdimensão busca saber sobre a necessidade da informação. A seguir apresenta-se os resultados apurados nesse sentido com os alunos pesquisados no Brasil.

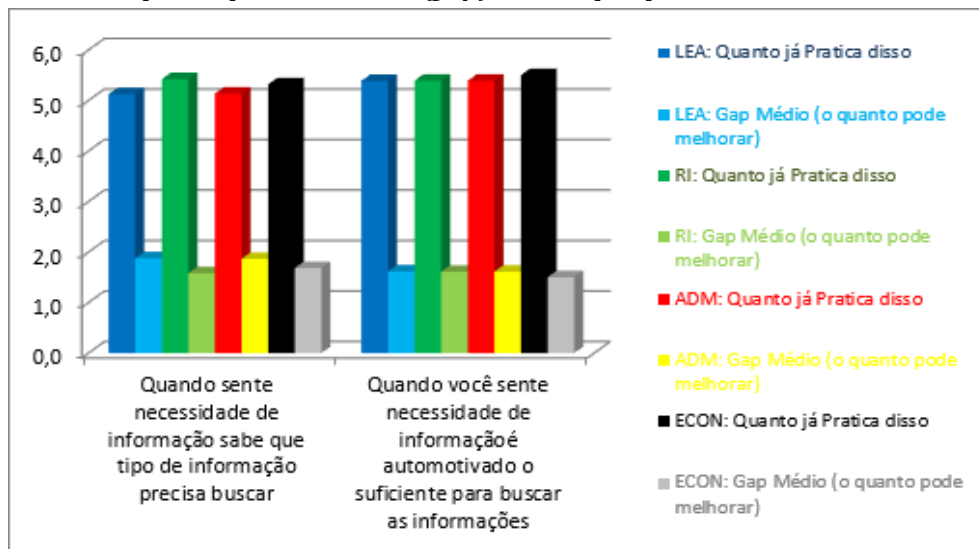
Gráfico 17: Evolução sobre a necessidade da informação: alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Percebe-se que no Curso de Administração que houve mudança crescente marcante no decorrer do Curso nos dois indicadores, mas um apresentou oscilação entre o resultado dos alunos intermediários em relação aos concluintes. Isso talvez se explique pelos desempenhos serem, na média, superiores a quatro desde as turmas iniciais dos cursos. Ou seja, os alunos estão entrando com uma boa média no que diz respeito a saber sua necessidade de informações, mas não estão evoluindo tanto assim no decorrer do curso talvez por já estarem bem no início. Nos demais cursos o desempenho também foi acima de quatro, todavia a oscilação esteve presente e não consegue ser visualizada evolução clara no decorrer do curso.

Gráfico 18: Média de quanto já sabe sobre a sua necessidade de informação e quanto pode melhorar (*gap*): alunos pesquisados no Brasil

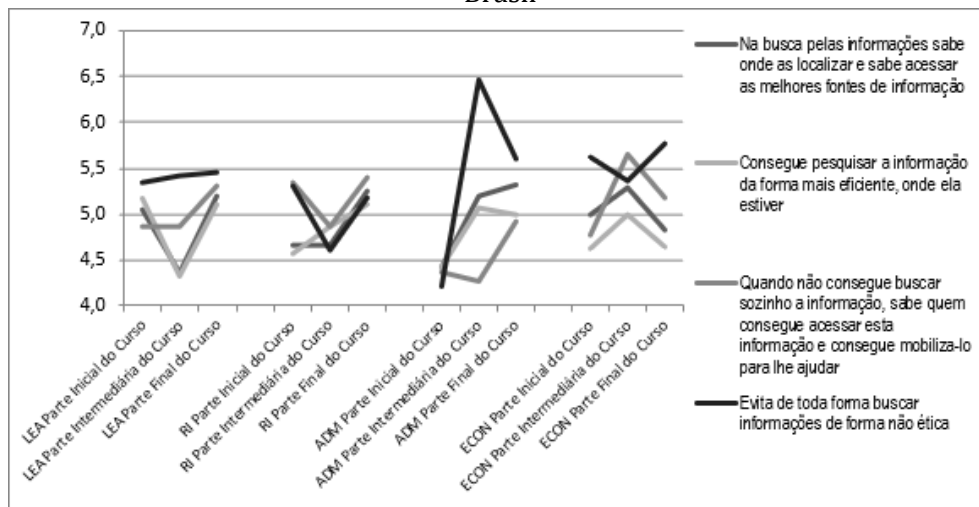


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

A média confirma que os alunos *sabem sua necessidade de informação*, uma vez que o *gap* médio tem ficado entre 1 e 2. O mesmo vale para a *automotivação para buscar a informação*. Ou seja, existe algo a melhorar, mas a média do que já praticam está boa (acima de 5).

Já a outra subdimensão (segunda) busca saber sobre a busca da informação. Pois, detectada a necessidade da informação, o próximo passo é saber buscá-la.

Gráfico 19: Evolução sobre a busca da informação dos alunos pesquisados no Brasil

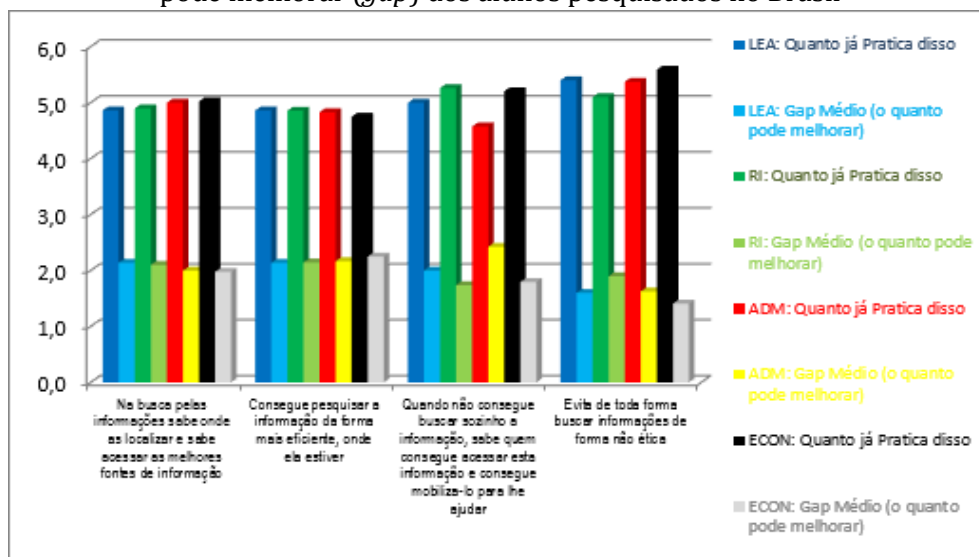


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O desempenho geral dos alunos é bom, pois os resultados dos indicadores ficaram todos acima de quatro (4), mas não se percebe, com algumas exceções, significativas evoluções na melhoria de *saber buscar ainda melhor as informações* à medida que o aluno avança no curso. Em Administração, percebe-se evolução entre os alunos iniciais e os do meio do curso em três indicadores e melhoria dos alunos concluintes em relação aos do meio do curso em dois indicadores. Os demais oscilam entre pequenos níveis de crescimentos ou queda, mas não muito significativos. Mostra que os cursos deveriam trabalhar mais para que o aluno saiba buscar de forma mais adequada a informação

onde ela estiver.

Gráfico 20: Média do desempenho quanto a busca da informação e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos pesquisados no Brasil



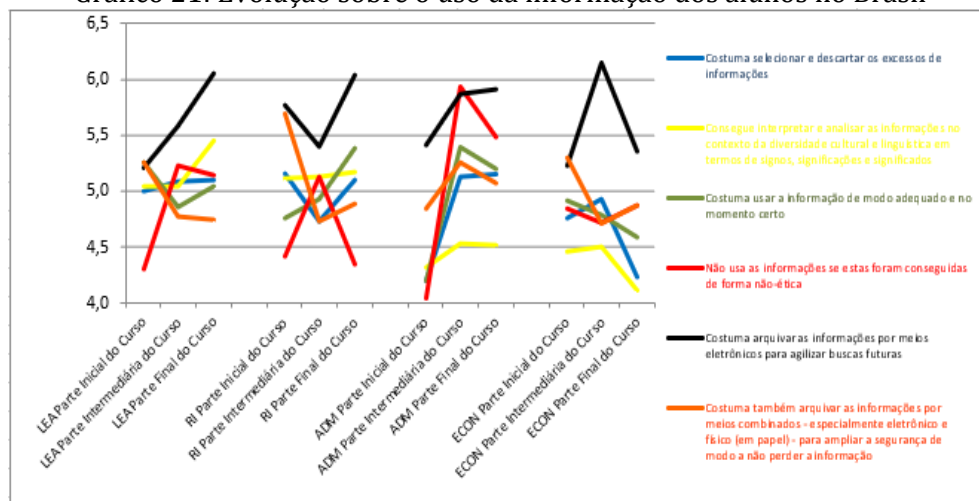
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Na média, o *gap* está próximo a 2, o que significa que o desempenho médio está próximo a 5. Isso quer dizer que os alunos *estão sabendo buscar suas informações*, embora exista espaço para melhorar. A exceção mais marcante é o Curso de Administração, no tocante a *não saber a quem recorrer quando não consegue uma informação*. Nesse item os alunos de Administração apresentaram um *gap* superior a dois e um desempenho um pouco acima de 4. Não é um

desempenho ruim, mas há espaço para melhorar.

A terceira subdimensão quer saber sobre o **uso da informação** que foi buscada.

Gráfico 21: Evolução sobre o uso da informação dos alunos no Brasil

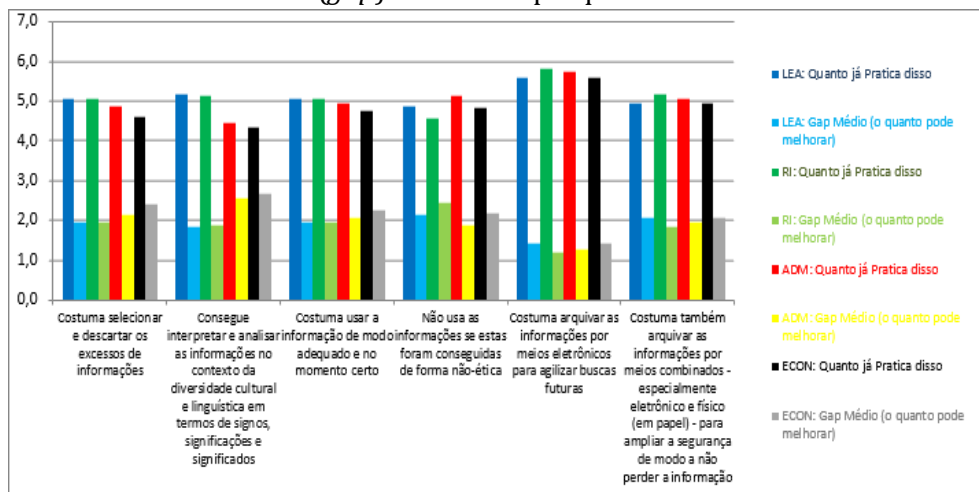


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico se percebe que oscila sobremaneira o uso da informação, não se detectando, no geral, uma melhora que distinga claramente uma evolução entre alunos iniciantes, intermediários e concluintes em nenhum dos indicadores. É necessário ressaltar que embora os alunos não necessariamente evoluem, mas eles mantêm um bom desempenho desde o início até o final. O uso é grande em todos os casos, ficando sempre acima de 4 e em alguns casos chegando a 6.

Portanto, pode-se concluir que os alunos sabem usar a informação, apesar de ainda existirem *gaps* a melhorar, como mostra o gráfico seguinte.

Gráfico 22: Média do desempenho quanto ao uso da informação e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Embora todos os itens de todos indicadores tenham *gaps* a combater e/ou desempenho a melhorar, o fato deste desempenho se manter próximo ou superior a 5 para todos os cursos e em todos os indicadores é um alento. O Curso de Economia foi o que teve um desempenho um pouco menor que os demais, mas está próximo a média. Os alunos estão sabendo usar as informações que necessitam e

buscam. Na capacidade de *descartar excessos*, também *saber interpretar*, *analisar a informação* e ainda *usá-la no momento certo* o Curso de LEA-NI se destacou e o de RI vem logo a seguir, muito próximo. A maioria afirma que *costuma arquivar as informações por meio eletrônico*, demonstrando que, definitivamente, o papel está perdendo espaço. Mas essa perda ainda não seja total, na medida que o *método combinado que envolve papel e os meios eletrônicos como forma de arquivo* ainda persiste com bom desempenho. Mas todos podem melhorar em todos os itens, pois ainda existem *gaps* a serem eliminados.

A seguir apresenta-se os resultados gerais da Dimensão 3 sobre Acesso e Uso das Informações de Alunos pesquisados no Brasil. Percebe-se um *gap* final de 1,9 (ou seja, abaixo de 2) e um desempenho de 5,1. A média geral demonstra que há desenvolvimento (melhoria) no decorrer do Curso (comparando os iniciantes, intermediários e concluintes). Todavia, o crescimento é pequeno. Mesmo assim é relevante, pois o desempenho está na casa do 5 ou próximo a ele para todos os casos. Dessa forma o *gap* geral ficou abaixo de 2. Significa que ainda pode haver melhoria no acesso e uso da informação, embora o desempenho já seja bom.

Tabela 7: Resultados da Dimensão 3 sobre Acesso e Uso das Informações de Alunos pesquisados no Brasil

Dimensão 3: Acesso e uso das informações		Subdimensão A: Necessidade			Subdimensão B: Busca					Subdimensão C: Uso						Geral Final Dimensão 3	
CURSO	SITUAÇÃO	Quando sente necessidade de informação sabe que tipo de informação precisa buscar	Quando você sente necessidade de informação o suficiente para buscar as informações	General Sub Dimensão A	Na busca pelas informações sabe onde as localizar e sabe acessar as melhores fontes de informação	Consegue pesquisar a informação da forma mais eficiente, onde ela estiver	Quando não consegue buscar sozinho a informação, sabe quem consegue acessar esta informação e consegue mobilizá-lo para lhe ajudar	Evita de toda forma buscar informações de forma não ética	General Sub Dimensão B	Costuma selecionar e descartar os excessos de informações	Consegue interpretar e analisar as informações no contexto da diversidade cultural e linguística em termos de signos, significações e significados	Costuma usar a informação de modo adequado e no momento certo	Não usa as informações se estas foram conseguidas de forma não-ética	Costuma arquivar as informações por meios eletrônicos para agilizar buscas futuras	Costuma também arquivar as informações por meios combinados - especialmente eletrônico e físico (em papel) - para ampliar a segurança de modo a não perder a informação	General Sub Dimensão C	Geral Final Dimensão 3
	Etapa no Curso																
LEA	Inicial	5,4	5,4	5,4	5,0	5,2	4,9	5,3	5,1	5,0	5,0	5,3	4,3	5,2	5,3	5,0	5,2
LEA	Intermediária	4,5	5,2	4,8	4,4	4,3	4,9	5,4	4,7	5,1	5,0	4,9	5,2	5,6	4,8	5,1	4,9
LEA	Final	5,5	5,5	5,5	5,2	5,1	5,3	5,5	5,3	5,1	5,5	5,1	5,2	6,1	4,8	5,3	5,3
LEA	MÉDIA	5,1	5,4	5,3	4,9	4,9	5,0	5,4	5,0	5,1	5,2	5,1	4,9	5,6	4,9	5,1	5,1
LEA	GAP	1,9	1,6	1,7	2,1	2,1	2,0	1,6	2,0	1,9	1,8	1,9	2,1	1,4	2,1	1,9	1,9
RI	Inicial	5,3	5,5	5,4	4,7	4,6	5,3	5,3	5,0	5,2	5,1	4,8	4,4	5,8	5,7	5,2	5,2
RI	Intermediária	5,2	4,9	5,0	4,7	4,9	4,9	4,6	4,8	4,7	5,1	4,9	5,1	5,4	4,7	5,0	4,9
RI	Final	5,7	5,6	5,6	5,3	5,1	5,4	5,2	5,2	5,1	5,2	5,4	4,4	6,0	4,9	5,2	5,3
RI	MÉDIA	5,4	5,4	5,4	4,9	4,9	5,3	5,1	5,0	5,0	5,1	5,1	4,6	5,8	5,2	5,1	5,2
RI	GAP	1,6	1,6	1,6	2,1	2,1	1,7	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	2,4	1,2	1,8	1,9	1,8
ADM	Inicial	4,4	4,7	4,5	4,4	4,4	4,4	4,2	4,4	4,2	4,3	4,2	4,1	5,4	4,8	4,5	4,5
ADM	Intermediária	5,3	5,9	5,6	5,2	5,1	4,3	6,5	5,3	5,1	4,5	5,4	5,9	5,9	5,3	5,4	5,4
ADM	Final	5,6	5,6	5,6	5,3	5,0	4,9	5,6	5,2	5,2	4,5	5,2	5,5	5,9	5,1	5,2	5,4
ADM	MÉDIA	5,1	5,4	5,3	5,0	4,8	4,6	5,4	4,9	4,8	4,5	4,9	5,1	5,7	5,1	5,0	5,1
ADM	GAP	1,9	1,6	1,7	2,0	2,2	2,4	1,6	2,1	2,2	2,5	2,1	1,9	1,3	1,9	2,0	1,9
ECON	Inicial	5,0	5,6	5,3	5,0	4,6	4,8	5,6	5,0	4,8	4,5	4,9	4,8	5,2	5,3	4,9	5,1
ECON	Intermediária	5,7	5,9	5,8	5,3	5,0	5,6	5,4	5,3	4,9	4,5	4,8	4,7	6,1	4,7	5,0	5,4
ECON	Final	5,2	5,1	5,2	4,8	4,6	5,2	5,8	5,1	4,2	4,1	4,6	4,9	5,4	4,9	4,7	5,0
ECON	MÉDIA	5,3	5,5	5,4	5,0	4,8	5,2	5,6	5,1	4,6	4,3	4,8	4,8	5,6	5,0	4,8	5,1
ECON	GAP	1,7	1,5	1,6	2,0	2,3	1,8	1,4	1,9	2,4	2,7	2,3	2,2	1,4	2,0	2,2	1,9
GERAL	Inicial	5,1	5,3	5,2	4,8	4,7	4,9	5,1	4,9	4,8	4,8	4,8	4,4	5,4	5,3	4,9	5,0
GERAL	Intermediária	5,1	5,4	5,3	4,8	4,8	4,9	5,5	5,0	5,0	4,8	5,0	5,3	5,7	4,9	5,1	5,1
GERAL	Final	5,5	5,5	5,5	5,2	5,0	5,2	5,5	5,2	5,0	4,9	5,1	4,9	5,9	4,9	5,1	5,3
GERAL	MÉDIA	5,2	5,4	5,3	4,9	4,8	5,0	5,3	5,0	4,9	4,8	5,0	4,8	5,7	5,0	5,0	5,1
GERAL	GAP	1,8	1,6	1,7	2,1	2,2	2,0	1,7	2,0	2,1	2,2	2,0	2,2	1,3	2,0	2,0	1,9

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

3.4 Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria dos alunos pesquisados no Brasil

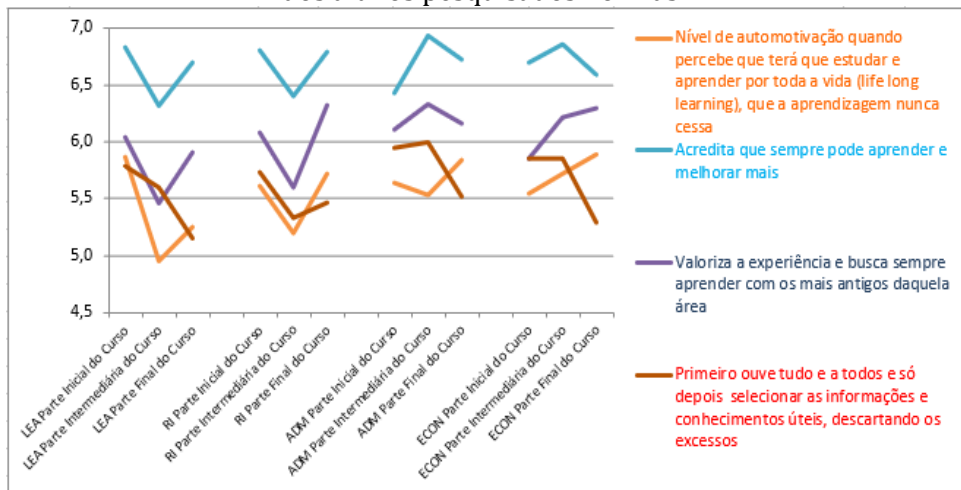
A dimensão 4 se refere ao que pode ser interpretado como a transformação da informação em conhecimento (internalização) e a transformação do conhecimento em nova informação e novo conhecimento (externalização), bem como, o seu uso sábio, compartilhando, ajudando outros, ensinando e aprendendo sempre.

3.4.1 Ser um eterno aprendiz: alunos pesquisados no Brasil

Percebe-se que não é a evolução da semestralidade do Curso que torna necessariamente o aluno mais consciente de que deve ser um eterno aprendiz. Pelo gráfico que segue não se visualiza claramente tal evolução, mas sim um bom desempenho médio. Mostra que todos têm consciência disso, com níveis acima de 5. Ou seja, a não evolução não significa necessariamente algo ruim, mas sim que os jovens já estão entrando na Universidade mais conscientes sobre isso.

O Gráfico seguinte e o que segue após este deixama claro que os alunos já estão conscientes, desde que entram na universidade até sua saída, que *sempre há algo a aprender e a melhorar*, com desempenho próximo a 7 e a quase inexistência de *gap*.

Gráfico 23: Evolução da consciência de que precisa ser um eterno aprendiz dos alunos pesquisados no Brasil

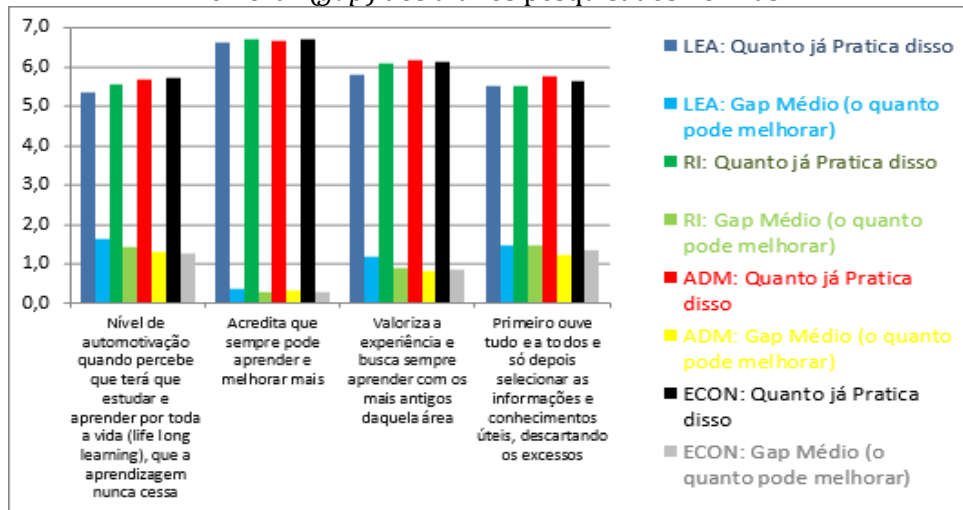


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Quando perguntados se tem *automotivação para fazer* isso se percebe que sim embora o desempenho não seja o mesmo que a *consciência de que precisam disso*. Uma coisa é saber que precisa, outra é estar motivado para tal. Todavia, a *automotivação* está num nível bom, ficando em valores superiores a 5. Eles também *valorizam os mais experientes e buscam aprender com eles e primeiro ouvem tudo e a todos e só depois selecionam o que lhes interessa ou é útil*.

O desempenho médio é satisfatório em todos os cursos, todavia a existência de algum *gap* demonstra que mesmo estando bem sempre é possível melhorar.

Gráfico 24: Média do desempenho de ser um eterno aprendiz e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

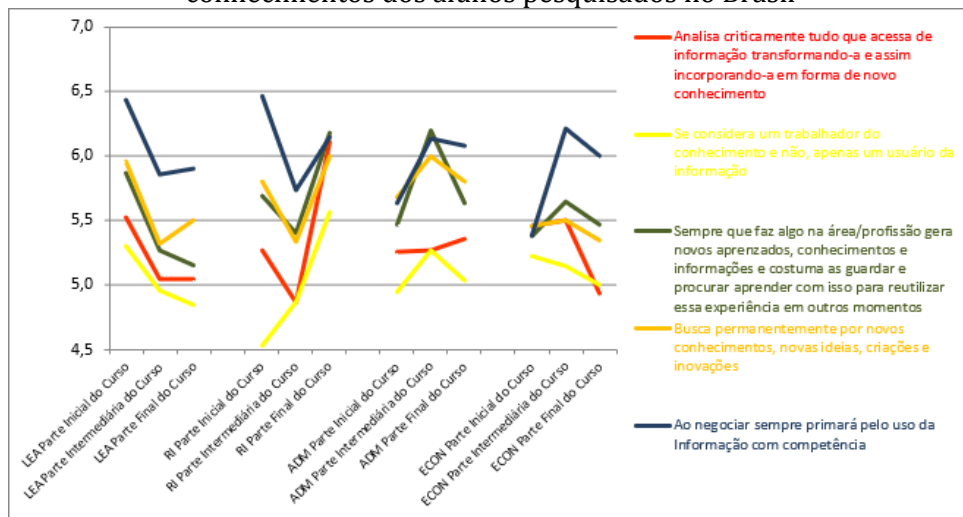
O indicador no qual todos mais têm espaço para melhorar é o sobre *ouvir primeiro tudo e todos para depois selecionar as informações e os conhecimentos úteis e descartar o que é excesso*, e o indicador *automotivação para aprender por toda a vida*.

3.4.2 Transformar informações em novos conhecimentos dos alunos pesquisados no Brasil

Pelo gráfico que segue se demonstra que os alunos conseguem

ter confiança sobre sua capacidade de transformar informações em novos conhecimentos à medida que os valores ficaram todos acima de 4. Percebe-se que os alunos do LEA-NI do início do Curso são mais otimistas nesse sentido que os concluintes e os que estão no meio do Curso. Os alunos de RI sentem mais confiança no início, diminuem no meio e voltam a ter mais otimismo no final. Os de Administração e Economia tem índice melhor no meio que no início e no final do Curso, com raras exceções.

Gráfico 25: Evolução da capacidade de transformar informações em novos conhecimentos dos alunos pesquisados no Brasil

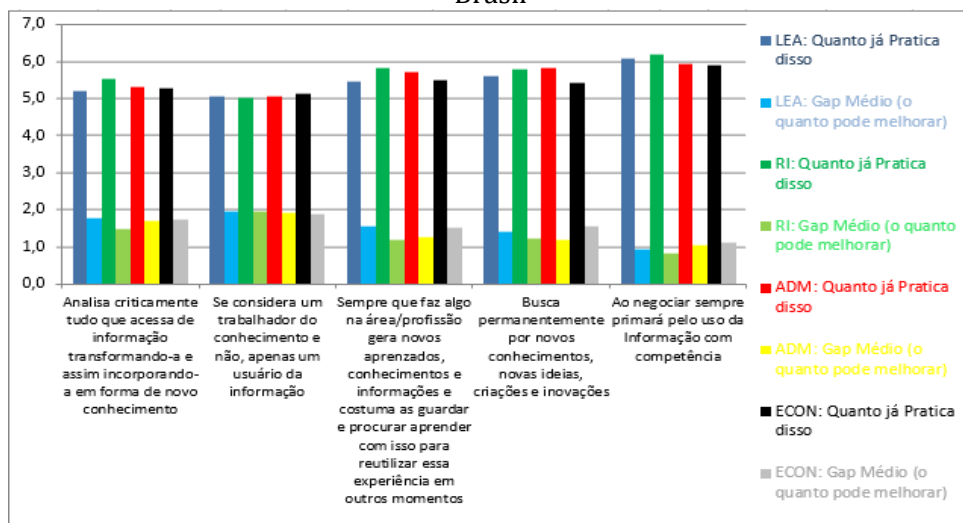


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Todavia os desempenhos são bons pois todos estão acima de 4 ou bem acima disso. O que não se percebe é que haja evolução desses

indicadores à medida que os semestres avançam no Curso.

Gráfico 26: Média da capacidade de transformar informações em novos conhecimentos e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O desempenho médio dos alunos dos cursos quanto à *capacidade de analisar criticamente a informação que acessa, incorporando-a e a transformando em novo conhecimento* é significativo, ficando todos acima de 5. No que tange a *não se considerar apenas um usuário da informação e sim um trabalhador do conhecimento*, a média de todos girou em torno de 5. No indicador que fala sobre *aprender com o que faz e reutilizar tais aprendizados em novas oportunidades* apresentou um desempenho ainda melhor se

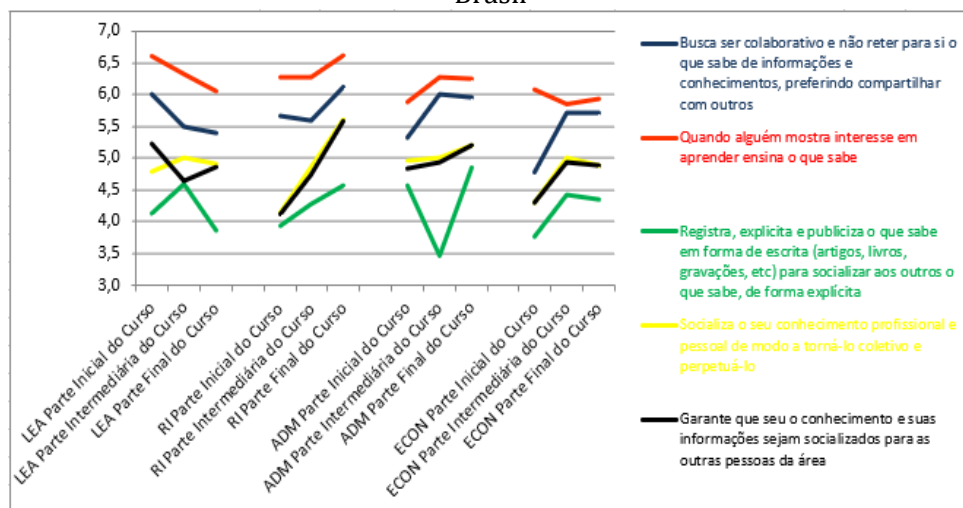
aproximando mais do 6. O mesmo acontece com o indicador que afirma que *busca permanentemente novos conhecimentos, novas ideias e inovações*. E no último indicador queria saber se o aluno se considera como alguém que *conseguirá utilizar a informação com competência quando for negociador*. Foi na qual a média ficou maior ou próxima o 6. Todavia, a existência de pequenos *gaps* em todos os indicadores demonstra que, em todos casos, há espaço para melhoria.

3.4.3 Socializar o que sabe: percepção dos alunos pesquisados no Brasil

Analisando os dados apurados percebe-se que apenas no Curso de RI houve uma evolução mais consistente em termos de melhoria da socialização do *que sabem* à medida que os alunos vão se tornando veteranos no Curso. Isso, no entanto, não significa que a performance dos demais é ruim. Em quatro indicadores todos os resultados são acima de 4 e em alguns momentos passam de 6. O indicador que obteve o menor desempenho foi o que se refere a *registrar, explicitar e publicar o que sabe de forma escrita através de artigos, livros e gravações, visando socializar com registros em plataforma o que sabe, e assim facilitar a socialização do conhecimento*. Mostra que de uma forma mais abrangente os alunos não têm, significativamente, o hábito

de escrever e publicar, pois nesse item o valor girou em torno de 4 e em alguns casos até menos que isso.

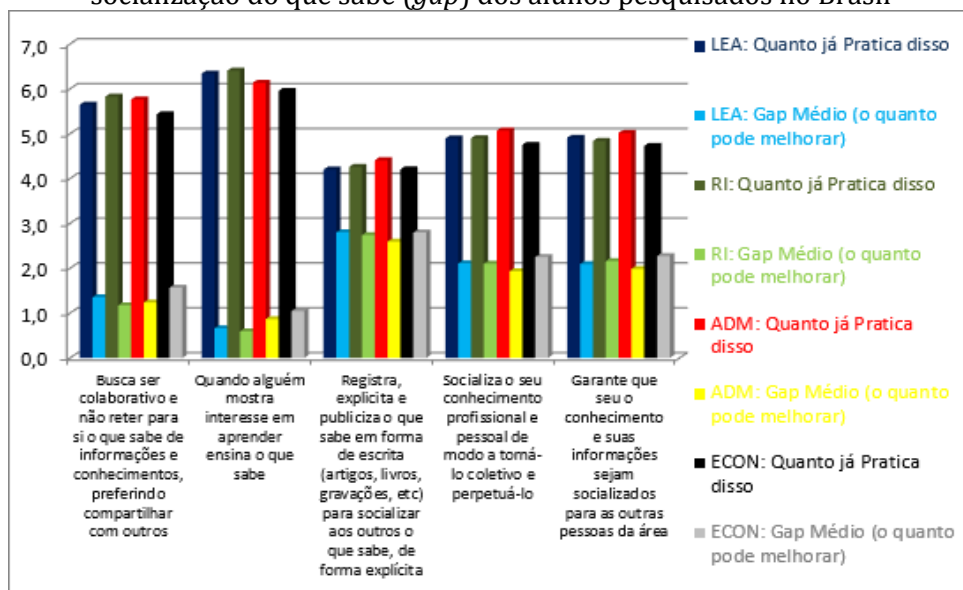
Gráfico 27: Evolução da socialização do que sabe dos alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Cabe, nesse caso, um alerta para que os cursos pensem em estratégias mais atraentes aos alunos para os incentivar a pesquisarem, escreverem e publicarem mais. Ou gerar outras formas de socialização do conhecimento de forma explícita.

Gráfico 28: Média da socialização do que sabe e quanto pode melhorar na socialização do que sabe (*gap*) dos alunos pesquisados no Brasil



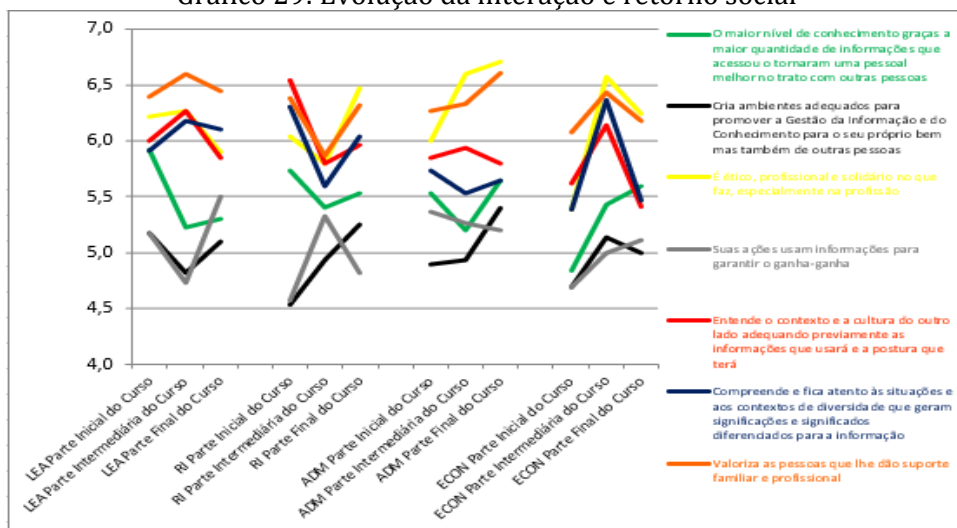
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O gráfico acima demonstra que o indicador, *registrar em alguma plataforma o que sabe (escrita, gravação, etc.) de modo a publicar e explicitar aos outros o que sabe*, é o que apresentou o maior *gap* e, portanto, o que exige mais ações de melhoria em todos os cursos pesquisados. Já a *disponibilidade de ensinar alguém quando este mostra interesse em aprender o que o outro sabe* é o que apresentou a melhor performance, mostrando que o sentimento mestre-discípulo, está presente na consciência dos alunos.

3.4.4 Interação e retorno social dos alunos pesquisados no Brasil

No gráfico que segue e na maioria dos gráficos anteriores, com o mesmo perfil, não se percebe claramente o progresso da interação e o retorno social à medida que o aluno evolui no seu Curso. Comparado os alunos ingressantes com os do meio do Curso e com os formandos, as vezes inclusive, aparecem involuções em vários indicadores. Alerta-se novamente que não é um caso exclusivo dessa subdimensão e da presente dimensão como visto em gráficos anteriores.

Gráfico 29: Evolução da interação e retorno social



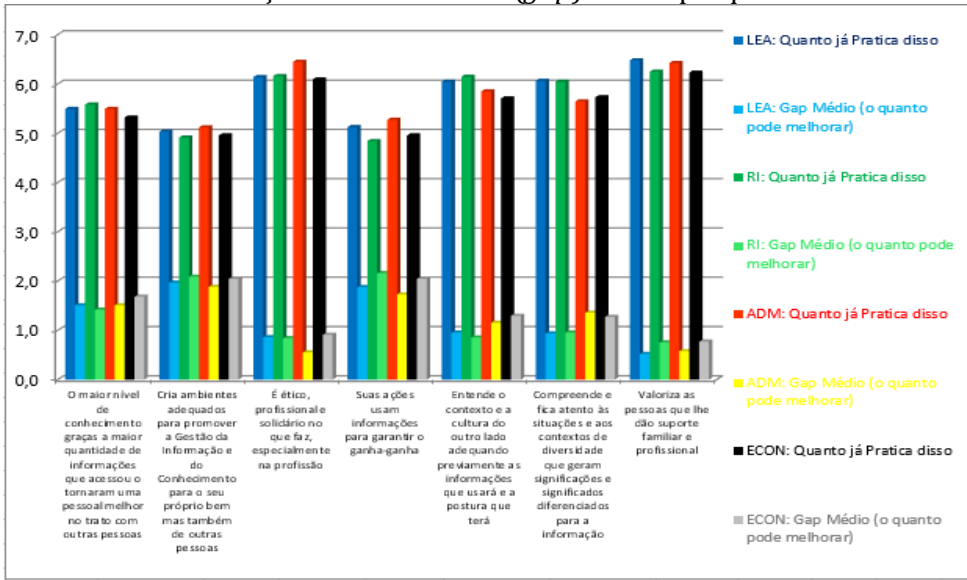
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Conta a favor o fato de que os valores na maioria são altos, todos os resultados ficaram acima de 4,5 e alguns se aproximaram de 7 e, portanto, essa variação que não deixa clara a evolução, não significa que o desempenho nesse item é ruim. O que se quer afirmar aqui é que observando os resultados não se pode dizer que é o Curso que está fazendo com que os alunos evoluam nesse sentido e sim que eles já entram bem evoluídos, sem demonstrar melhorias evidentes no decorrer do Curso no quesito interação e retorno social.

Aqui pode-se aplicar a parte do modelo de Satur (2017) que diz que as pessoas recebem e incorporam alguns (ou vários) comportamentos e posturas que receberam e aprenderam do meio onde conviveu e convive, do seu pertencimento e sua da cultura, da sociedade em geral e do mercado. E o fato de estar na Universidade agora não significa que mudará em tudo. E nem deve mudar em tudo.

O gráfico seguinte demonstra que o desempenho médio dos alunos é significativo em todos os indicadores, tanto é verdade que todos os *gaps* ficaram abaixo de dois. Mas, precisam melhorar especialmente na *criação de ambientes adequados para promover a gestão da informação e do conhecimento para o seu bem para os demais*. Também podem melhorar no *uso das informações para promover a negociação ganha-ganha*.

Gráfico 30: Média da interação e retorno social por curso e quanto pode melhorar em interação e retorno social (*gap*) alunos pesquisados no Brasil



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Quanto ao bom desempenho em indicadores, chama a atenção que eles *buscam preservar a ética, o profissionalismo e a solidariedade*. Também se destacou a performance média no indicador que fala em *entender o contexto e a cultura do outro, respeitando a diversidade cultural e adequando as informações e a postura, levando em conta aquela cultura*. E também tiveram um bom desempenho no indicador que fala em *valorizar as pessoas que lhe dão suporte pessoal (família, amigos) e profissional (equipe, colegas) e da ciência da importância desses na sua performance*. Nos demais indicadores a performance também foi muito significativa, com *gaps* pequenos, demonstrando

que esses futuros negociadores internacionais, ou profissionais em outras atividades (já que nem todos serão negociadores internacionais), serão atores que irão interagir e dar retorno social com sabedoria.

3.4.5 Resultado final da Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria

A seguir, mostra-se o resultado global das Subdimensões da Dimensão 4. Essa Dimensão busca saber se a pessoa envolvida deixa de lado sua vaidade e egoísmo e demonstra que é um ser social, que se preocupa com o outro e com o coletivo, bem como se está comprometido em gerar novas informações, novos conhecimentos e compartilhar com os outros, percebeu-se interessantes resultados.

Na primeira subdimensão (A), que trata de *ser um eterno aprendiz*, o desempenho foi de 6 e o *gap* (espaço para melhoria) foi de 1. Mostra que os jovens estudantes estão conscientes que nunca saberão o suficiente e precisarão estar sempre aprendendo. Na subdimensão B, que trata da *transformação da informação em novos conhecimentos*, o desempenho foi de 5,5 e o *gap* foi de 1,5. Demonstra que os jovens têm consciência de que não basta saber, é preciso criar, transformar e inovar.

Tabela 8: Resultados da Dimensão 4 sobre Interação e Retorno Social com Sabedoria dos alunos pesquisados no Brasil

Dimensão 4: Interação e retorno social com sabedoria		Subdimensão A: Eterno aprendiz					Subdimensão B: Transformação de informações em novos conhecimentos					Subdimensão C: Socialização do que sabe					Subdimensão D: Interação e retorno social					Geral Dimensão 4						
CURSO	SITUAÇÃO Etapa no Curso	Nível de automotivação quando percebe que terá que estudar e aprender por toda a vida (life long learning), que a aprendizagem nunca cessa	Acredita que sempre pode aprender e melhorar mais	Valoriza a experiência e busca sempre aprender com os mais antigos da área	Primeiro a todos e só depois selecionar as informações e conhecimentos	Analisa criticamente tudo que acessa de informação e assim incorporando em forma de novo conhecimento	Se considera um trabalhador do conhecimento e não, apenas um usuário	Sempre que faz algo na área/profissão gera novos aprendizados, conhecimentos e criações e inovações	Busca permanentemente por novos conhecimentos, novas ideias, criações e inovações	Ao negociar sempre primará pelo uso da informação com competência	Busca ser colaborativo e não reter para si o que sabe de informações e conhecimentos, para socializar	Quando alguém mostra interesse e em que sabe ensinar	Registra, explicita e publica o que sabe em forma de escrita (artigos, livros, vídeos, etc) para socializar aos outros o que sabe, de forma explícita	Socializa o seu conhecimento e pessoal de modo a torná-lo coletivo e perpetuá-lo	Garante que seu o conhecimento e suas informações sejam socializados para as outras pessoas da área	O maior nível de conhecimento graças a maior quantidade de informações que acessou o tornar uma pessoa melhor no trato com outras pessoas	Cria ambientes adequados para promover a Gestão da Informação e do Conhecimento para o seu inform@hom	É ético, profissional e solidário no que faz, especialmente na profissão	Suas ações usam informações para garantir o ganhanha	Entende o contexto e a cultura do outro lado do adequado previamente as informações que usará e a postura que terá	Compreende e ficar atento às situações e aos contextos de diversidade que geram significados diferenciados para a informação		Valoriza as pessoas que lhe dão suporte familiar e profissional					
LEA	Inicial	5,9	6,8	6,0	5,8	6,1	5,5	5,3	5,9	6,0	6,4	5,8	6,0	6,6	4,1	4,8	5,2	5,3	5,9	5,2	6,2	5,2	6,0	5,9	6,4	5,8	5,8	
LEA	Intermediária	5,0	6,3	5,5	5,6	5,6	5,0	5,0	5,3	5,3	5,9	5,3	5,5	6,3	4,6	5,0	4,6	5,2	5,2	4,8	6,3	4,7	6,3	6,2	6,6	5,7	5,5	
LEA	Final	5,3	6,7	5,9	5,2	5,8	5,1	4,9	5,2	5,5	5,9	5,3	5,4	6,1	3,9	4,9	4,9	5,0	5,3	5,1	5,9	5,5	5,9	6,1	6,5	5,7	5,4	
LEA	MÉDIA	5,4	6,6	5,8	5,5	5,8	5,2	5,0	5,4	5,6	6,1	5,5	5,6	6,3	4,2	4,9	4,9	5,2	5,5	5,0	6,1	5,1	6,0	6,1	6,5	5,8	5,6	
LEA	GAP	1,6	0,4	1,2	1,5	1,2	1,8	2,0	1,6	1,4	0,9	1,5	1,4	0,7	2,8	2,1	2,1	1,8	1,5	2,0	0,9	1,9	1,0	0,9	0,5	1,2	1,4	1,4
RI	Inicial	5,6	6,8	6,1	5,7	6,1	5,3	4,5	5,7	5,8	6,5	5,6	5,7	6,3	3,9	4,2	4,1	4,8	5,7	4,5	6,0	4,6	6,5	6,3	6,4	5,7	5,5	5,5
RI	Intermediária	5,2	6,4	5,6	5,3	5,6	4,9	4,9	5,4	5,3	5,7	5,2	5,6	6,3	4,3	4,9	4,7	5,1	5,4	4,9	5,8	5,3	5,8	5,6	5,9	5,5	5,4	5,4
RI	Final	5,7	6,8	6,3	5,5	6,1	6,1	5,6	6,2	6,0	6,1	6,0	6,1	6,6	4,6	5,6	5,6	5,7	5,5	5,3	6,5	4,8	6,0	6,0	6,3	5,8	5,9	5,9
RI	MÉDIA	5,6	6,7	6,1	5,5	6,0	5,5	5,0	5,8	5,8	6,2	5,7	5,8	6,4	4,3	4,9	4,8	5,2	5,6	4,9	6,2	4,8	6,1	6,0	6,2	5,7	5,6	5,6
RI	GAP	1,4	0,3	0,9	1,5	1,0	1,5	2,0	1,2	1,2	0,8	1,3	1,2	0,6	2,7	2,1	2,2	1,8	1,4	2,1	0,8	2,2	0,9	1,0	0,8	1,3	1,4	1,4
ADM	Inicial	5,6	6,4	6,1	5,9	6,0	5,3	4,9	5,5	5,7	5,6	5,4	5,3	5,9	4,6	4,9	4,8	5,1	5,5	4,9	6,0	5,4	5,8	5,7	6,3	5,7	5,6	5,6
ADM	Intermediária	5,5	6,9	6,3	6,0	6,2	5,3	5,3	6,2	6,0	6,1	5,8	6,0	6,3	3,5	5,0	4,9	5,1	5,2	4,9	6,6	5,3	5,9	5,5	6,3	5,7	5,7	5,7
ADM	Final	5,8	6,7	6,2	5,5	6,1	5,4	5,0	5,6	5,8	6,1	5,6	6,0	6,2	4,8	5,2	5,2	5,5	5,6	5,4	6,7	5,2	5,8	5,6	6,6	5,9	5,7	5,7
ADM	MÉDIA	5,7	6,7	6,2	5,8	6,1	5,3	5,1	5,7	5,8	5,9	5,6	5,8	6,1	4,4	5,1	5,0	5,3	5,5	5,1	6,4	5,3	5,8	5,6	6,4	5,7	5,7	5,7
ADM	GAP	1,3	0,3	0,8	1,2	0,9	1,7	1,9	1,3	1,2	1,1	1,4	1,2	0,9	2,6	1,9	2,0	1,7	1,5	1,9	0,6	1,7	1,2	1,4	0,6	1,3	1,3	1,3
ECON	Inicial	5,5	6,7	5,8	5,8	6,0	5,5	5,2	5,4	5,5	5,4	5,4	4,8	6,1	3,8	4,3	4,3	4,6	4,8	4,7	5,4	4,7	5,6	5,4	6,1	5,2	5,3	5,3
ECON	Intermediária	5,7	6,9	6,2	5,9	6,2	5,5	5,1	5,6	5,5	6,2	5,6	5,7	5,9	4,4	5,0	4,9	5,2	5,4	5,1	6,6	5,0	6,1	6,4	6,4	5,9	5,7	5,7
ECON	Final	5,9	6,6	6,3	5,3	6,0	4,9	5,0	5,5	5,4	6,0	5,4	5,7	5,9	4,4	4,9	4,9	5,2	5,6	5,0	6,2	5,1	5,4	5,5	6,2	5,6	5,5	5,5
ECON	MÉDIA	5,7	6,7	6,1	5,6	6,1	5,3	5,1	5,5	5,4	5,9	5,4	5,4	6,0	4,2	4,8	4,7	5,0	5,3	5,0	6,1	5,0	5,7	5,7	6,2	5,6	5,5	5,5
ECON	GAP	1,3	0,3	0,9	1,4	0,9	1,7	1,9	1,5	1,6	1,1	1,6	1,6	1,0	2,8	2,3	2,3	2,0	1,7	2,0	0,9	2,0	1,3	1,3	0,8	1,4	1,5	1,5
GERAL	Inicial	5,7	6,7	6,0	5,8	6,1	5,4	5,0	5,6	5,8	6,1	5,6	5,5	6,2	4,1	4,5	4,6	5,0	5,6	4,8	6,0	5,0	6,1	5,9	6,3	5,7	5,6	5,6
GERAL	Intermediária	5,3	6,6	5,8	5,7	5,9	5,2	5,0	5,6	5,5	6,0	5,5	5,7	6,2	4,2	5,0	4,8	5,2	5,3	4,9	6,3	5,0	6,1	5,9	6,3	5,7	5,5	5,5
GERAL	Final	5,7	6,7	6,2	5,4	6,0	5,4	5,2	5,7	5,7	6,0	5,6	5,8	6,3	4,4	5,2	5,2	5,4	5,5	5,2	6,4	5,1	5,8	5,8	6,4	5,7	5,7	5,7
GERAL	MÉDIA	5,6	6,7	6,0	5,6	6,0	5,3	5,1	5,6	5,7	6,0	5,5	5,7	6,2	4,3	4,9	4,9	5,2	5,5	5,0	6,2	5,0	6,0	5,9	6,4	5,7	5,6	5,6
GERAL	GAP	1,4	0,3	1,0	1,4	1,0	1,7	1,9	1,4	1,3	1,0	1,5	1,3	0,8	2,7	2,1	2,1	1,8	1,5	2,0	0,8	2,0	1,0	1,1	0,6	1,3	1,4	1,4

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Já na subdimensão C, que trata do *socializar o que sabe com os demais*, o desempenho ficou em 5,2 e o *gap* em 1,8. Evidencia que os jovens tem ciência da importância de compartilhar o que sabem e assim crescer junto com os outros, socializando. A maior dificuldade foi no *registrar de forma explícita o que sabem*. Demonstra que os jovens não estão muito habituados a escrever ou promover outras formas de registro explícito. Na subdimensão D, sobre *interação e retorno social*, o desempenho ficou em 5,7 e o *gap* foi de 1,3 demonstrando que os jovens sabem que devem interagir e devolver para a sociedade um pouco do que recebem, sendo assim sábios.

3.5 Uma síntese da competência em informação dos estudantes brasileiros

Pela tabela a seguir, percebe-se que no Brasil o maior gargalo (*gap* 3) no desenvolvimento das competências está no acesso e uso das tecnologias (dimensão 2). No geral, percebe-se que ao longo do Curso a situação melhora, mas em alguns cursos isso não acontece. Cabe aos gestores dos cursos verificarem o que podem fazer para melhorar isso. Talvez promoverem cursos de extensão, nivelamento ou capacitações adicionais, especialmente nas áreas que apresentam a maior deficiência.

Tabela 9: Desempenho final e geral da Competência em Informação dos Cursos Pesquisados no Brasil

Curso	Dimensões e Competências	Dimensão 1: Formação de base pessoal de conhecimento	Dimensão 2: Acesso e Uso de Tecnologias	Dimensão 3: Acesso e uso das informações	Dimensão 4: Interação e retorno social com sabedoria	Competência Geral: Resultado Final Acumulado
LEA	Parte Inicial do Curso	3,9	4,3	5,2	5,8	4,8
LEA	Parte Intermed. Curso	4,0	3,9	4,9	5,5	4,6
LEA	Parte Final do Curso	4,7	4,6	5,3	5,4	5,0
LEA	MÉDIA	3,9	4,3	5,1	5,6	4,7
LEA	GAP	3,1	2,7	1,9	1,4	2,3
RI	Parte Inicial do Curso	4,1	3,7	5,2	5,5	4,6
RI	Parte Intermed. Curso	4,3	3,8	4,9	5,4	4,6
RI	Parte Final do Curso	4,6	4,2	5,3	5,9	5,0
RI	MÉDIA	4,3	3,9	5,2	5,6	4,8
RI	GAP	2,7	3,1	1,8	1,4	2,2
ADM	Parte Inicial do Curso	3,7	2,7	4,5	5,6	4,1
ADM	Parte Intermed. Curso	4,4	3,8	5,4	5,7	4,8
ADM	Parte Final do Curso	4,8	4,3	5,4	5,7	5,0
ADM	MÉDIA	4,3	3,7	5,1	5,7	4,7
ADM	GAP	2,7	3,3	1,9	1,3	2,3
ECON	Parte Inicial do Curso	4,0	4,0	5,1	5,3	4,6
ECON	Parte Intermed. Curso	4,4	4,2	5,4	5,7	4,9
ECON	Parte Final do Curso	4,2	3,7	5,0	5,5	4,6
ECON	MÉDIA	4,2	3,9	5,1	5,5	4,7
ECON	GAP	2,8	3,1	1,9	1,5	2,3
GERAL	Parte Inicial do Curso	3,9	3,7	5,0	5,6	4,5
GERAL	Parte Intermed. Curso	4,3	3,9	5,1	5,5	4,7
GERAL	Parte Final do Curso	4,6	4,2	5,3	5,7	4,9
GERAL	MÉDIA	4,3	4,0	5,1	5,6	4,7
GERAL	GAP	2,7	3,0	1,9	1,4	2,3

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Essa necessidade de melhorar o acesso e o saber usar tecnologias ficou ainda mais evidente com a pandemia. Teve-se que melhorar, praticamente de uma forma forçada, o acesso e o conhecimento sobre o uso das tecnologias em todas as áreas. Isso inclui o público universitário. Caso contrário não seria possível ter aulas remotas síncronas e assíncronas. Esse legado ficará para o pós-pandemia. Nunca retirará a importância da aula presencial e do contato pessoal, mas deixará a disposição de docentes e discentes novas ferramentas e formas de aprendizagem. Isso vale também para as profissões, para as organizações, para o mercado e para a sociedade em geral.

O segundo maior gargalo está na base pessoal de conhecimento (dimensão 1), no qual o *gap* também se mostra, no geral, acentuado. Embora se perceba que em quase todos os cursos a situação melhora conforme o curso evolui ainda existem casos nos quais isso não ocorre. De toda forma, a base pessoal de conhecimento é fundamental para o exercício profissional, que vem logo a seguir, e cabe um olhar mais detalhado dos gestores dos cursos buscando resolver o que for possível disto. A dimensão 3, que fala do acesso e uso da informação, não tem um *gap* tão elevado, mas percebe-se também que há espaço para os gestores dos cursos atuarem, buscando melhorar os resultados. Afinal, quando se melhora a performance do acesso e uso da informação se gera um efeito em cadeia, melhorando outras

situações.

A dimensão 4, que envolve interação e retorno social com sabedoria, foi a que obteve o melhor resultado e apresentou, portanto, o menor *gap*, embora este ainda exista e possa ser combatido. O *gap* médio dos cursos ficou em torno do *gap* final geral (2,3), e evidencia que no presente caso nenhum curso se destacou muito além dos demais, ficando o desempenho geral muito semelhante. As variações que existem são em situações específicas e pontuais. Isso permite dizer que todos os egressos desses cursos têm potencial e competência para serem futuros negociadores internacionais, mas a existência do *gap* médio dos formandos em torno de 2 também alerta para o fato de que ninguém sai do Curso pronto, que todos têm algo a melhorar durante o Curso e depois dele, para efetivamente se tornarem e se manterem negociadores competentes na sua plenitude. A aprendizagem e a atualização são constantes e por toda a vida.

Na Dimensão 1 (base pessoal de conhecimento) a melhor performance média ficou com os Cursos de Relações Internacionais e Administração; na Dimensão 2 (acesso e uso de tecnologias) a melhor performance ficou como o Curso de Língua Aplicadas às Negociações Internacionais; na Dimensão 3 (acesso e uso da informação) o melhor desempenho ficou com o Curso de Relações Internacionais; e na Dimensão 4 (interação e uso da informação com sabedoria) ficou em

primeiro lugar o Curso de Administração. O Curso de Relações Internacionais ficou com o primeiro lugar geral. Embora, há de se ressaltar, a diferença em relação aos demais é pequena, já que o primeiro ficou com média 4,8 e os demais, todos com 4,7. Significa que todos são competentes profissionalmente e em informação e tem potencial para serem negociadores internacionais de mercado. Todavia, ressalta-se que a existência do *gap* é um alerta necessário para o não conformismo. Há espaço para melhorar, principalmente em termos de tecnologias (especialmente a cultura digital) e na formação base do conhecimento pessoal e, portanto, também profissional.

Ressalta-se ainda que cada Curso tem seus gargalos específicos e particulares e isso ficou evidente quando se analisou cada um detalhadamente ao longo desse capítulo. Cabe aos gestores desses Cursos, seus professores e seus alunos verificarem onde e no que cada um, mais urgentemente, deve melhorar.

Aos demais Cursos das mesmas áreas e outras áreas Brasil afora saibam que esses resultados apurados servem de alerta para todos, afinal de contas os Cursos se assemelham, atuam sobre a Diretriz Nacional Curricular. Todavia caso concederem ter particularidades melhores do que as apuradas aqui nada impede que usem do mesmo formulário presente e disponível no apêndice desse livro e apliquem em seus cursos. Já aos que querem aplicar levando em conta outras áreas de atuação que não a negociação internacional

de mercado também pode fazê-lo, mas devem adaptar, para isso, especialmente as perguntas da Dimensão 1. De um modo geral há espaço para melhoria dos Cursos em todas as áreas pesquisadas aqui e de futuras pesquisas. Dificilmente encontraremos um Curso perfeito. É utopia. Esse formato de pesquisa ajuda a perseguir essa utopia.

Retornando aos resultados apurados nessa pesquisa, ressalta-se que as dimensões, subdimensões e indicadores que apresentaram maior *gap* são as mais urgentes a melhorar. Todavia, o desempenho chegando a quase 5 permite afirmar que os egressos estarão chegando no mercado minimamente preparados para exercerem a função de negociadores internacionais com competência. Mas terão que ter a humildade de assumir que não sabem tudo, que tem muito a aprender sempre.

Também é importante verificar por que o crescimento durante o Curso não tem sido tão significativo em alguns indicadores. Se é aceitável no contexto em questão ou se serve de alerta e recomenda providências.

4

RESULTADOS DA PESQUISA EM PORTUGAL

A amostra em Portugal foi obtida junto as Universidade do Minho, Universidade do Porto e Universidade de Aveiro nos cursos de: Línguas e Relações Empresariais (LRE), Línguas e Relações Internacionais (LRI), Línguas Aplicadas, Relações Internacionais (RI), Gestão, Marketing, Estudos Culturais, Outros Cursos²².

Os Cursos escolhidos tiveram como critério de seleção o fato de depois de serem observados os objetivos do mesmo, o perfil do egresso e sua grade curricular, se pudesse observar a área internacional como possível campo de atuação do egresso e/ou disciplinas oferecidas que tinham alguma relação como negociações internacionais e/ou comércio internacional ou afins. Os que apresentavam essa característica eram selecionados para se tentar

²² Outros Cursos: envolve alunos que responderam à pesquisa estando em sala de aula dos Cursos afins pesquisados, mas que eram de outros cursos, e fizeram questão de responder ao questionário.

aplicar o questionário. Depois disso se esses cursos existissem nas Universidades de Aveiro, Universidade do Porto e Universidade do Minho, seus diretores (coordenadores) eram contatados por e-mail pedindo autorização para que o questionário fosse aplicado em sala de aula. Em todos que autorizavam a pesquisa foi aplicada.

Importante ressaltar, também foi escolhido para a pesquisa, além dos que aparecem na tabela, o Curso de Economia²³. Todavia, em nenhuma das três universidades obteve-se resposta e/ou autorização para aplicar o questionário neste curso. Como o critério era apenas aplicar os questionários onde fosse obtida autorização²⁴ Economia ficou de fora. Pela mesma razão alguns dos Cursos com o mesmo nome nas três Universidades, não tiveram o questionário aplicada nas três, mas sim apenas na que autorizou a pesquisa²⁵. A tabela que segue traz mais detalhes da caracterização da amostra pesquisada.

²³ Também, inicialmente, foi escolhido o Curso de Gestão Comercial para que a pesquisa, mas depois se observou que este Curso não fazia parte diretamente da Universidade de Aveiro, mas sim do seu Instituto técnico e que ficava em outro local. Então a pesquisa acabou não sendo aplicada no referido Curso.

²⁴ Importante ressaltar que alguns diretores pediam que o pedido fosse remetido antes para instâncias superiores ou Comissões Científicas. Todos os procedimentos indicados foram feitos, todavia muitos não deram retorno.

²⁵ Mesmo assim em alguns Cursos não se conseguiu aplicar para três turmas (iniciantes, intermediários, concluintes) pois em alguns casos mesmo o diretor dando o sinal positivo para a pesquisa, ainda era necessário contatar formalmente por e-mail os professores das disciplinas solicitando autorização e algumas vezes não se obtinha resposta. Por essa razão não foi possível aplicar o comparativo de evolução (iniciantes, intermediários, concluintes) dos indicadores, subdimensões e dimensões pesquisadas em alguns dos cursos.

Tabela 10: Síntese da pesquisa em Portugal²⁶: Perfil dos respondentes

Curso	Respondentes	% do todo	Feminino	% do Curso	Masculino	% do Curso	NR	% do Curso
GESTÃO	48	11,8%	31	64,6%	17	35,4%	0	0,0%
LÍNGUAS E R. EMP.(LRE)	64	15,8%	56	87,5%	7	10,9%	1	1,6%
ESTUDOS CULTURAIS	35	8,6%	22	62,9%	13	37,1%	0	0,0%
MARKETING	57	14,0%	41	71,9%	16	28,1%	0	0,0%
LÍNGUA E R. INT. (LRI)	77	19,0%	59	76,6%	17	22,1%	1	1,3%
LÍNGUAS APLICADAS	37	9,1%	29	78,4%	8	21,6%	0	0,0%
RELAÇÕES INTERN (RI)	57	14,0%	36	63,2%	20	35,1%	1	1,8%
Outros Cursos	31	7,6%	26	83,9%	5	16,1%	0	0,0%
Totais	406	100,0%	300	73,9%	103	25,4%	3	0,7%

Curso	Respondentes	Portugueses	Estrangeiros	% Estrang.	U.Aveiro	U.Porto	U.Minho	Outras IES
GESTÃO	48	43	5	10,4%	47	0	1	0
LÍNGUAS E R. EMP.(LRE)	64	54	10	15,6%	64	0	0	0
ESTUDOS CULTURAIS	35	33	2	5,7%	0	1	33	1
MARKETING	57	49	8	14,0%	0	0	57	0
LÍNGUA E R. INT. (LRI)	77	52	25	32,5%	0	77	0	0
LÍNGUAS APLICADAS	37	19	18	48,6%	2	29	1	5
RELAÇÕES INTERN (RI)	57	46	11	19,3%	0	0	56	1
Outros Cursos	31	27	4	12,9%	5	9	17	0
Totais	406	323	83	20,4%	118	116	165	7

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: * **NR** = Não Respondeu; **LRE** = Línguas e Relações Empresariais; **LRI** = Línguas e Relações Internacionais; **RI** = Relações Internacionais; **Outros Cursos**: Ciência da Comunicação: jornalismo, assessoria e multimídia; Estudos Portugueses e Lusófonos; Engenharia Ambiental; Ciências Biológicas; "Erasmus"; **Outras (Universidades - Estudos Culturais)**: Palacký University Omolouc (Rep. Tcheca); **Outras (Universidades - Línguas Aplicadas)**: Universidade Maria Curie Sklodowska (Lublin, Polônia); University College London (Inglaterra); Saint-Etienne, Université Lyon 2, Université Lyon 3 (França); **Outras (Universidades - Relações Internacionais)**: Universidade de Évora

²⁶ Nosso agradecimento especial aos Coordenadores dos Cursos que autorizaram que os questionários fossem aplicados em sala de aula e aos professores que permitiram que parte de sua aula fosse utilizada para aplica-lo.

Observou-se que em todos os Cursos a maioria dos estudantes são do sexo feminino. Ao final da pesquisa, em Portugal, obteve-se 300 (73,9%) questionários de alunos do sexo feminino e 103 (25,4%) do sexo masculino, sendo que três (0,7%) não responderam esse item. Ou seja, praticamente 3/4 dos estudantes são mulheres e apenas 1/4 são homens. Não podemos afirmar se isso se repete nos demais cursos das universidades portuguesas, mas fica evidente que as mulheres estão buscando mais qualificação que os homens, ao menos optando mais para esses cursos. E não se pode dizer que em Portugal trata-se de um fenômeno apenas dos cursos de humanas, pois a predominância feminina também se observou nos cursos de Gestão, Marketing, Relações Internacionais e "outros cursos" que são a maioria da área das Sociais Aplicadas.

Quanto à nacionalidade dos respondentes, percebe-se que praticamente 80% dos alunos são portugueses e 20% são estrangeiros. Chama a atenção a presença de mais de duas dezenas de nacionalidades no ambiente universitário português entre os respondentes desta pesquisa.

Tabela 11: Origem dos alunos das universidades portuguesas: mais de duas dezenas de nacionalidade

Nacionalidade	Gestão	Línguas R. Empr.	Est. Culturais	Marketing	Língua R. Int.	Línguas Aplic.	Rel. Int (RI)	Outros Cursos	Total	%
Portugueses	43	54	33	49	52	19	46	27	323	79,6%
Brasileira	4	5	0	5	13	6	9	3	45	11,1%
Francesa	0	0	0	1	1	5	0	0	7	1,7%
Angolana	0	1	0	0	1	1	0	0	3	0,7%
Inglesa/Britânica	0	0	0	0	1	1	0	1	3	0,7%
Moçambicana	0	0	0	0	2	0	1	0	3	0,7%
Venezuelana	0	1	0	0	0	1	1	0	3	0,7%
Alemã	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0,5%
Canadense	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0,2%
Eslovaca	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%
Timorense	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,2%
Polonesa	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%
Luxemburgues	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,2%
Sul-Africana	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,2%
Tcheco	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0,2%
Romena	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,2%
Russa	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%
Austriaco	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,2%
Biolorussa	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,2%
Suiça	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%
Dupla: Portuguesa/Francesa	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,2%
Dupla: Portuguesa/Espanhola	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0,2%
Dupla: Portuguesa/Inglesa	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,2%
Dupla: Italiana/Brasileira	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%
Dupla: Mexicana/Brasileira	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%
Total	5	10	2	8	25	18	11	4	406	100,0%

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O maior número de estrangeiros é brasileiro (11,1%), mostrando ser Portugal um destino relevante dos jovens do Brasil que cursam o ensino superior no exterior. Mesmo que a universidade pública é com coparticipação do estudante (paga uma parte) e o estrangeiro nem sempre consegue o abatimento de parte do pagamento por conta da nacionalidade, e mesmo existindo universidades públicas brasileiras gratuitas, percebe-se que, ainda assim, uma parcela dos alunos preferem estudar e viver em Portugal. Evidente que outros brasileiros vão para outros países também para estudar, todavia esse capítulo trata exclusivamente da situação observada em Portugal.

A seguir serão apresentados os demais resultados da pesquisa, baseados no questionário que foi desenvolvido e aplicado, considerando as quatro dimensões de competência em informação do modelo de Satur (2017) e que se encontra nos apêndices deste livro.

4.1 Dimensão 1: Formação da base pessoal de conhecimento em Portugal

Nessa dimensão buscou-se saber o quanto o aluno se sentia seguro com o conhecimento adquirido junto ao meio que vive e na Universidade, levando em conta várias disciplinas e componentes

curriculares que são relevantes para quem será um futuro negociador internacional. Como já dito, o resultado é fruto da percepção do aluno sobre sua base de conhecimento pessoal baseado em sua autocrítica.

4.1.1 Nível que se encontra a base do conhecimento pessoal e profissional dos estudantes por Curso em Portugal

A pesquisa feita apresenta inicialmente os seguintes dados e informações sobre a base de conhecimento pessoal e profissional que os alunos respondentes de Portugal percebem que tem:

Tabela 12: Resultados Apurados dos Cursos em Portugal

Curso	Situação: Etapa no Curso	Assuntos da profissão do dia a dia	Comércio exterior (Imp./exp.)	Língua Inglesa	Outras línguas estrangeiras	Negociação	Uso da informação ao negociar	Interculturalidade e diversidade cultural	Ética	Gestão	Marketing	Economia	Contabilidade, custos e formação de preço	Pesquisa Aplicada, inclusive de mercado	Matemática e Estatística	Tecnologias (TDICs)	Empreendedorismo	Direito, Legislações e Aduanas	Relações Internacionais e Geopolítica	Língua nativa (do país de origem)	Línguas nativas dos países destino (de atuação)	Conteúdos Interdisciplinares	Mercado, área ou setor que atuará
GESTÃO	Inicial	3,6	2,6	4,9	2,5	3,1	3,4	4,1	4,4	4,4	3,6	4,0	4,1	2,9	3,9	4,7	3,4	3,6	2,9	6,4	4,3	3,7	3,2
GESTÃO	Intermediária	3,7	3,7	5,0	2,9	3,2	3,7	4,3	5,2	5,2	4,8	4,4	4,8	3,7	5,1	4,8	3,7	4,1	3,6	6,4	4,4	4,4	3,9
GESTÃO	Final	4,0	2,8	5,2	3,0	3,6	3,0	3,8	5,4	5,2	4,4	4,0	5,0	4,0	4,6	5,2	4,6	3,8	2,6	6,0	3,2	3,6	3,6
GESTÃO	Nível Médio de Conhecimento	3,6	2,9	4,9	2,6	3,2	3,4	4,1	4,7	4,6	3,9	4,1	4,3	3,1	4,2	4,8	3,6	3,7	3,0	6,4	4,2	3,9	3,4
GESTÃO	Gap Médio	3,4	4,1	2,1	4,4	3,8	3,6	2,9	2,3	2,4	3,1	2,9	2,7	3,9	2,8	2,2	3,4	3,3	4,0	0,6	2,8	3,1	3,6
LRE	Inicial	3,3	2,9	5,7	4,6	2,9	2,8	3,7	4,4	4,0	3,2	3,2	2,5	2,3	2,2	3,4	3,1	2,4	2,8	6,3	4,6	3,5	2,8
LRE	Intermediária	3,9	3,5	5,9	4,6	3,5	3,8	5,2	4,4	3,8	4,2	3,2	2,1	3,1	2,1	4,5	3,4	2,5	3,3	6,7	4,9	4,2	3,6
LRE	Final	3,8	3,6	6,4	5,1	4,3	4,4	5,4	4,4	4,5	4,4	3,4	2,5	3,6	2,8	4,8	3,7	2,1	3,1	6,7	4,7	4,1	3,8
LRE	Nível Médio de Conhecimento	3,6	3,3	5,9	4,7	3,4	3,5	4,6	4,4	4,1	3,8	3,2	2,4	2,8	2,3	4,0	3,3	2,3	3,0	6,5	4,7	3,8	3,3
LRE	Gap Médio	3,4	3,7	1,1	2,3	3,6	3,5	2,4	2,6	2,9	3,2	3,8	4,6	4,2	4,7	3,0	3,7	4,7	4,0	0,5	2,3	3,2	3,8
E.CULTURAIS	Inicial	2,9	2,2	5,8	3,5	2,9	3,2	4,3	3,8	2,6	2,4	2,4	2,3	2,8	2,6	4,8	3,1	2,3	2,9	6,4	4,3	3,7	2,6
E.CULTURAIS	Intermediária	3,5	2,5	6,0	4,7	2,4	2,5	5,1	4,4	2,7	2,4	2,1	2,3	2,6	2,0	4,2	3,4	2,1	2,7	6,5	4,6	3,8	2,9
E.CULTURAIS	Final	3,0	2,5	5,8	3,5	2,5	3,3	5,3	3,8	2,5	3,5	2,5	2,3	2,8	2,8	4,8	3,3	2,5	2,8	6,8	5,5	3,3	3,0
E.CULTURAIS	Nível Médio de Conhecimento	3,2	2,3	5,9	4,0	2,7	2,9	4,7	4,0	2,7	2,5	2,3	2,3	2,7	2,3	4,5	3,3	2,2	2,8	6,5	4,6	3,7	2,8
E.CULTURAIS	Gap Médio	3,8	4,7	1,1	3,0	4,3	4,1	2,3	3,0	4,3	4,5	4,7	4,7	4,3	4,7	2,5	3,7	4,8	4,2	0,5	2,4	3,3	4,2
MARKETING	Inicial	3,5	2,7	4,9	2,7	3,3	3,4	3,8	4,2	3,8	4,7	3,7	2,9	2,8	3,0	4,0	3,7	3,0	2,7	5,9	3,8	3,5	3,4
MARKETING	Intermediária	3,9	2,9	5,8	3,9	3,8	4,1	4,3	4,5	4,6	5,9	4,8	3,5	4,3	3,6	4,5	3,5	3,9	3,3	6,4	4,4	4,0	4,0
MARKETING	Final	4,3	4,2	4,8	3,5	4,7	4,7	4,5	5,0	5,2	5,8	4,3	4,5	4,3	4,3	5,5	4,2	4,0	3,0	6,0	3,5	4,2	4,3
MARKETING	Nível Médio de Conhecimento	3,6	2,9	5,0	3,0	3,5	3,7	3,9	4,4	4,1	5,0	3,9	3,2	3,2	3,2	4,2	3,7	3,3	2,8	5,9	3,8	3,6	3,6
MARKETING	Gap Médio	3,4	4,1	2,0	4,0	3,5	3,3	3,1	2,6	2,9	2,0	3,1	3,8	3,8	3,8	2,8	3,3	3,7	4,2	1,1	3,2	3,4	3,4
LRI	Inicial	3,0	2,9	6,4	5,2	3,1	3,3	5,0	4,8	3,2	3,1	4,2	2,6	2,7	2,9	3,9	3,2	3,5	4,6	6,4	5,0	4,2	3,4
LRI	Intermediária	3,7	3,6	6,1	5,3	3,0	3,4	5,4	4,8	2,9	3,1	4,3	2,8	3,1	2,8	3,8	3,0	3,6	4,9	6,5	5,2	4,3	3,4
LRI	Final	3,7	4,6	5,9	4,9	3,7	4,6	6,0	4,7	3,1	2,6	4,7	3,0	3,7	2,1	3,3	2,6	3,6	5,7	6,6	6,0	5,1	5,1
LRI	Nível Médio de Conhecimento	3,3	3,3	6,2	5,2	3,1	3,5	5,3	4,8	3,1	3,0	4,3	2,7	2,9	2,8	3,8	3,1	3,6	4,8	6,5	5,2	4,3	3,6
LRI	Gap Médio	3,7	3,7	0,8	1,8	3,9	3,5	1,7	2,2	3,9	4,0	2,7	4,3	4,1	4,2	3,2	3,9	3,4	2,2	0,5	1,8	2,7	3,4
LAPLICADAS	Inicial	3,6	2,7	5,8	4,6	2,4	2,8	5,2	4,7	3,1	3,0	2,1	1,9	2,3	3,1	3,7	2,9	1,9	2,9	6,6	4,8	3,3	2,8
LAPLICADAS	Intermediária	3,9	3,1	6,1	5,2	2,9	2,9	5,2	4,8	3,6	3,2	3,8	2,7	2,8	2,3	4,5	3,4	2,8	3,5	6,8	5,7	4,2	3,4
LAPLICADAS	Final	3,4	3,1	6,1	5,1	2,1	2,6	4,8	4,6	2,7	2,9	3,1	2,1	2,2	1,3	3,9	2,8	3,1	4,0	6,7	4,9	3,2	3,2
LAPLICADAS	Nível Médio de Conhecimento	3,7	2,9	6,0	4,9	2,5	2,8	5,1	4,7	3,2	3,1	2,9	2,2	2,5	2,4	4,1	3,0	2,5	3,4	6,7	5,1	3,6	3,1
LAPLICADAS	Gap Médio	3,3	4,1	1,0	2,1	4,5	4,2	1,9	2,3	3,8	3,9	4,1	4,8	4,5	4,6	2,9	4,0	4,5	3,6	0,3	1,9	3,4	3,9
RI	Inicial	3,3	3,5	6,0	3,8	2,9	3,0	4,8	4,4	3,0	3,1	3,5	2,5	2,6	3,3	4,5	3,3	3,0	4,5	6,4	4,8	3,7	3,0
RI	Nível Médio de Conhecimento	3,2	3,5	6,0	3,9	2,9	3,0	4,8	4,4	3,0	3,1	3,6	2,5	2,6	3,4	4,4	3,2	3,0	4,5	6,4	4,8	3,7	3,0
RI	Gap Médio	3,8	3,5	1,0	3,1	4,1	4,0	2,2	2,6	4,0	3,9	3,4	4,5	4,4	3,6	2,6	3,8	4,0	2,5	0,6	2,2	3,3	4,0
Outros C.	Intermediária	3,0	2,9	5,1	3,5	2,7	2,9	4,6	4,6	3,2	3,4	3,2	2,7	2,8	2,9	4,1	3,4	2,6	3,0	6,1	4,6	3,7	3,2
Outros C.	Final	3,4	1,9	5,9	3,7	1,9	2,6	4,9	4,6	3,6	4,0	3,4	3,0	2,1	3,0	3,1	3,4	2,6	2,7	6,6	4,4	4,9	3,3
Outros C.	Nível Médio de Conhecimento	3,1	2,7	5,3	3,6	2,5	2,9	4,7	4,5	3,3	3,5	3,2	2,7	2,7	2,9	3,8	3,4	2,6	2,9	6,2	4,6	4,0	3,2
Outros C.	Gap Médio	3,9	4,3	1,7	3,4	4,5	4,1	2,3	2,5	3,7	3,5	3,8	4,3	4,3	4,1	3,2	3,6	4,4	4,1	0,8	2,4	3,0	3,8
GERAL	Inicial	3,3	2,9	5,6	3,8	3,0	3,2	4,4	4,4	3,5	3,4	3,5	2,8	2,7	3,1	4,1	3,3	3,0	3,5	6,3	4,5	3,7	3,1
GERAL	Intermediária	3,6	3,2	5,7	4,4	3,0	3,3	5,0	4,6	3,4	3,6	3,6	2,8	3,0	2,8	4,2	3,3	3,0	3,6	6,5	4,9	4,1	3,4
GERAL	Final	3,7	3,3	5,9	4,4	3,4	3,7	5,1	4,6	3,9	4,0	3,6	3,0	3,3	2,8	4,3	3,5	2,9	3,4	6,5	4,7	4,1	3,8
GERAL	Nível Médio de Conhecimento	3,4	3,1	5,7	4,1	3,1	3,3	4,7	4,5	3,5	3,5	3,6	2,8	2,9	3,0	4,2	3,3	3,0	3,5	6,4	4,7	3,9	3,3
GERAL	Gap Médio	3,6	3,9	1,3	2,9	3,9	3,7	2,3	2,5	3,5	3,5	3,4	4,2	4,1	4,0	2,8	3,7	4,0	3,5	0,6	2,3	3,1	3,7

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

A maioria dos indicadores apresentam evolução nos respectivos Cursos e no geral. Todavia, alguns itens apresentaram involução ou oscilação. Significa dizer que em alguns casos os formandos estão mais inseguros quanto ao domínio de alguns temas do que os ingressantes ou os intermediários. Isso pode ser inclusive decorrência da sua maior autocrítica desenvolvida ao longo do Curso.

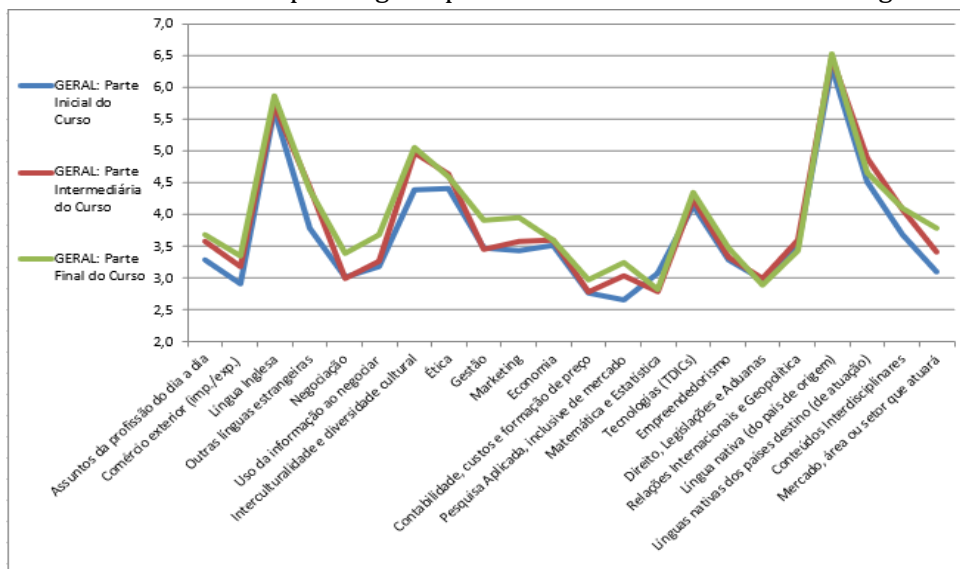
Outro aspecto que chama a atenção é que na média geral e no *gap* geral, em dez casos, o *gap* ficou maior que a média, e em mais três casos ocorreu igualdade. Apenas em nove casos a percepção de desempenho médio ficou superior ao *gap*. Sempre é importante ressaltar que o desempenho médio pode variar se comparado a média dos desempenhos de ingressantes, intermediários e concluintes, pois o número de respondentes ingressantes é maior que o número de respondentes intermediários e também superior ao número de respondentes concluintes.

O melhor desempenho médio dos alunos foi em *Língua Nativa de seu país de origem* (6,4 de desempenho com *gap* de 0,6), seguido de *Língua Inglesa* (5,7 de desempenho com *gap* de 1,3) e de *Língua Nativa do país destino onde se pretende trabalhar*, também *Interculturalidade e Diversidade Cultural* com média de 4,7 de desempenho e 2,3 de *gap*. Os desempenhos médios mais fracos e, portanto *gaps* mais elevados ficaram por conta de *Contabilidade, Custos e Formação de Preço* (2,8 de desempenho com *gap* de 4,2);

seguido de *Pesquisa Aplicada*, incluído *pesquisa de mercado* (2,9 de desempenho com *gap* de 4,1); *Matemática e Estatística*; e *Direito, Legislações e Aduana*, ambos com 3,0 de desempenho e *gap* de 4,0; *Técnicas de Negociações*; e *Prática Operacional de Comércio Exterior (Rotinas para Importar e Exportar)* tiveram 3,1 de desempenho e *gap* de 3,9, em ambos os casos.

Percebe-se que áreas importantes do conhecimento para atuar como negociadores internacionais apresentaram desempenho baixo e *gaps* elevados. Isso significa que os respectivos Cursos apesar de relevantes e com potencial para formar negociadores internacionais de mercado, ainda não estão focando o suficiente no tema, mesmo que seus alunos tenham o que é mais relevante e, por vezes, mais demorado para ter fluência, que é domínio da língua estrangeira, especialmente o Inglês. Pode-se dizer que os negócios e negociações internacionais de mercado é uma área com maior potencial de mercado de trabalho para os egressos desses Cursos. Mas para que esses egressos ocupem este espaço eles precisam se preparar minimamente para essa área. Isso fica patente, por exemplo, quando assuntos como *Negociação* e também *Comércio Exterior* aparecem com elevados *gaps*.

Gráfico 31: Desempenho geral por indicador dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O gráfico anterior reflete a média geral dos alunos portugueses que participaram da pesquisa e não consegue deixar evidente que a linha verde (representada pelos alunos concluintes) está acima das demais linhas. A linha verde estar acima das demais era esperado e desejado se considerarmos que o nível de conhecimento evolui no decorrer do Curso. Todavia, há de se ressaltar que esse gráfico representa a percepção dos alunos, baseado em sua autocrítica. Pode perfeitamente ter ocorrido dos alunos concluintes serem mais críticos consigo mesmos e sobre seus conhecimentos do que os alunos iniciantes e isso pode ter causado tal distorção. O fato é que, em termos de percepção, não se evidencia nos concluintes, de uma

maneira geral, uma certeza de que estão mais avançados e seguros de terem mais domínio de conhecimento em várias disciplinas relevantes a profissão de negociador internacional de mercado, do que os alunos intermediários e iniciantes. Faz-se aqui a ressalva que em algumas disciplinas/assuntos a evolução fica evidente, mas na maioria dos casos não fica evidente.

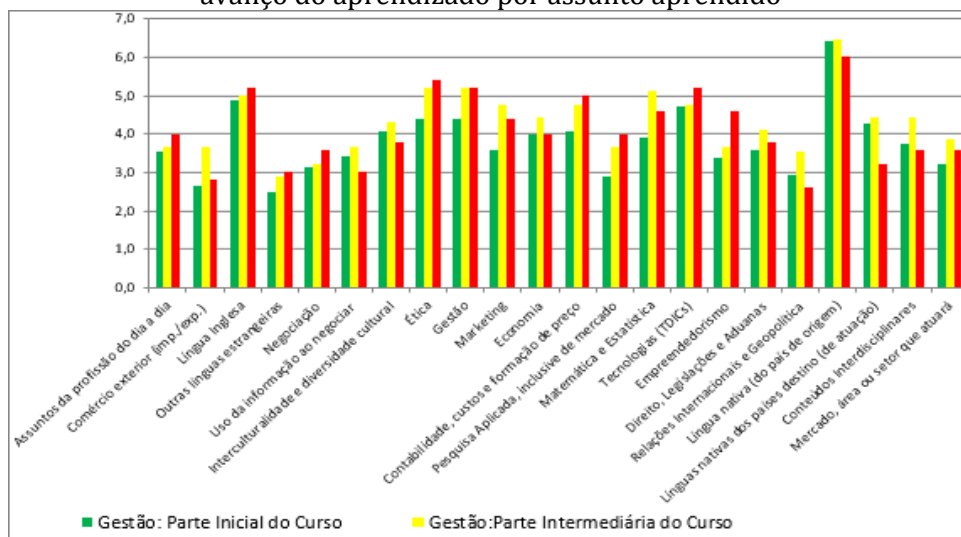
A seguir será observado essa situação Curso por Curso:

A) Gestão (Portugal)

O Curso de Gestão em Portugal é o equivalente ao Curso de Administração no Brasil e quando se refere ao Curso de Administração em Portugal está se remetendo mais ao equivalente ao Curso de Gestão Pública no Brasil.

No Curso de Gestão em Portugal se obteve como resultados o que segue.

Gráfico 32: Percepção dos estudantes de Gestão de Portugal quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



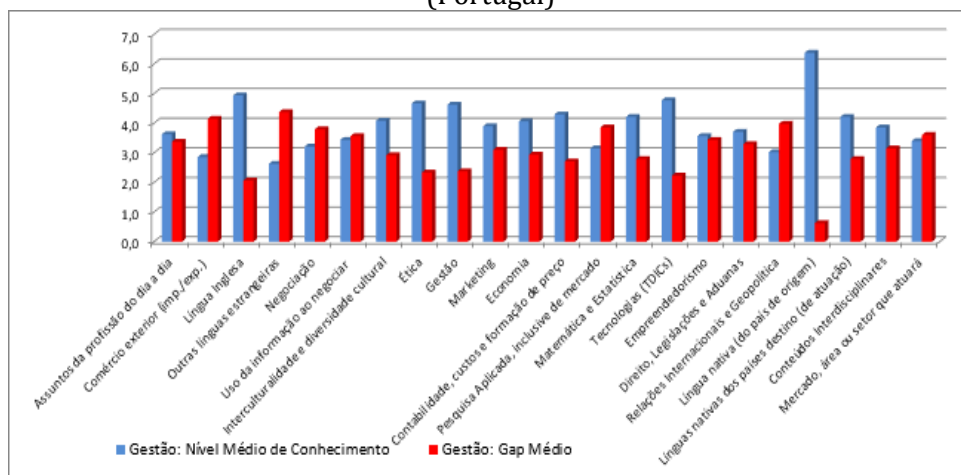
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico anterior se pode observar que em algumas áreas do conhecimento é perceptível a evolução dos estudantes na sua percepção de aprendizagem obtida durante o Curso. Em outras, essa evolução não é percebida. Ressaltamos novamente que se trata de percepção do estudante e o fato de, por exemplo, o formando talvez ser mais autocrítico que o ingressante quanto ao seu conhecimento já pode ser limitante para esse tipo de resultado. Todavia, com os resultados apresentados, deixa-se relevantes contribuições para que os Cursos repensem e revejam como e quanto trabalham sobre temas e áreas aqui pesquisadas. Assim podem melhorar ou ampliar sua abordagem, levando em conta que para o Curso, sua direção

(coordenação) e docentes é relevante ver a área das Negociações Internacionais como mais uma área potencial de atuação de seus egressos.

Percebe-se evolução clara, enquanto o aluno de Gestão cursa a referida licenciatura, em temas como: *Conhecimentos sobre Assuntos do Dia a Dia da Profissão; Língua Inglesa e Outras Línguas Estrangeiras; Técnicas de Negociação; Ética; Gestão; Contabilidade, Custos e Formação de Preços; Pesquisa Aplicada, incluso a pesquisa de mercado; Tecnologias (TDICs); e Empreendedorismo*. As demais áreas não apresentaram evolução tão evidente.

Gráfico 33: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Gestão (Portugal)



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Quanto à segurança de conhecimento na área (*gaps* menores)

se destacam: *Língua Nativa do país de origem; Língua Inglesa; Tecnologias (TDICs); Ética; e Gestão*. Os *gaps* médios mais acentuados e assim com desempenho de conhecimento menor, foram: *Outras Línguas Estrangeiras (exceto o Inglês); Rotinas e Procedimentos de Comércio Exterior (Sistemática de Exportação e Importação); Relações Internacionais e Geopolítica; Pesquisa Aplicada, incluso a pesquisa de mercado*. Essas áreas que apresentaram *gaps* maiores são áreas relevantes para um futuro negociador internacional de mercado e, portanto, recomenda-se atenção especial para reduzi-los sempre que possível.

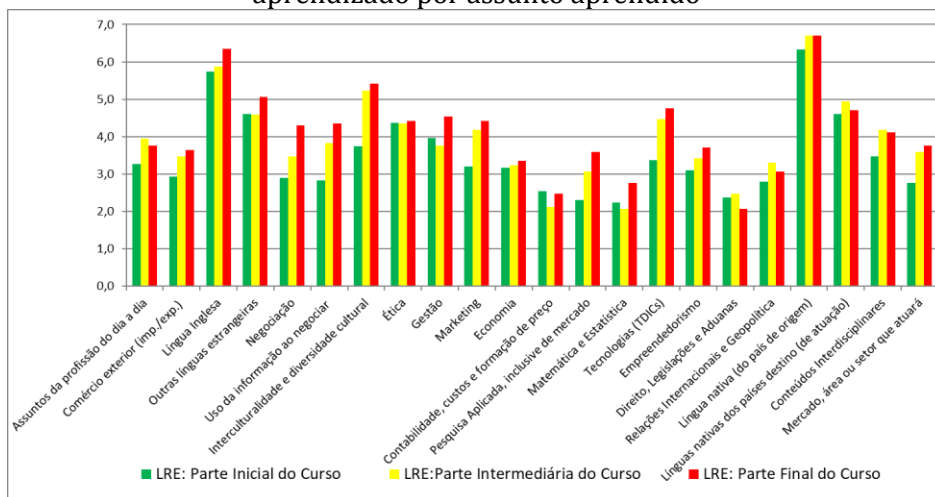
B) Línguas e Relações Empresariais (LRE - Portugal)

O curso de Línguas e Relações Empresariais (LRE) de Portugal tem grande semelhança aos Cursos de Línguas Estrangeiras Aplicadas (LEAs) do Brasil, especialmente os de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais. Todavia, não segue exatamente a mesma lógica enquanto componentes curriculares desenvolvidos.

A seguir, apresenta-se a percepção dos alunos de Línguas e Relações Empresariais (LRE) quanto a evolução da segurança de domínio dos conteúdos (conhecimento por área e assunto) comparado aos diferentes momentos do Curso, para verificar se é percebida melhoria ao longo do Curso. Essa evolução deve servir como um

indicativo, mas não deve ser considerado como algo definitivo, tendo em vista que é fruto da percepção do aluno e não de uma prova de conhecimento a eles aplicada. Isso por exemplo, pode fazer um aluno mais veterano, por ser mais autocrítico, até colocar valores menores que iniciantes. Todavia, serve como um indicador apontando para temas que os gestores dos Cursos, os seus docentes e os próprios alunos devem olhar com mais atenção se querem ter nos egressos de seu Curso futuros negociadores internacionais de mercado.

Gráfico 34: Percepção dos estudantes de LRE Portugal quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido

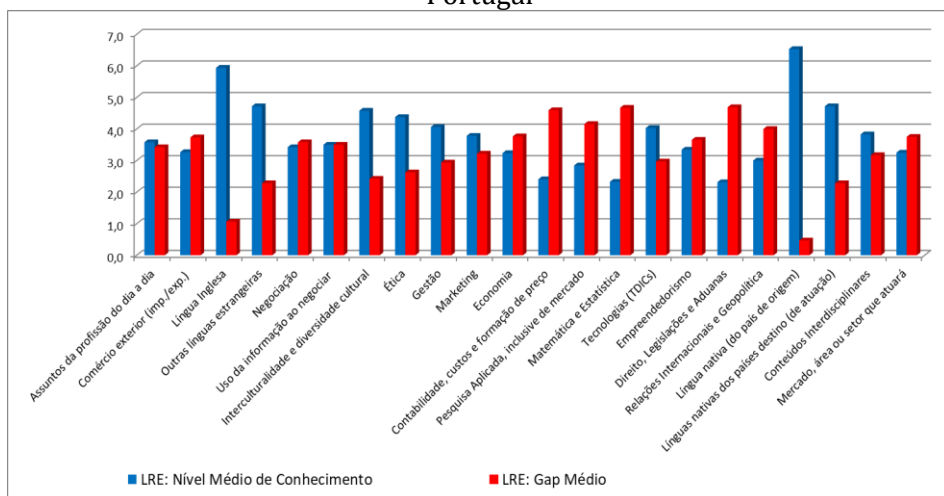


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Como em LRE a amostra ficou melhor distribuída, ou seja, os respondentes iniciantes, intermediários e concluintes foram em números mais próximos que os demais Cursos, se percebe algumas

uniformidades interessantes. Nele se pode perceber que houve evolução comparando iniciantes, intermediários e concluintes em praticamente todas as áreas do conhecimento, mostrando que o Curso, de alguma forma, contribui para o crescimento de segurança em conhecimentos em diversas áreas. A exceção mais perceptível foi o conhecimento em *Direito, Legislação e Aduana*. Também certa oscilação em *Contabilidade, Custos e Formação de Preços*. Nos demais itens, mesmo que em alguns casos com pequeno crescimento, ainda assim é perceptível avanço se comparado os iniciantes com os concluintes.

Gráfico 35: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos LRE Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O gráfico acima, que mostra a média de conhecimento do Curso

de LRE por assunto e o seu *gap*. Evidencia que os alunos têm mais segurança do seu conhecimento na sua *Língua Nativa*; seguida da *Língua Inglesa*; *Outras Línguas (exceto o Inglês)*; *Língua Nativa do país no qual pretendem atuar*; *Interculturalidade e Diversidade Cultural*; e *Ética*. Já eles têm menos segurança (*gaps* maiores que o desempenho) em: *Direito, Legislação e Aduana*; *Matemática e Estatística*; *Contabilidade, Custo e Formação de Preço*; *Pesquisa Aplicada (inclusive de mercado)*; *Relações Internacionais e Geopolítica*; *Conhecimento do Mercado*; *Economia*; *Rotinas de Comércio Exterior (Operações de Importação e Exportação)*; *Empreendedorismo*; *Técnicas e Táticas de Negociação*. O indicador *Saber como Usar a Informação* gerou um empate entre desempenho e *gap*.

Baseado nesses resultados a direção do Curso e da Universidade podem pensar em formas de melhorar o desempenho em áreas nas quais se considera que o desempenho foi baixo e o Curso considera que deveria ser melhor, levando em conta que deseja que o espaço profissional de negociador internacional de mercado também seja ocupado pelos profissionais LRE.

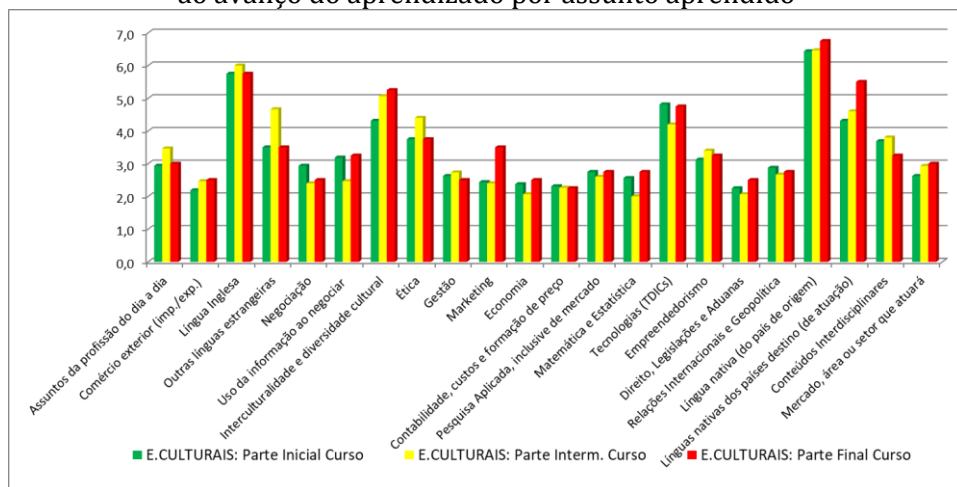
C) Estudos Culturais (Portugal)

Estudos Culturais é um Curso diferenciado que existe em Portugal e chama a atenção pelo espaço ocupado, pois vê na cultura

um campo de atuação profissional pleno e abrangente e não fragmentado como no Brasil. Tanto é verdade que nos seus currículos constam componentes voltados para, no mínimo, duas línguas, suas disciplinas optativas permitem escolher componentes curriculares relacionados a negócios nacionais e internacionais.

No curso de Estudos Culturais, em Portugal, a percepção dos estudantes respondentes foi a que segue no gráfico.

Gráfico 36: Percepção dos estudantes de Estudos Culturais (Portugal) quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

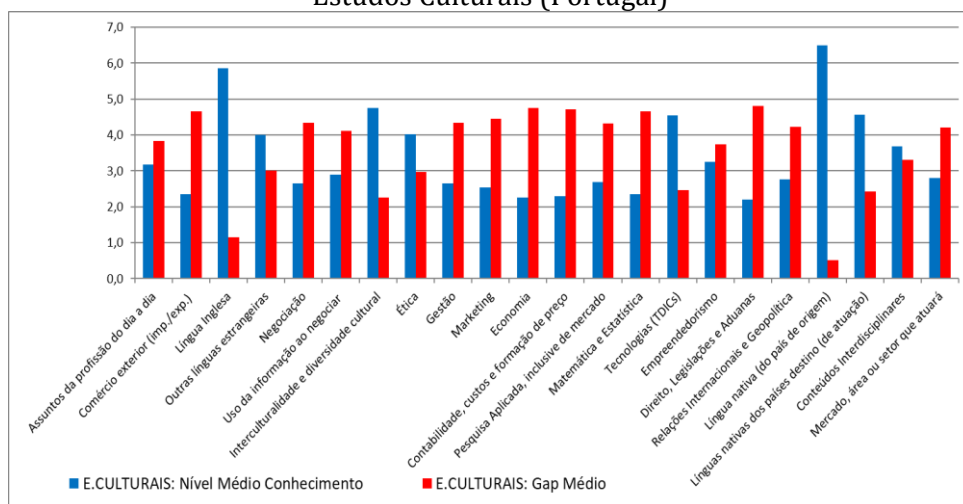
Por esse gráfico, se buscou saber se existia evolução perceptível comparando as respostas dos alunos ingressantes, intermediários e concluintes. Ou seja, no que os alunos estão obtendo aquisição de conhecimento dentro do Curso. Evidente que por ser

apenas a percepção da opinião do aluno, se o formando for mais autocrítico que o ingressante pode distorcer em parte o resultado. Bem como, observa-se que não se fez uma prova de conhecimentos sobre os temas em si, mas foi perguntado a percepção do aluno em relação a si mesmo sobre os temas.

A evolução da percepção da aprendizagem nos diversos conteúdos evidencia a melhora expressiva no tema mais relevante, que é sobre *Interculturalidade e Diversidade Cultural*. Há um claro e evidente crescimento dos alunos comparando os iniciantes com os intermediários e concluintes. Também se percebe clara evolução na melhoria da *Língua Nativa* do aluno e na *Língua Nativa do país que ele pretende atuar*. Também apresenta evolução de conhecimento no *Marketing*, no *Conhecimento sobre o Mercado* e no *Comércio Exterior*, embora o desempenho seja bem menor se comparado com os indicadores antes comentados. Nos demais indicadores não fica evidente a evolução no decorrer do Curso. Isso talvez aconteça pelo fato de a amostra de alunos concluintes ter sido pequena, ou porque esses concluintes são mais críticos de seu próprio nível que os alunos de outras fases do Curso. Num âmbito geral, as *Línguas Nativas*, a *Língua Inglesa*, e as *Outras Línguas Estrangeiras* e a *Interculturalidade e Diversidade Cultural*, seguido de *Ética*, *Tecnologias (TDICs)* e *Conteúdos Interdisciplinares*, são os temas que eles sentem mais segurança, ingressando em boa performance e saindo em melhor

performance. Todavia, fica a sugestão para que a direção do Curso e docentes observem quais dessas variáveis seria relevante dar maior atenção, para melhorar a percepção de aprendizagem dos seus formandos.

Gráfico 37: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Estudos Culturais (Portugal)



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O gráfico que acaba de ser apresentado traz as médias gerais dos alunos do Curso de Estudos Culturais e suas percepções do desempenho que sentem ter para os conteúdos diversos. Os indicadores mostram que, na média, esse aluno tem muitos *gaps*, superando o desempenho, o que significa que muito pode ser melhorado em diversos temas relevantes para que os alunos de Estudos Culturais, se quiserem, possam também atuar como futuros

negociadores internacionais e interculturais de mercado, aproveitando este espaço como campo profissional de atuação.

Em oito indicadores (*Língua Nativa; Língua Inglesa; Interculturalidade e Diversidade Cultural; Língua Nativa do país destino que pretende atuar; Outras Línguas Estrangeiras - além do Inglês -; Tecnologias (TDICs); Ética; e Conteúdos Interdisciplinares*) os alunos tem performance média acima do *gap*. Nos demais indicadores o *gap* superou a performance média ficando, portanto, como um ponto de reflexão para esse aluno e também para seus docentes e gestores do Curso sobre o que pode ser feito para que esses resultados melhorem e cada vez mais os alunos saiam mais aptos como egressos capazes de ocuparem esses potenciais espaços profissionais.

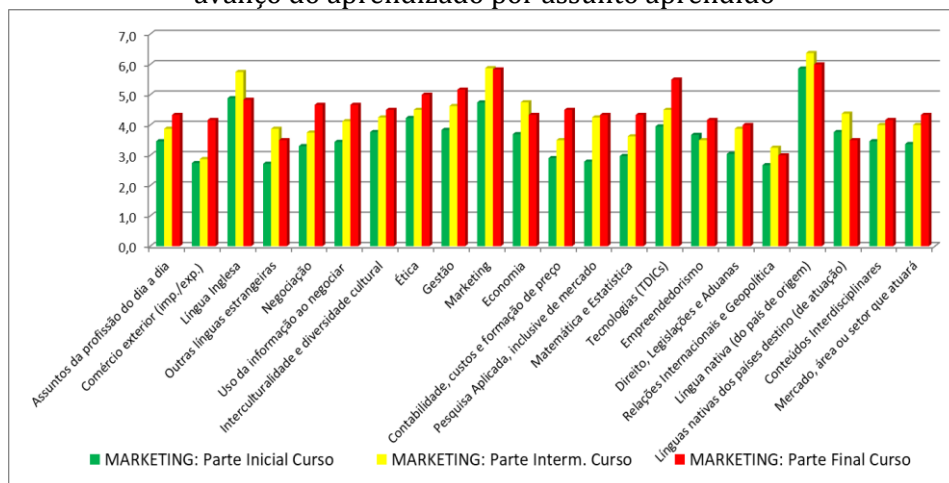
D) Marketing (Portugal)

O Curso de Marketing em Portugal é uma licenciatura inovadora, pois transformou uma área que cresceu muito dentro da Gestão, que é o Marketing, em um campo específico de conhecimento, de formação e atuação profissional a ponto de merecer uma licenciatura específica para esse fim. Normalmente no Brasil, cursos que surgiram de dentro de outras áreas são chamados de tecnólogos²⁷,

²⁷ Exemplos de alguns Cursos que saíram de outras áreas e que, em alguns casos, se tornaram tão ou mais importante que o original: da área de Administração/Gestão pode-se citar vários exemplos como o Marketing, a

mas em Portugal ele obedece ao mesmo formato das demais licenciaturas e que é equivalente aos bacharelados no Brasil.

Gráfico 38: Percepção dos estudantes de Marketing em Portugal quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

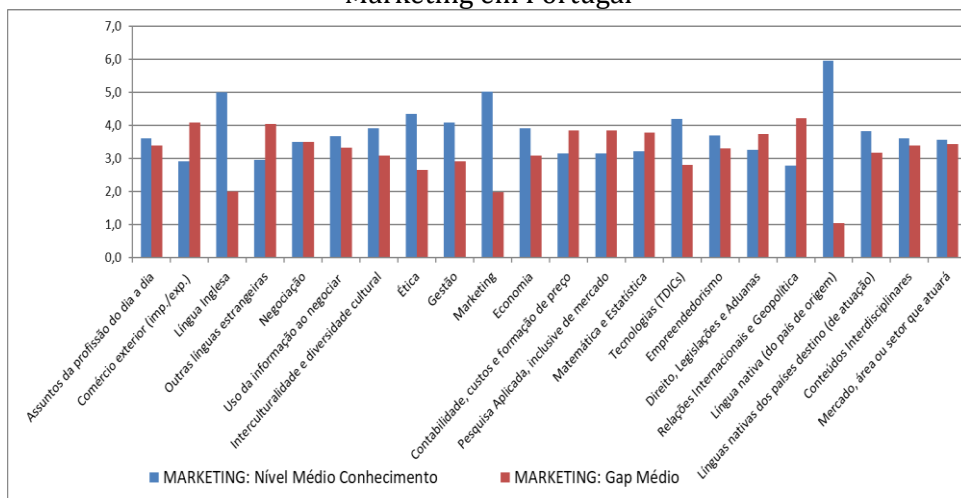
O gráfico acima demonstra a evolução do aluno desde seu ingresso até a chegar à condição de concluinte, evidencia, no Curso de Marketing, crescimento em praticamente todos os indicadores, especialmente se comparar o aluno ingressante com o concluinte. Isso

Logística, a Gestão de Pessoas, a Gestão da Qualidade; a Gestão Pública; de um misto de Economia e Administração surgiram os cursos de: Comércio Exterior, Negócios Internacionais, Agronegócio; de Economia surgiu o Curso de Desenvolvimento (sustentável, regional,...); da Engenharia Agrônômica e de Alimentos e da Veterinária derivaram cursos como: Tecnologia Agropecuária, Tecnologia em Agronegócio, Tecnologia em Alimentos, Tecnologia Sucroalcooleira; assim por diante.

mostra que o Curso está sendo muito relevante para a formação e melhoria da base de conhecimento do aluno em diversos temas importantes para o capacitar como bom profissional, especialmente no tocante a profissão de negociador internacional de mercado. Nas áreas específicas destaca-se, evidentemente, o conhecimento em *Marketing*, mas também em *Língua Inglesa*, *Tecnologias TDICs* e *Língua Nativa*. Embora em *Inglês* e *Língua Nativa* não houve um grande crescimento no decorrer do Curso se percebe que esses alunos já estão ingressando com uma boa base de conhecimento nesses temas.

Com raríssimas exceções, neste Curso se percebe um crescimento harmonioso de conhecimento nos diversos temas durante todo o Curso. Quanto a recomendação, deve-se dar atenção especial em temas como *Comércio Exterior (Sistemática de Exportação e Importação)* e *Relações Internacionais e Geopolítica*, que ficaram um pouco abaixo e estes temas deveriam ter uma atenção especial do Curso para reforçar o conhecimento sobre eles.

Gráfico 39: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Marketing em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

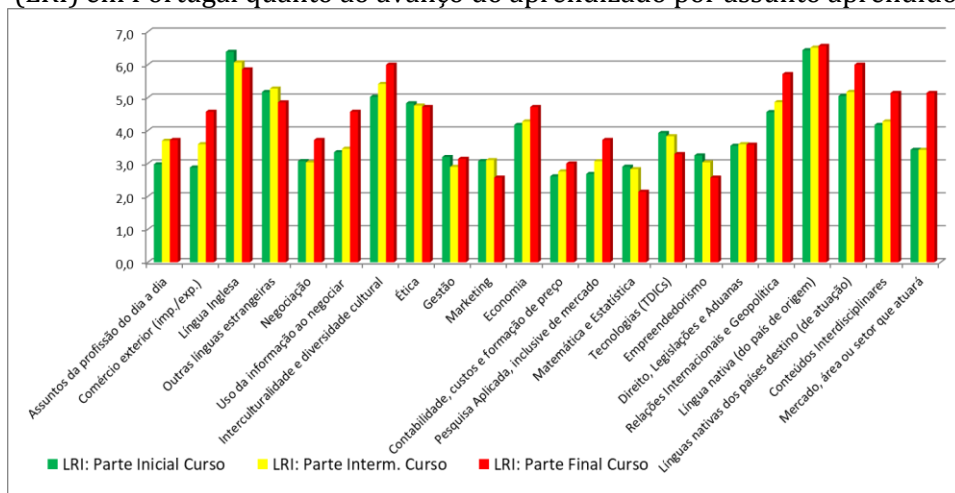
No gráfico acima estão as médias do Curso de Marketing, feita com a totalidade dos alunos respondentes do Curso e, portanto, tendo mais ingressantes que concluintes respondentes (o que quase sempre ocorre em todos os Cursos). Logo, a média, tende a representar mais o que opinam os ingressantes do que os concluintes. Mesmo assim, pelo desempenho apresentado, reforça-se que é relevante ao Curso dar atenção especial, primeiramente, as áreas de *Comércio Exterior (Sistemática de Exportação e Importação)*; *Relações Internacionais e Geopolítica*; *Outras Línguas Estrangeiras (exceto o Inglês)*. Num segundo momento também seria interessante observar algo que possa melhorar os seguintes temas: *Contabilidade, Custos e Formação de Preço*; *Pesquisa Aplicada, incluso a pesquisa de mercado*; *Matemática e*

Estatística; e Direito, Legislação e Aduana; que são os outros itens que apresentaram *gap* maior que a performance.

E) Línguas e Relações Internacionais - LRI (Portugal)

O curso de Línguas e Relações Internacionais (LRI) em Portugal é um misto de Língua Estrangeira Aplicada com Relações Internacionais, portanto, um Curso híbrido. Guarda certa semelhança com os Cursos LEA-NI do Brasil, pois também dá algum foco nos negócios empresariais embora o foco principal são as línguas estrangeiras e as relações internacionais na perspectiva pública e governamental.

Gráfico 40: Percepção dos estudantes de Línguas e Relações Internacionais (LRI) em Portugal quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

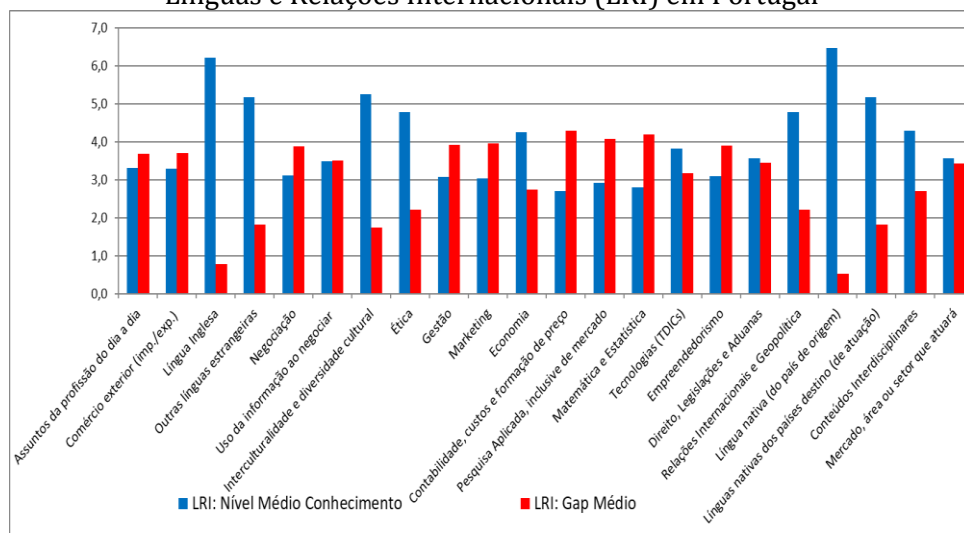
Pelo gráfico acima, que demonstra a percepção que tem o aluno da sua evolução desde o ingresso até a chegar à condição de concluinte, nota-se que no Curso de Línguas e Relações Internacionais (LRI) em grande parte dos indicadores o alunado apresenta evolução no decorrer do Curso. Todavia, sempre é bom ressaltar novamente que o aluno ingressante ouvido não é o mesmo aluno concluinte, ou seja, a pesquisa não foi aplicada em tempos diferentes para observar a evolução do mesmo aluno ao longo do Curso, mas sim, foram respondentes alunos diferentes e alguns estavam naquele momento na condição de iniciantes, outros de intermediários e outros eram concluintes. Portanto, a própria forma de cada um ter a sua autocrítica e também o fato de, em quase todos os Cursos o número de alunos nos anos iniciais ser maior que o de concluintes pode, de alguma forma, alterar um pouco o resultado, especialmente por se tratar de percepção do próprio aluno e não de uma prova de conhecimentos sobre cada tema.

Um exemplo disso é o fato do aluno de LRI entende que está entrando no Curso com um bom nível de *Língua Inglesa* a ponto de suas médias ficarem acima dos concluintes. Isso provavelmente pode não ser verdade. Todavia pelo fato do concluintes ser mais autocrítico consigo mesmo, após passar anos no Curso e perceber o quanto ainda tem a aprender, ele pode ter dado para si notas menores.

Praticamente o mesmo se observa quando se trata de *Outras Línguas Estrangeiras, exceto o Inglês*. A outra possibilidade que não pode ser descartada é que o jovem atual está chegando na faculdade cada vez mais preparado em termos de *Língua Estrangeira* se comparado com jovens de alguns anos antes. Esses exemplos são relevantes para ilustrar o que foi dito, mas em nada denigrem o desempenho do Curso, tendo em vista que as médias sobre *Línguas Estrangeiras* ficaram em alto nível entre os respondentes.

Outro tema no qual se observa que o aluno cresceu muito no decorrer do Curso e conclui com um bom desempenho é o que se refere ao indicador *Relações Internacionais e Geopolítica*, que tem a ver, inclusive, com o nome do Curso. *Língua Nativa e Língua Nativa do país onde se pretende atuar* também apresentou um bom desempenho. No tema *Interculturalidade e Diversidade Cultural* também se observou um desempenho muito bom e um crescimento evidente durante o curso. Os menores desempenhos estão em temas como *Gestão; Marketing; Contabilidade, Custos e Formação de Preço; Matemática e Estatística*. Também cabe ao Curso pensar formas de promover mais temas como *Empreendedorismo; Técnicas e Táticas de Negociação*; e uso de *Tecnologias (TDICs)*. Ainda se observa certa insegurança no tocante aos *Temas Relacionados às Rotinas do Dia a Dia da Profissão*.

Gráfico 41: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Línguas e Relações Internacionais (LRI) em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico pode-se observar as médias do Curso de Línguas e Relações Internacionais (LRI), as línguas estrangeiras e nativa tem o melhor desempenho e o menor *gap* e é bom que seja assim, pois isso evidencia que o Curso está cumprindo seu papel. Sabe-se que essa média é geral de todos os alunos e o fato de normalmente ter mais ingressantes que concluintes, e o concluinte normalmente ser mais autocrítico que o ingressante pode alterar alguns resultados, todavia sem comprometer. Afinal, todos sabemos que a percepção da pessoa depende de sua autoavaliação e não é medido por prova específica de conhecimento.

Destaca-se que alguns indicadores apresentaram *gap* superior

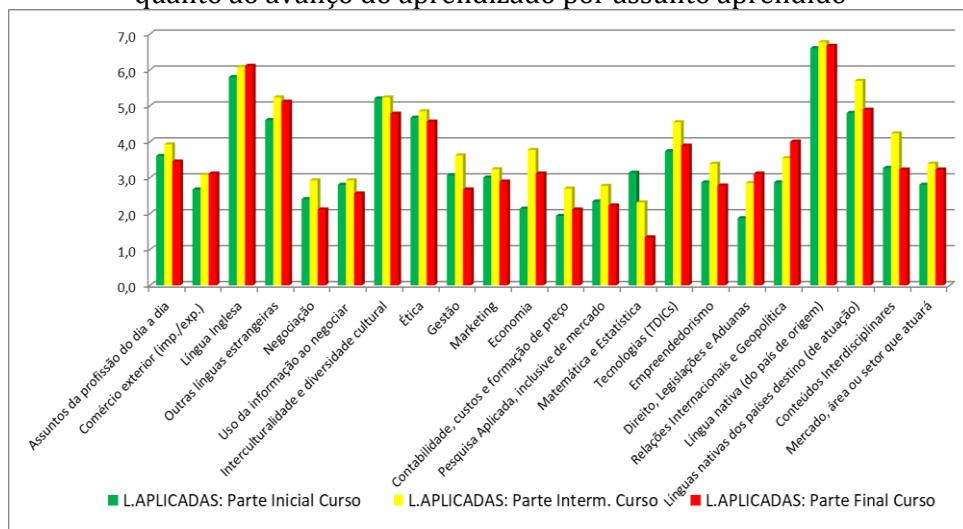
ao desempenho e sobre estes cabe ao Curso ter um olhar especial, a saber: *Assuntos do Dia a Dia (Rotinas) da Profissão; Comércio Exterior (Práticas de Exportação e Importação); Técnicas e Táticas de Negociação; Gestão; Marketing; Contabilidade, Custos e Formação de Preços; Pesquisa Aplicada, incluso a pesquisa de mercado; Matemática e Estatística; Empreendedorismo e; Saber usar da informação de Forma Estratégica*. Sabe-se que um Curso de três ou quatro anos não comporta tantos conteúdos curriculares e, portanto, a solução passa, quem sabe, por oficinas, cursos de extensão ou eventos formadores para esses temas específicos. Fica evidente que o Curso tem potencial para formar egressos para serem futuros negociadores internacionais de mercado, mas para tanto é importante, ao menos, dar uma base mínima nesses temas.

F) Línguas Aplicadas de Portugal

Importante esclarecer que o Curso de Línguas Aplicadas em Portugal não tem exatamente o mesmo formato que os Cursos de Línguas Estrangeiras Aplicadas (LEAs) do Brasil. Pode-se dizer, especialmente, que o LEA-NI do Brasil se assemelha mais ao LRE e ao LRI em Portugal. Embora Línguas Aplicadas, de alguma forma, também trabalha a perspectiva das Línguas Estrangeiras Aplicadas à casos específicos. Todavia, nas Línguas Aplicadas em Portugal,

percebe-se inclusive a formação de tradutor e de intérprete como inerente ao Curso, não sendo, portanto, oferecido comum encontrar a oferta do curso de Tradução específico, como ocorre no Brasil.

Gráfico 42: Percepção dos estudantes de Línguas Aplicadas em Portugal quanto ao avanço do aprendizado por assunto aprendido



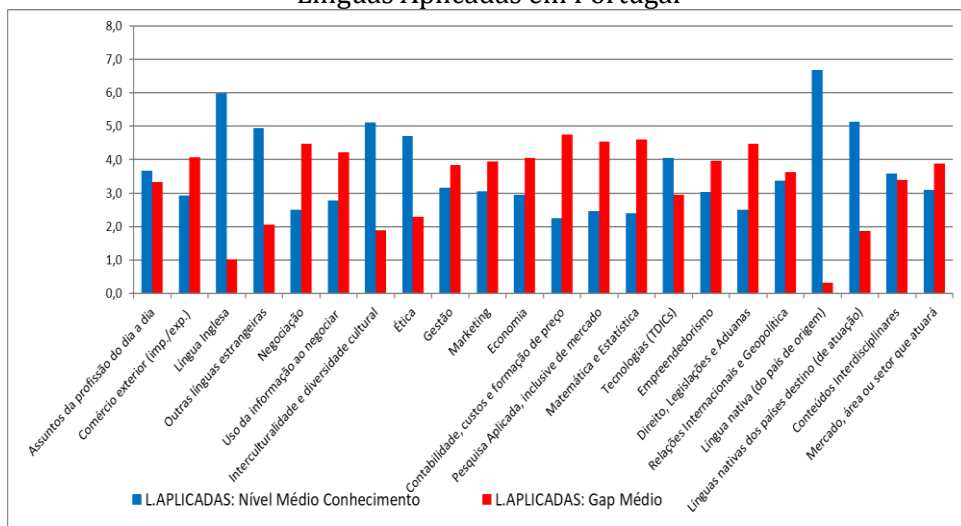
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Observando o gráfico que apresenta a percepção dos alunos sobre seu desempenho em cada indicador, pode-se perceber a evolução no decorrer do Curso para cada caso, quando se visualiza a diferença entre os alunos iniciantes, intermediários e concluintes. Ressalva-se que o aluno ingressante ouvido não é o mesmo aluno concluinte, pois a pesquisa foi aplicada na mesma época e era o aluno que apontava sua condição atual naquele momento no Curso. Ainda se

ressalva que a pesquisa é de percepção do próprio aluno (como ele se sente naquele item em termos de conhecimento adquirido) e não se trata de resultado de prova de testagem de conhecimento por tema.

Como era de se esperar, todos os indicadores referentes a *Língua Estrangeira* e *Língua Nativa* tiveram desempenhos excelentes e percebe-se melhorias especialmente se observarmos o desempenho dos concluintes comparados com os dos ingressantes. *Interculturalidade e Diversidade Cultural*; e *Ética* são indicadores que apresentaram bom desempenho, mas não se observou claramente neles crescimento no decorrer do Curso. Quanto aos demais indicadores, a maioria oscilou e alguns ficaram com desempenho baixo, mesmo quando observado algum crescimento no decorrer do Curso. Indicadores como *Técnicas e Táticas de Negociação*; *Saber Usar Estrategicamente a Informação*; *Gestão*; *Marketing*; *Contabilidade, Custos e Formação de Preço*; *Pesquisa Aplicada, inclusive pesquisa de mercado*; *Matemática e Estatística*; *Empreendedorismo*; *Direito, Legislação e Aduana*; são os temas que mais necessitam atenção, pois tiveram seu desempenho próximo ou abaixo de três (3).

Gráfico 43: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Línguas Aplicadas em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Como pode ser observado acima e sabendo que os alunos de Línguas Aplicadas, por terem bom conhecimento em *Línguas Estrangeiras* (como se evidencia nesse gráfico), têm potencial para atuarem, inclusive como negociadores internacionais de mercado, cabe recomendar um olhar especial do Curso em outras áreas do conhecimento que precisam ser desenvolvidas para que assim seus egressos tenham melhores condições de atuarem como futuros negociadores internacionais mercado. Possivelmente o Curso não tenha espaço para agregar novos componentes curriculares em sua grade de disciplinas, nem na perspectiva de tempo hábil e nem de carga horária. Portanto, recomenda-se que esses pontos ao menos

sejam incentivados ou melhorados com cursos de extensão, oficinas, eventos direcionados e outras formas de aprendizagem.

Dos itens analisados, os que apresentaram *gap* maior que o desempenho e, portanto, recomenda-se um olhar especial são, primeiramente: *Comércio exterior (rotinas de importação e exportação)*; *Técnica e Tática de negociação*; *Saber Usar Estrategicamente a Informação*; *Contabilidade, Custo e Formação de Preço*; *Pesquisa Aplicada, incluso a pesquisa de mercado*; *Matemática e Estatística*; e *Direito, Legislação e Aduana*. Também tiveram *gap* maior que o desempenho, embora não tão significativos como os anteriores: *Gestão*; *Marketing*; *Economia*; *Empreendedorismo*; *Relações Internacionais e Geopolítica*; conhecimento do *Mercado no qual irá Atuar*.

O Curso pode potencializar mais conhecimentos nesses temas e assim preparar melhor seu egresso para ser um possível negociador internacional de mercado ampliando sua possibilidade de campo de atuação profissional.

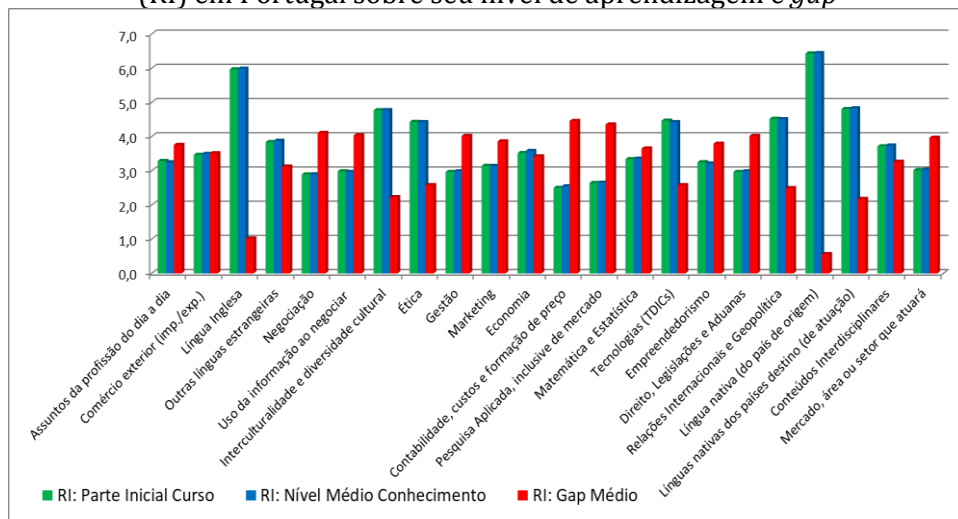
G) Relações Internacionais - RI (Portugal)

O curso de Licenciatura em Relações Internacionais (RI) em Portugal é semelhante ao Curso de Bacharelado em Relações Internacionais no Brasil. Todavia, em Portugal ele obedece ao

Processo de Bolonha, sendo mais enxuto com três anos de duração.

Como no Curso de Relações Internacionais de Portugal, por razões já expostas, não foi possível aplicar o questionário para as três turmas que se pretendia, não será apresentado uma evolução do desempenho do Curso, mas apenas o desempenho dos alunos iniciantes e sua média feita também levando em conta algum aluno de outra etapa do Curso que respondeu, mas que não foi em quantidade suficiente para dar uma efetiva representatividade de tendência. Portanto, parte da análise, feita para os outros Cursos, aqui ficou prejudicada. Assim, o desempenho médio se assemelha ao desempenho dos ingressantes, pois é praticamente a mesma amostra.

Gráfico 44: Percepção dos estudantes iniciantes de Relações Internacionais (RI) em Portugal sobre seu nível de aprendizagem e *gap*



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Chama a atenção, pelo gráfico, que apesar dos alunos respondentes estarem no primeiro ano do Curso, eles já têm certa segurança em muitos dos temas, o que evidencia que estes estão entrando na Universidade mais preparados. Chama atenção que os alunos, na média, têm um desempenho relevante nos indicadores *Inglês e Língua Nativa*. Ainda se destaca sua maior segurança em temas como *Língua Nativa do país que pretende atuar; Interculturalidade e Diversidade Cultural; Relações Internacionais e Geopolítica; Tecnologias (TDICs); e Ética*. Suas maiores inseguranças residem nos temas em que o *gap* superou o desempenho, a saber: *Contabilidade, Custos e Formação de Preços; Pesquisa Aplicada inclusive pesquisa de mercado; Técnicas de Negociação; Uso Estratégico da Informação; Gestão; Direito, Legislação e Aduana; Mercado no qual irá atuar; Empreendedorismo; Marketing; Matemática e Estatística; Assuntos do Dia a Dia da Profissão (rotinas) e Comércio Exterior (sistemática de exportação e importação)*.

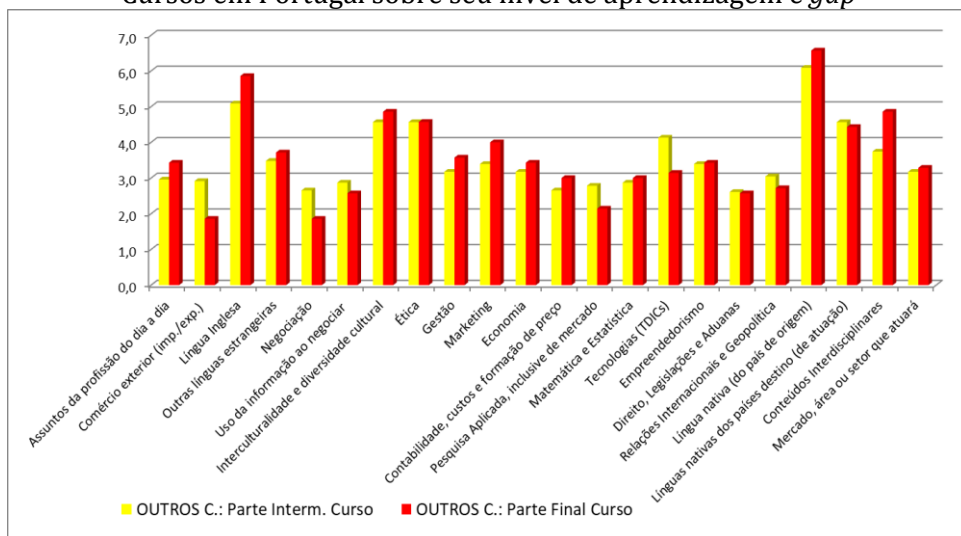
H) Outros Cursos (Portugal)

Os resultados desse item acaba sendo um *plus* da pesquisa, pois é algo que se conseguiu sem ter sido diretamente buscado. Como já relatado, em algumas turmas nas quais se aplicou a pesquisa estavam cursando a disciplina, como optativa ou integrada, naquele momento,

alunos de outros cursos²⁸. Esses alunos estavam livres para optar se quisessem responder ou não o questionário. Parcela importante deles optou por responder. A diferença é que nesta amostra não tivemos alunos iniciantes respondendo, apenas intermediários e concluintes. Evidente que, por conta de seus cursos não terem sido buscados inicialmente pela presente pesquisa, como Curso com potencial para ter seus egressos como possíveis futuros negociadores internacionais é também admissível que eles não tivessem desempenho muito significativo em muitos dos assuntos pesquisados, já que esses assuntos não são o foco dos seus cursos. Mesmo assim, o desempenho foi bom em algumas áreas como, por exemplo, *Inglês, Língua Nativa, Língua Nativa do país que pretende atuar, Interculturalidade e Diversidade Cultural, Ética, e Conteúdos Interdisciplinares*.

²⁸ Responderam à pesquisa alguns alunos que anotaram seus cursos como sendo: Ciência da Comunicação: jornalismo, assessoria e multimídia; Estudos Portugueses e Lusófonos; Engenharia Ambiental; Ciências Biológicas; "Erasmus"

Gráfico 45: Percepção dos estudantes intermediários e concluintes de Outros Cursos em Portugal sobre seu nível de aprendizagem e *gap*

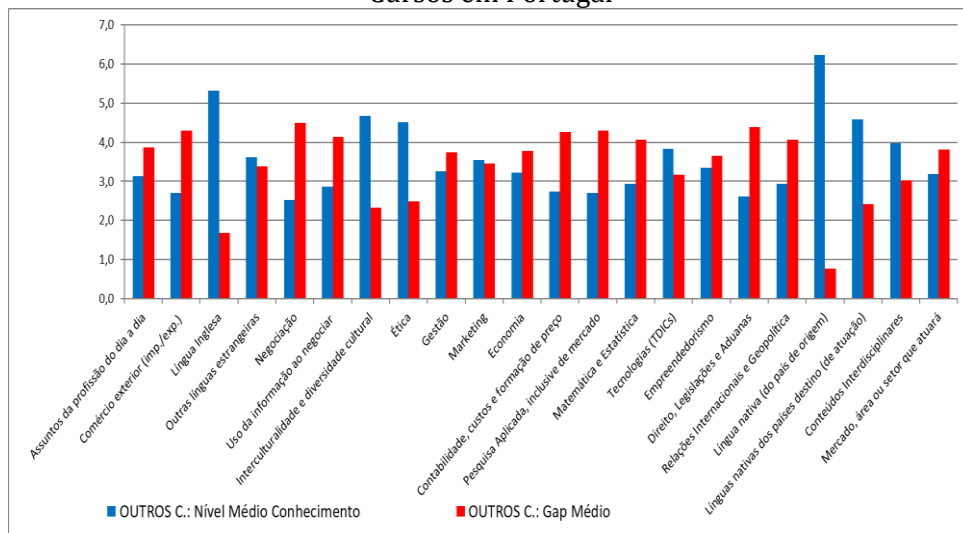


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Se percebeu que na maioria dos indicadores, mesmo os de desempenho mais baixos, a segurança sobre os conteúdos era, na maior parte dos casos, superior entre os concluintes se comparados aos intermediários. A exceção é o indicador das *Tecnologias (TDICs)* evidenciando, nesse caso, que os mais jovens têm mais segurança no uso dessas ferramentas que os mais veteranos. Também os mais novos têm um pouco mais de segurança que os veteranos no *Uso Estratégico da Informação ao Negociar*; na *Pesquisa Aplicada, incluso a pesquisa de mercado*; nas *Técnicas de Negociação*; no *Comércio Exterior (sistemática de exportação e importação)*; no *Direito, Legislação e Aduana*; nas *Relações Internacionais e Geopolítica* e; na *Língua Nativa*

do país destino.

Gráfico 46: Média de Percepção de Conhecimento e *Gap* dos alunos de Outros Cursos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Como já fora demonstrado, não existe uma sincronia muito clara de desempenho dos alunos desses "outros cursos" em relação aos temas relevantes para o conhecimento de futuros negociadores internacionais. Mas, como dito também, pelo fato dos seus cursos não terem perfil de formação mais próxima ao do negociador internacional, não se pode querer cobrar tal desempenho. Mesmo assim, o desempenho não é ruim como alguns poderiam supor que seria. Tanto é verdade que em alguns indicadores não houve *gap* maior que desempenho. Indicadores como *Língua Inglesa*, *Língua*

Nativa, Língua Nativa do país no qual pretende atuar, Ética e, Interculturalidade e Diversidade Cultural tiveram bons desempenhos. Isso até pode ser decorrência de tais indicadores (*Língua Inglesa, Ética, Intercultura e Diversidade Cultural, Língua Nativa do país destino*) serem temas comuns e relevantes para outras atuações profissionais e então podem ser razão de aprendizagem para outras finalidades, não apenas para o negociador internacional.

I) Fluência em outras línguas estrangeiras dos alunos em Portugal

Como já dito, parte-se do pressuposto, no modelo usado para essa pesquisa, que saber a língua inglesa é condição *sine qua non* para o negociador internacional e então não é medido como algo que agrega e sim como condição de competência. Portanto, o *Inglês* aparece como um dos indicadores e seu desempenho está exposto nas tabelas anteriores. Já nessa parte observa-se o que os alunos indicaram qual sua fluência mínima em outras línguas além do inglês.

Pela pesquisa feita percebe-se que mais de 60% dos alunos respondentes ter fluência mínima em espanhol, 43% em francês e 30% em alemão. A maior fluência em Espanhol ficou por conta das respostas dos alunos de Estudos Culturais (77%), seguido de LRI (75%), Outros Cursos (71%), RI (60%), Línguas Aplicadas (57%),

Marketing (54%), LRE (52%) e Gestão (44%), respectivamente. Portanto, de uma forma resumida pode-se dizer que, dos alunos portugueses, seis de cada dez tem fluência mínima em espanhol. Já quanto ao francês a proporção baixa um pouco, ficando os alunos de LRI em primeiro lugar (58%), seguido de Línguas Aplicadas (46%), outros cursos (42%), LRE (41%), RI (um pouco acima de 40%), Gestão (um pouco abaixo de 40%), Estudos Culturais (37%), e Marketing (33%), respectivamente. E a terceira língua de maior fluência (exceto língua nativa e inglês) é o alemão. Entre os cursos o maior desempenho para a língua alemã ficou por conta do LRE (63%), de Línguas Aplicadas (51%), LRI (44%) e RI (32%). Nos demais cursos o alemão apresentou apenas um dígito percentual.

Tabela 13: Fluência Mínima em outras Línguas Estrangeiras (exceto/além do inglês) dos alunos em Portugal

Língua	Gestão	Prop (%)	LRE	Prop (%)	Est.Culturais	Prop (%)	Marketing	Prop (%)	LRI	Prop (%)	L.Aplic.	Prop (%)
Espanhol	21	43,8%	33	51,6%	27	77,1%	31	54,4%	58	75,3%	21	56,8%
Francês	19	39,6%	26	40,6%	13	37,1%	19	33,3%	45	58,4%	17	45,9%
Alemão	4	8,3%	40	62,5%	3	8,6%	3	5,3%	34	44,2%	19	51,4%
Mandarim	0	0,0%	20	31,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	5,4%
Italiano	0	0,0%	9	14,1%	4	11,4%	1	1,8%	4	5,2%	1	2,7%
Português (fi nativo)	0	0,0%	2	3,1%	1	2,9%	2	3,5%	6	7,8%	9	24,3%
Japonês	0	0,0%	4	6,3%	2	5,7%	0	0,0%	3	3,9%	2	5,4%
Russo	0	0,0%	7	10,9%	1	2,9%	0	0,0%	1	1,3%	2	5,4%
Árabe	0	0,0%	7	10,9%	0	0,0%	0	0,0%	2	2,6%	0	0,0%
Coreano	0	0,0%	1	1,6%	1	2,9%	0	0,0%	1	1,3%	0	0,0%
Polonês	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,7%
Tcheco	0	0,0%	0	0,0%	1	2,9%	0	0,0%	1	1,3%	0	0,0%
Língua Gestual	0	0,0%	2	3,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Sueco	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,3%	0	0,0%
Romeno	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,8%	0	0,0%	0	0,0%
Búlgaro	0	0,0%	0	0,0%	1	2,9%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Ucraniano	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Dinamarques	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,7%
Luxemburguês	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Catalão	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Criolo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,8%	0	0,0%	0	0,0%
Dialeto Cantonês (Macau e Hong Kon)	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Tétum	0	0,0%	1	1,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Quanto as demais línguas, chama a atenção fatos mais particulares de alguns cursos, como por exemplo, 31% dos alunos de LRE afirmaram que tem fluência mínima em mandarim. 24% dos alunos de Línguas Aplicadas marcaram o português, por não serem nativos. O italiano é língua de fluência mínima de 14% dos alunos de LRE e 11% dos alunos de Estudos Culturais. O russo e o árabe são as línguas de fluência mínima de 11% dos alunos de LRE. Os demais percentuais que relacionam a outras línguas geraram números de um dígito. Importante ressaltar que entre esses alunos ouvidos apareceram duas dezenas de línguas estrangeiras.

4.1.2 Formas de busca da aquisição da base de conhecimento dos alunos pesquisados em Portugal

Esta parte é referente a subdimensão B da primeira dimensão do modelo. É referente a forma que os alunos dos diversos cursos pesquisados em Portugal buscam seu conhecimento, o gráfico a seguir demonstra os seguintes resultados.

Tabela 14: Formas de busca da aquisição da base de conhecimento dos alunos em Portugal

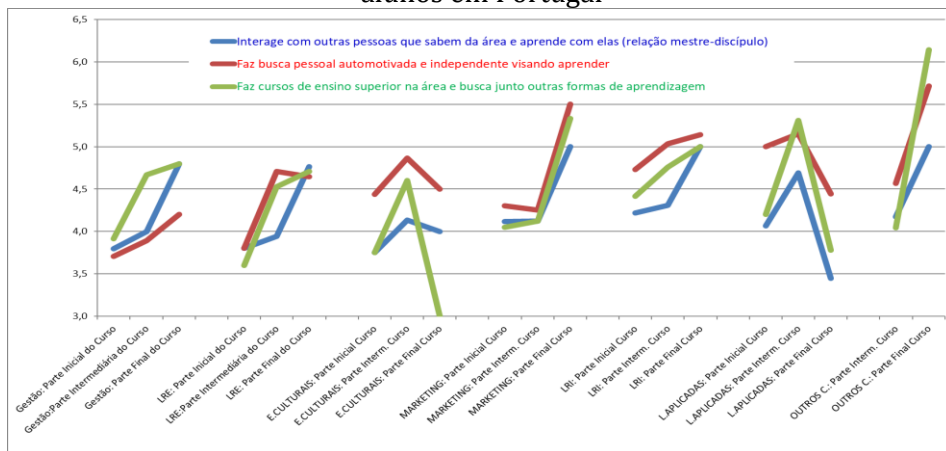
CURSO	<i>Interage com outras pessoas que sabem da área e aprende com elas (relação mestre-discípulo)</i>	<i>Faz busca pessoal autotrivada e independente visando aprender</i>	<i>Faz cursos de ensino superior na área e busca junto outras formas de aprendizagem</i>
Gestão: Parte Inicial do Curso	3,8	3,7	3,9
Gestão: Parte Intermediária do Curso	4,0	3,9	4,7
Gestão: Parte Final do Curso	4,8	4,2	4,8
Gestão: Nível Médio de Conhecimento	3,9	3,8	4,1
Gestão: Gap Médio	3,1	3,2	2,9
LRE: Parte Inicial do Curso	3,8	3,8	3,6
LRE: Parte Intermediária do Curso	3,9	4,7	4,5
LRE: Parte Final do Curso	4,8	4,6	4,7
LRE: Nível Médio de Conhecimento	4,1	4,3	4,1
LRE: Gap Médio	2,9	2,7	2,9
E.CULTURAIS: Parte Inicial Curso	3,8	4,4	3,8
E.CULTURAIS: Parte Interm. Curso	4,1	4,9	4,6
E.CULTURAIS: Parte Final Curso	4,0	4,5	3,0
E.CULTURAIS: Nível Médio Conhecimento	3,9	4,6	4,0
E.CULTURAIS: Gap Médio	3,1	2,4	3,0
MARKETING: Parte Inicial Curso	4,1	4,3	4,0
MARKETING: Parte Interm. Curso	4,1	4,3	4,1
MARKETING: Parte Final Curso	5,0	5,5	5,3
MARKETING: Nível Médio Conhecimento	4,2	4,4	4,2
MARKETING: Gap Médio	2,8	2,6	2,8
LRI: Parte Inicial Curso	4,2	4,7	4,4
LRI: Parte Interm. Curso	4,3	5,0	4,8
LRI: Parte Final Curso	5,0	5,1	5,0
LRI: Nível Médio Conhecimento	4,3	4,9	4,6
LRI: Gap Médio	2,7	2,1	2,4
L.APLICADAS: Parte Inicial Curso	4,1	5,0	4,2
L.APLICADAS: Parte Interm. Curso	4,7	5,2	5,3
L.APLICADAS: Parte Final Curso	3,4	4,4	3,8
L.APLICADAS: Nível Médio Conhecimento	4,1	4,9	4,5
L.APLICADAS: Gap Médio	2,9	2,1	2,5
RI: Parte Inicial Curso	4,2	4,7	4,3
RI: Nível Médio Conhecimento	4,2	4,8	4,3
RI: Gap Médio	2,8	2,2	2,7
OUTROS C.: Parte Interm. Curso	4,2	4,6	4,0
OUTROS C.: Parte Final Curso	5,0	5,7	6,1
OUTROS C.: Nível Médio Conhecimento	4,4	4,9	4,5
OUTROS C.: Gap Médio	2,6	2,1	2,5
GERAL: Parte Inicial do Curso	4,0	4,4	4,1
GERAL: Parte Intermediária do Curso	4,2	4,7	4,6
GERAL: Parte Final do Curso	4,6	4,9	4,7
GERAL: Nível Médio de Conhecimento	4,2	4,6	4,3
GERAL: Gap Médio	2,8	2,4	2,7

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Os indicadores estão relacionados as formas como os alunos tem buscado desenvolver sua base de conhecimento, podendo ser com: *interação com outras pessoas que sabem da área e aprende com elas (relação mestre-discípulo); fazendo busca pessoal automotivada e independente visando aprender; fazendo cursos de ensino superior na área e buscando junto outras formas de aprendizagem.*

Para ficar mais didático, os mesmos dados da tabela anterior agora são apresentados em forma de gráfico.

Gráfico 47: Formas de busca da aquisição da base de conhecimento dos alunos em Portugal



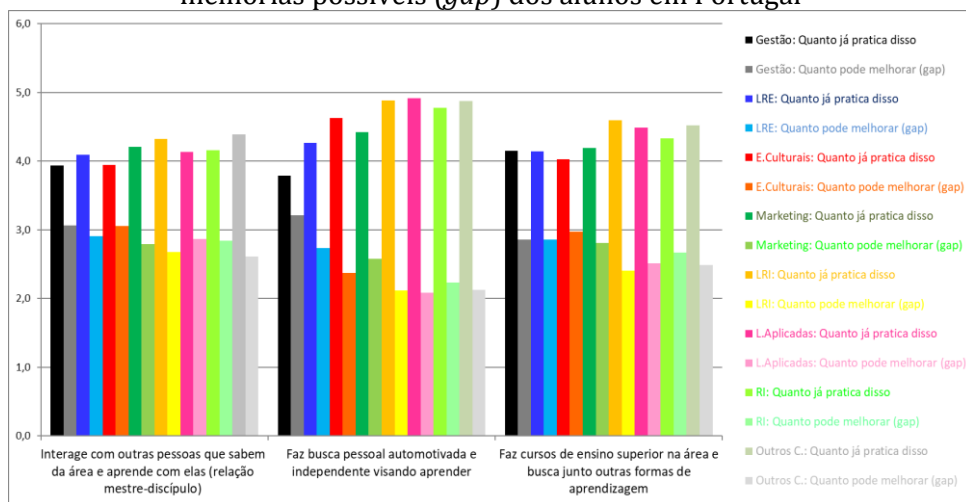
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

No Curso de Gestão, LRE, Marketing, LRI e em "Outros Cursos" é visualizado a tendência de desenvolvimento se comparado os alunos

do início do Curso com os seus concluintes. Nos demais cursos (Estudos Culturais e Línguas Aplicadas) essa evolução não foi perceptível nos três indicadores. O Curso de RI, por motivos já relatados, não pode ser medido em termos de evolução.

A seguir se evidencia o desempenho desses três indicadores comparados ao *gap* que geraram.

Gráfico 48: Média das formas de aquisição da base de conhecimento e melhorias possíveis (*gap*) dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico se percebe, por exemplo, que a *busca automotivada e independente para aprender* é o que mais acontece entre os estudantes dos diversos cursos, tendo performances maiores e *gaps* menores. Nos demais indicadores a performance girou em torno de 4,

um pouco mais ou um pouco menos, com ligeira vantagem geral para o indicador que aponta que além de fazer curso superior também *buscam outras formas de aprender* (além do Curso e/ou não esperando apenas pelo Curso). *A interação com outros colegas e com quem já sabe visando aprender, na relação mestre-discípulo*, também apresentou bons resultados gerando performance média em torno de 4 e *gap* em torno de 3. Isso significa que para todos os indicadores os alunos ainda podem melhorar seus resultados, pois nenhum chegou a seis quando poderia ter chegado até sete, a média girou entre quatro e cinco. Pelo gráfico se percebe que o curso de LRI parece ser o que tem mais alunos que buscam essa forma de aprender. Línguas Aplicadas; RI e Outros Cursos também costumam usar bastante desses recursos. Mas numa média geral é uma prática utilizada por todos, podendo, em todos os casos, melhorar ainda mais.

4.1.3 Resumo da Dimensão 1: formação da base pessoal de conhecimento dos alunos em Portugal

A tabela que segue traz um resumo do desempenho aferido na Dimensão 1 pelos alunos portugueses.

Tabela 15: Resumo da Dimensão 1: Formação de base pessoal de conhecimento dos alunos em Portugal

Cursos	Situação	Subdimensão A) Conhecimentos para a formação de base	Subdimensão B) de aquisição da base de conhecimento	Formas	Dimensã 1: Formação de base pessoal de conhecimento
GESTÃO	Parte Inicial do Curso	3,8	3,8		3,8
GESTÃO	Parte Intermediária do Curso	4,3	4,2		4,3
GESTÃO	Parte Final do Curso	4,1	4,6		4,4
GESTÃO	Nível Médio de Conhecimento	3,9	4,0		3,9
GESTÃO	Gap Médio	3,1	3,0		3,1
LRE	Parte Inicial do Curso	3,5	3,7		3,6
LRE	Parte Intermediária do Curso	3,9	4,4		4,2
LRE	Parte Final do Curso	4,1	4,7		4,4
LRE	Nível Médio de Conhecimento	3,8	4,2		4,0
LRE	Gap Médio	3,2	2,8		3,0
E.CULTURAIS	Parte Inicial do Curso	3,4	4,0		3,7
E.CULTURAIS	Parte Intermediária do Curso	3,4	4,5		4,0
E.CULTURAIS	Parte Final do Curso	3,5	3,8		3,7
E.CULTURAIS	Nível Médio de Conhecimento	3,4	4,2		3,8
E.CULTURAIS	Gap Médio	3,6	2,8		3,2
MARKETING	Parte Inicial do Curso	3,6	4,2		3,9
MARKETING	Parte Intermediária do Curso	4,3	4,2		4,2
MARKETING	Parte Final do Curso	4,5	5,3		4,9
MARKETING	Nível Médio de Conhecimento	3,8	4,3		4,0
MARKETING	Gap Médio	3,2	2,7		3,0
LRI	Parte Inicial do Curso	3,9	4,5		4,2
LRI	Parte Intermediária do Curso	4,0	4,7		4,4
LRI	Parte Final do Curso	4,3	5,0		4,7
LRI	Nível Médio de Conhecimento	4,0	4,6		4,3
LRI	Gap Médio	3,0	2,4		2,7
LAPLICADAS	Parte Inicial do Curso	3,5	4,4		3,9
LAPLICADAS	Parte Intermediária do Curso	4,0	5,1		4,5
LAPLICADAS	Parte Final do Curso	3,5	3,9		3,7
LAPLICADAS	Nível Médio de Conhecimento	3,7	4,5		4,1
LAPLICADAS	Gap Médio	3,3	2,5		2,9
RI	Parte Inicial do Curso	3,8	4,4		4,1
RI	Nível Médio de Conhecimento	3,8	4,4		4,1
RI	Gap Médio	3,2	2,6		2,9
Outros C.	Parte Intermediária do Curso	3,5	4,3		3,9
Outros C.	Parte Final do Curso	3,6	5,6		4,6
Outros C.	Nível Médio de Conhecimento	3,6	4,6		4,1
Outros C.	Gap Médio	3,4	2,4		2,9
GERAL	Parte Inicial do Curso	3,7	4,2		3,9
GERAL	Parte Intermediária do Curso	3,9	4,5		4,2
GERAL	Parte Final do Curso	4,0	4,7		4,4
GERAL	Nível Médio de Conhecimento	3,8	4,3		4,1
GERAL	Gap Médio	3,2	2,7		2,9

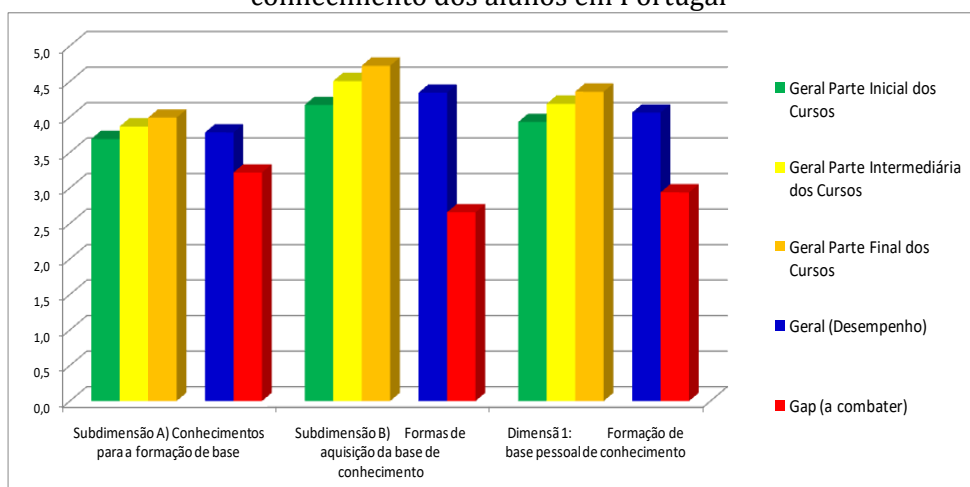
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Em termos gerais, observa-se o crescimento do aprendizado dos alunos no decorrer do Curso nas duas subdimensões e no total final se comparado alunos iniciantes, intermediários e concluintes. Na subdimensão A (Conhecimentos para a formação de base) os iniciantes obtiveram 3,7, os intermediários 3,9 e os concluintes 4,0 de desempenho. Significa dizer que os alunos têm tido ganho de conhecimento no decorrer do Curso e o desempenho está maior que o *gap*. Todavia, eles se formam ainda com a sensação de que não sabem tudo que deveriam saber (4,0) pois mantém um *gap* de 3,0 a resolver no decorrer da profissão.

Nessa subdimensão, quanto ao crescimento comparando alunos iniciais, intermediários e finais, ficou evidente a evolução em alguns cursos (ver tabela) e oscilou em outros, quando, por exemplo, em alguns casos os alunos intermediários ficaram numa posição melhor que os veteranos. Isso pode ser decorrente dos alunos intermediários estarem mais seguros de si que os concluintes (mais autocríticos), ou do fato dos intermediários fazerem parte de uma geração que entrou mais preparada, ou alguma mudança atual do próprio Curso que melhorou o processo e os intermediários já são fruto desse avanço, ou da amostra dos concluintes ser pequena a ponto de não representar suficientemente estes.

A subdimensão B (Formas de aquisição da base de conhecimento) mostra que os alunos, de um modo geral, não se conformam apenas com o que é disponibilizado em sala de aula, mas buscam outras formas de ampliar seus conhecimentos.

Gráfico 49: Resumo da Dimensão 1: Formação de base pessoal de conhecimento dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

De um modo geral os alunos iniciais já buscam conhecimento, pois a performance resultou em 4,2, e vão melhorando no decorrer do curso chegando no momento intermediário com 4,5 de desempenho e ao estarem próximos de se formarem melhoram essa performance para 4,7. Todavia, ainda se formam cientes que podem melhorar com a busca pessoal do conhecimento nas diversas formas pois admitem ter

um *gap* de 2,3 a ser permanentemente combatido. Observou-se que, embora na média geral essa evolução seja clara, em alguns cursos esse processo não é tão evidente e pode ser decorrente das mesmas razões abordadas no parágrafo acima.

Já quanto a dimensão 1 como um todo na "Formação de base pessoal de conhecimento", os resultados gerais mostram um resultado de 3,9 entre os iniciantes dos cursos, passando para 4,2 quando estão no meio do curso e evoluindo para 4,4 quando estão perto do final do Curso. Isso resultou num desempenho geral médio final da Dimensão 1 da ordem de 4,1 e um *gap* de 2,9. Conclui-se que está havendo melhoria dos alunos no decorrer dos cursos, mas esse desempenho pode melhorar ainda mais. Afinal, persiste um *gap* de 2,9 a ser combatido em conjunto pelos alunos, professores e diretores. Eis o desafio coletivo que está posto.

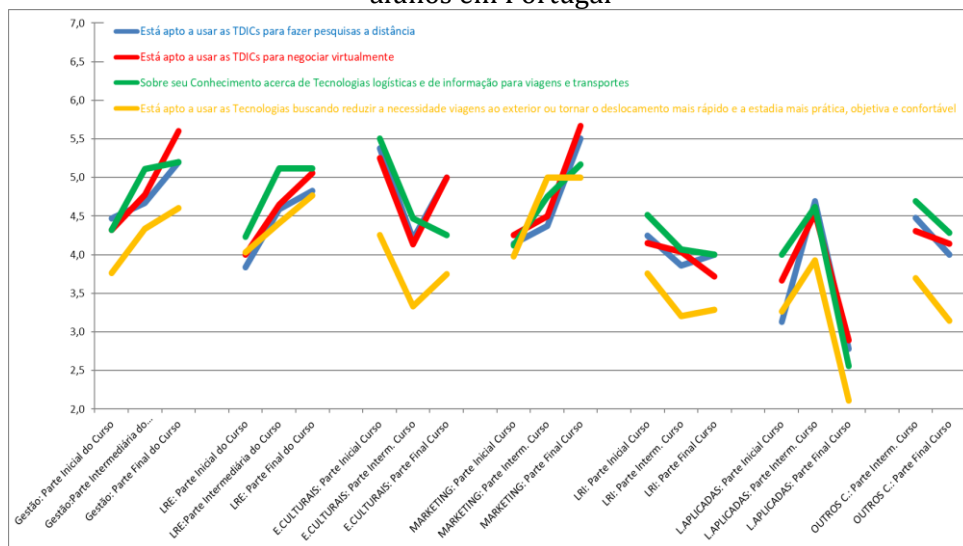
4.2 Dimensão 2: acesso e uso de tecnologias dos alunos em Portugal

Na dimensão 2, que se refere ao acesso e uso de tecnologias, a subdimensão A se refere ao **Conhecimento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e Tecnologias Digitais (TDIs)**, ou de forma direta e abrangente também chamada de **TDICs**, que os

alunos afirmam ter. Os resultados estão no gráfico a seguir.

Os indicadores incluíam: *está apto a usar TDICs relevantes para a profissão e se considera como alguém que está inserido na Sociedade da Informação; está apto a usar as TDICs para compartilhar informações e melhorar a sua performance profissional; está apto a usar as TDICs para fazer pesquisas a distância e; está apto a usar as TDICs para negociar virtualmente.*

Gráfico 50: Evolução sobre o Conhecimento e Aptidão de uso de TDICs dos alunos em Portugal

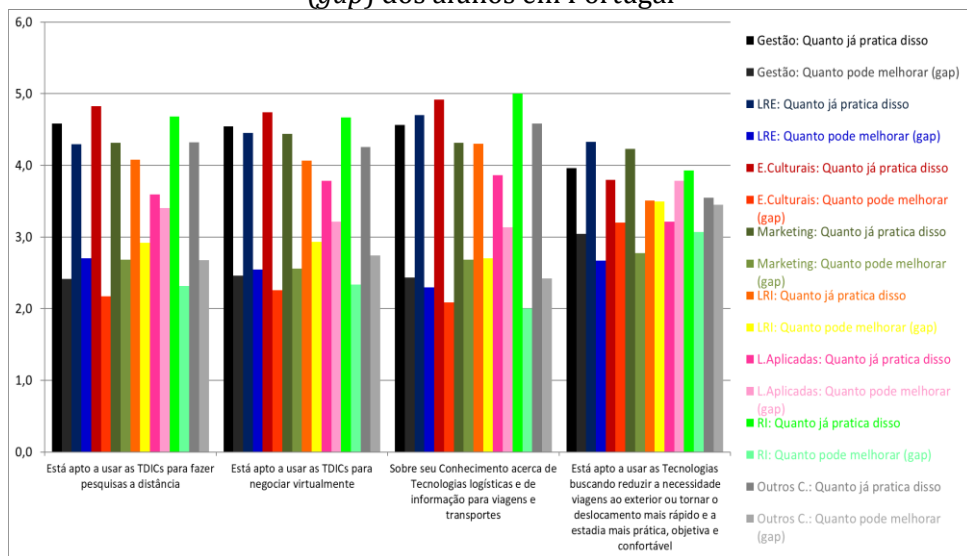


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Ao observar o gráfico se percebe que a evolução é perceptível em três cursos: Gestão, LRE e Marketing quando comparados alunos

iniciais, com alunos intermediários e alunos concluintes na sua capacidade de usar as TDICs. Os alunos que se mostraram mais seguros em usar tais tecnologias foram igualmente os de Gestão, LRE e Marketing, com melhor performance e menor *gap*. O Curso que mostrou menor segurança foi o de LRI e o "outros Cursos", bem como Línguas Aplicadas. No Curso de Estudos Culturais a maior segurança está entre os ingressantes, mostrando, de certa forma, a tendência dos mais jovens, por serem “nativos digitais”, se sentirem mais seguros ao usar as tecnologias, especialmente as TDICs.

Gráfico 51: Média de quanto já Conhece e Usa TDICs e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos em Portugal



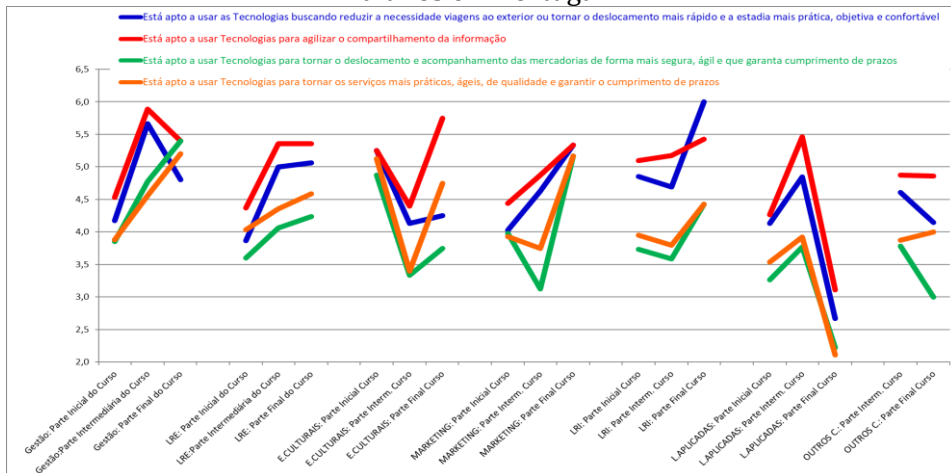
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

No momento que se observa no gráfico percebe-se que a maioria dos indicadores apresentou desempenho maior que os *gaps*. Significa dizer que os alunos se consideram aptos a usarem as tecnologias TDICs para o exercício da profissão e para negociar futuramente. Também que se sentem, de alguma forma, inseridos na Sociedade da Informação no tocante as tecnologias da comunicação e da informação, especialmente as digitais. Todavia, o fato de nenhum desempenho ter superado o 5 e, portanto, o fato de todos os *gaps* serem superiores a 2 quer dizer que persiste espaço para melhoria.

No que se refere a segunda subdimensão (B), que procura saber sobre o **conhecimento referente as tecnologias logísticas e de informação utilizadas para dinamizar viagens e transportes**, obteve-se os seguintes resultados.

Almejou-se saber sobre os seguintes indicadores: *está apto a usar as Tecnologias buscando reduzir a necessidade viagens ao exterior ou tornar o deslocamento mais rápido e a estadia mais prática, objetiva e confortável; está apto a usar Tecnologias para agilizar o compartilhamento da informação; está apto a usar Tecnologias para tornar o deslocamento e acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garanta cumprimento de prazos, e; está apto a usar as TDICs para negociar virtualmente.*

Gráfico 52: Evolução quanto ao Conhecimento e aptidão para uso de Tecnologias Logísticas e de Informação para viagens e transporte junto aos alunos em Portugal



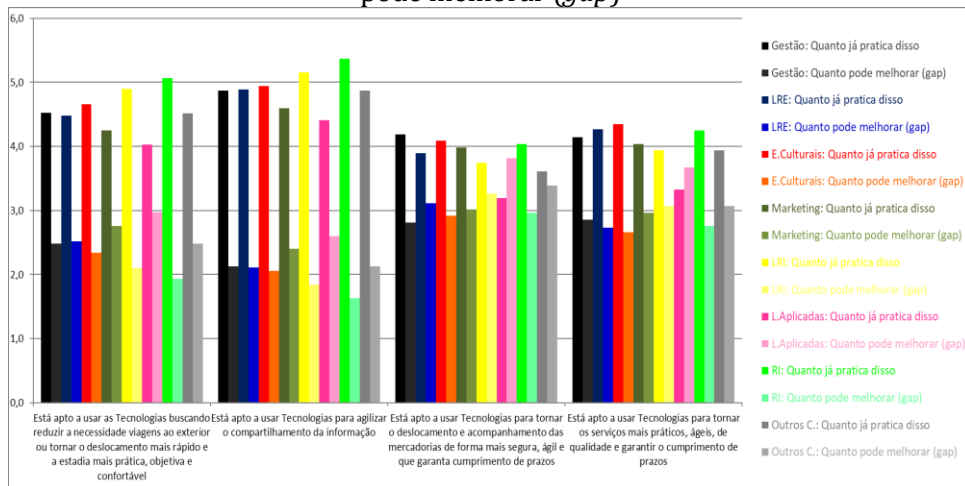
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Comparando especialmente alunos iniciantes com os concluintes, consegue-se visualizar evoluções mais claras junto aos alunos de LRE, Marketing e LRI. Gestão também, comparando apenas os iniciantes com os concluintes há evolução, mas chama a atenção que em dois casos os intermediários estão em patamar melhor. Em Estudos Culturais se percebe que os ingressantes estão entrando no nível que atualmente estão os concluintes e que os intermediários estão em patamar melhor. Em Línguas Aplicadas e em Outros Cursos fica evidente que os iniciantes ou intermediários estão mais à vontade que os veteranos no que concerne ao uso dessas tecnologias.

Fica a sensação que a passagem pela universidade não está

fazendo a diferença para os alunos de alguns cursos quanto ao desenvolvimento de suas capacidades para usar as Tecnologias Logísticas e as Informações, visando reduzir ou aperfeiçoar viagens e transporte. Não significa necessariamente que os alunos têm uma base ruim nesse sentido, tanto é verdade que o *gap* médio que se visualiza no gráfico seguinte não é muito significativo. O detalhe é que ele está entrando com uma base boa e em alguns cursos não está evoluindo para além disso. Caberia aos Cursos pensarem formas de fazer parcerias com empresas ou profissionais de TI, incentivando os alunos a fazerem cursos de extensão com essas finalidades.

Gráfico 53: Média de quanto os alunos em Portugal já conhecem e usam as Tecnologias Logísticas e de Informação para viagens e transporte e quanto pode melhorar (*gap*)



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Verificando o desempenho e o *gap* médio dos alunos por curso, nota-se que eles se sentem menos seguros no tocante a *usar Tecnologias para tornar o deslocamento e acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garanta cumprimento de prazos* e também no *uso de Tecnologias para tornar os serviços mais práticos, ágeis, de qualidade e garantir o cumprimento de prazos*, que são questões mais operacionais do dia a dia das profissões. Já nos indicadores que envolvem *usar as Tecnologias buscando reduzir a necessidade viagens ao exterior ou tornar o deslocamento mais rápido e a estadia mais prática, objetiva e confortável*, e também *usar Tecnologias para agilizar o compartilhamento da informação*, os alunos demonstraram maior segurança, tendo em vista que o desempenho foi maior e o *gap* menor.

Ao observar a tabela que segue e que traz um resultado global da Dimensão 2, se percebe que o desempenho da Dimensão 2 junto aos alunos ficou em 4,4 e o *gap* em 2,6. No resultado das duas subdimensões o desempenho foi sempre superior ao *gap*. Isso é interessante e relevante. Mas a existência do *gap* acima de 2 em todos os momentos demonstra que há ainda espaço para melhorias e é isso que deve ser a meta de todos.

Tabela 16: Resultado global da Dimensão 2: Acesso e Uso de Tecnologias pelos alunos em Portugal

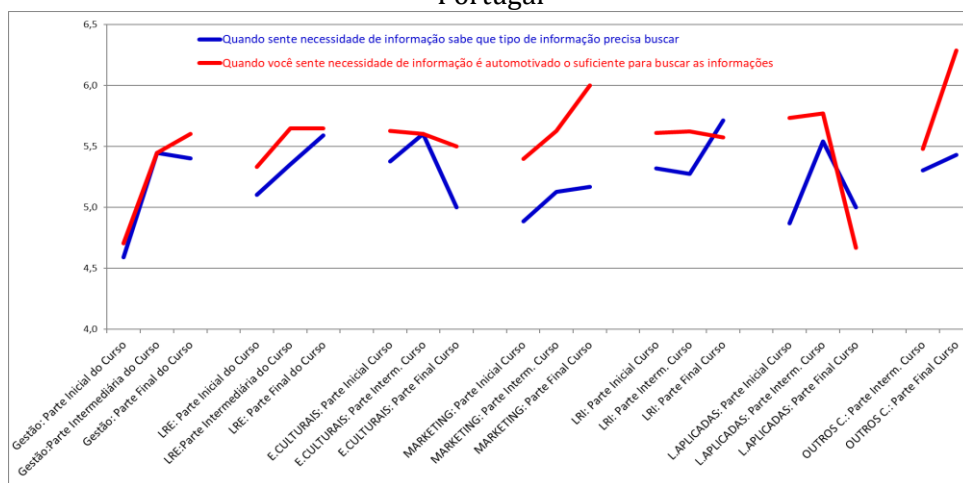
Subdimensão/Indicador	SUBDIMENSÃO A: Conhecimento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e Tecnologias Digitais (TDIs)					SUBDIMENSÃO B: Conhecimento acerca de Tecnologias logísticas e de informação para viagens e transportes				
	Está apto a usar TDICs relevantes para a profissão e se considera como alguém que está inserido na Sociedade da Informação	Está apto a usar as TDICs para compartilhar informações e melhorar a sua performance profissional	Está apto a usar as TDICs para fazer pesquisas a distância	Está apto a usar as TDICs para negociar virtualmente	Geral Subdimensão A:	Está apto a usar as Tecnologias buscando reduzir a necessidade viagens ao exterior ou tornar o deslocamento mais rápido e a estadia mais prática, objetiva e confortável	Está apto a usar Tecnologias para agilizar o compartilhamento da informação	Está apto a usar Tecnologias para tornar o deslocamento e acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garanta cumprimento de prazos	Está apto a usar Tecnologias para tornar os serviços mais práticos, ágeis, de qualidade e garantir o cumprimento de prazos	Geral Subdimensão B
Curso/Etapa										
Gestão: Parte Inicial do Curso	4,5	4,3	4,3	3,8	4,2	4,2	4,5	3,9	4,1	
Gestão: Parte Intermediária do Curso	4,7	4,8	5,1	4,3	4,7	5,7	5,9	4,8	5,2	
Gestão: Parte Final do Curso	5,2	5,6	5,2	4,6	5,2	4,8	5,4	5,4	5,2	
Gestão: Nível Médio de Conhecimento	4,6	4,5	4,6	4,0	4,4	4,5	4,9	4,2	4,4	
Gestão: Gap Médio	2,4	2,5	2,4	3,0	2,6	2,5	2,1	2,8	2,6	
LRE: Parte Inicial do Curso	3,8	4,0	4,2	4,0	4,0	3,9	4,4	3,6	4,0	
LRE: Parte Intermediária do Curso	4,6	4,6	5,1	4,4	4,7	5,0	5,4	4,1	4,4	
LRE: Parte Final do Curso	4,8	5,1	5,1	4,8	4,9	5,1	5,4	4,2	4,6	
LRE: Nível Médio de Conhecimento	4,3	4,5	4,7	4,3	4,4	4,5	4,9	3,9	4,3	
LRE: Gap Médio	2,7	2,5	2,3	2,7	2,6	2,5	2,1	3,1	2,7	
E.CULTURAIS: Parte Inicial Curso	5,4	5,3	5,5	4,3	5,1	5,3	5,3	4,9	5,1	
E.CULTURAIS: Parte Interm. Curso	4,2	4,1	4,5	3,3	4,0	4,1	4,4	3,3	3,4	
E.CULTURAIS: Parte Final Curso	5,0	5,0	4,3	3,8	4,5	4,3	5,8	3,8	4,8	
E.CULTURAIS: Nível Médio Conhecimento	4,8	4,7	4,9	3,8	4,6	4,7	4,9	4,1	4,3	
E.CULTURAIS: Gap Médio	2,2	2,3	2,1	3,2	2,4	2,3	2,1	2,9	2,7	
MARKETING: Parte Inicial Curso	4,1	4,3	4,1	4,0	4,1	4,0	4,4	4,0	3,9	
MARKETING: Parte Interm. Curso	4,4	4,5	4,8	5,0	4,7	4,6	4,9	3,1	3,8	
MARKETING: Parte Final Curso	5,5	5,7	5,2	5,0	5,3	5,3	5,3	5,2	5,2	
MARKETING: Nível Médio Conhecimento	4,3	4,4	4,3	4,2	4,3	4,2	4,6	4,0	4,0	
MARKETING: Gap Médio	2,7	2,6	2,7	2,8	2,7	2,8	2,4	3,0	2,8	
LRI: Parte Inicial Curso	4,2	4,1	4,5	3,8	4,2	4,9	5,1	3,7	4,0	
LRI: Parte Interm. Curso	3,9	4,0	4,1	3,2	3,8	4,7	5,2	3,6	3,8	
LRI: Parte Final Curso	4,0	3,7	4,0	3,3	3,8	6,0	5,4	4,4	5,1	
LRI: Nível Médio Conhecimento	4,1	4,1	4,3	3,5	4,0	4,9	5,2	3,7	3,9	
LRI: Gap Médio	2,9	2,9	2,7	3,5	3,0	2,1	1,8	3,3	3,1	
LAPLICADAS: Parte Inicial Curso	3,1	3,7	4,0	3,3	3,5	4,1	4,3	3,3	3,5	
LAPLICADAS: Parte Interm. Curso	4,7	4,5	4,6	3,9	4,4	4,8	5,5	3,8	3,9	
LAPLICADAS: Parte Final Curso	2,8	2,9	2,6	2,1	2,6	2,7	3,1	2,2	2,1	
LAPLICADAS: Nível Médio Conhecimento	3,6	3,8	3,9	3,2	3,6	4,0	4,4	3,2	3,3	
LAPLICADAS: Gap Médio	3,4	3,2	3,1	3,8	3,4	3,0	2,6	3,8	3,7	
RI: Parte Inicial Curso	4,8	4,7	5,0	4,0	4,6	5,1	5,4	4,1	4,3	
RI: Nível Médio Conhecimento	4,7	4,7	5,0	3,9	4,6	5,1	5,4	4,0	4,2	
RI: Gap Médio	2,3	2,3	2,0	3,1	2,4	1,9	1,6	3,0	2,8	
OUTROS C.: Parte Interm. Curso	4,5	4,3	4,7	3,7	4,3	4,6	4,9	3,8	3,9	
OUTROS C.: Parte Final Curso	4,0	4,1	4,3	3,1	3,9	4,1	4,9	3,0	4,0	
OUTROS C.: Nível Médio Conhecimento	4,3	4,3	4,6	3,5	4,2	4,5	4,9	3,6	3,9	
OUTROS C.: Gap Médio	2,7	2,7	2,4	3,5	2,8	2,5	2,1	3,4	3,1	
GERAL: Parte Inicial do Curso	4,3	4,4	4,5	3,9	4,3	4,5	4,8	3,9	4,1	
GERAL: Parte Intermediária do Curso	4,3	4,3	4,6	3,8	4,3	4,7	5,1	3,7	3,9	
GERAL: Parte Final do Curso	4,4	4,5	4,4	3,9	4,3	4,6	5,0	3,9	4,2	
GERAL: Nível Médio de Conhecimento	4,3	4,4	4,5	3,9	4,3	4,6	4,9	3,9	4,0	
GERAL: Gap Médio	2,7	2,6	2,5	3,1	2,7	2,4	2,1	3,1	3,0	

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

4.3 Dimensão 3: acesso e uso das informações dos alunos em Portugal

A primeira subdimensão (A) busca saber sobre a **necessidade da informação**. Os indicadores verificados são dois: I) Quando sente necessidade de informação sabe que tipo de informação precisa buscar; e, II) Quando sente necessidade de informação é automotivado o suficiente para buscar as informações.

Gráfico 54: Evolução sobre a necessidade da informação dos alunos em Portugal

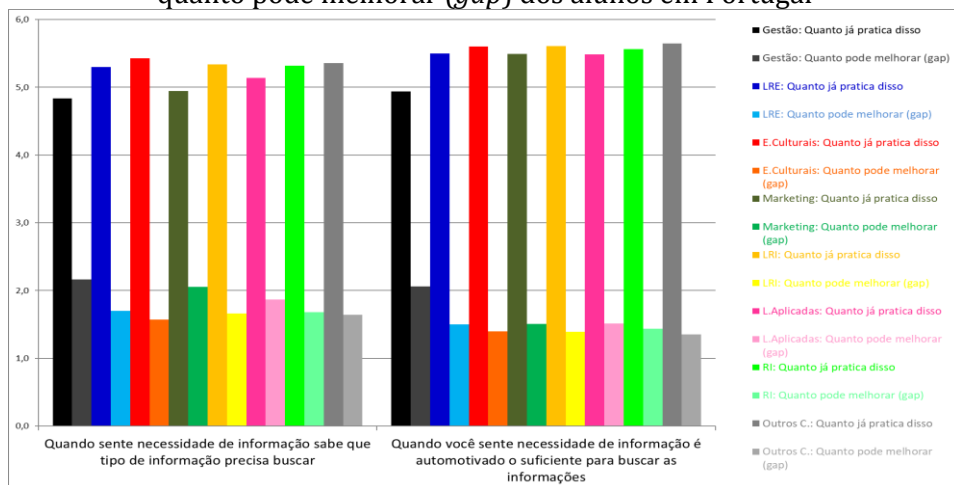


Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Nos Cursos de Gestão, LRE, Marketing e “Outros Cursos” se

percebe evolução. Nos demais há casos de evolução, mas também de involução no decorrer do Curso. Todavia, há de se destacar que em todos os cursos os alunos já ingressam com um desempenho acima de 4,5, portanto, a performance é boa e o *gap* já inicia baixo. Significa que os alunos sabem o que precisam buscar e sentem motivação para assim proceder. Mas há espaço para melhoria conforme pode ser visto nos *gaps* abaixo que podem ser combatidos.

Gráfico 55: Média de quanto já sabe sobre a sua necessidade de informação e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos em Portugal



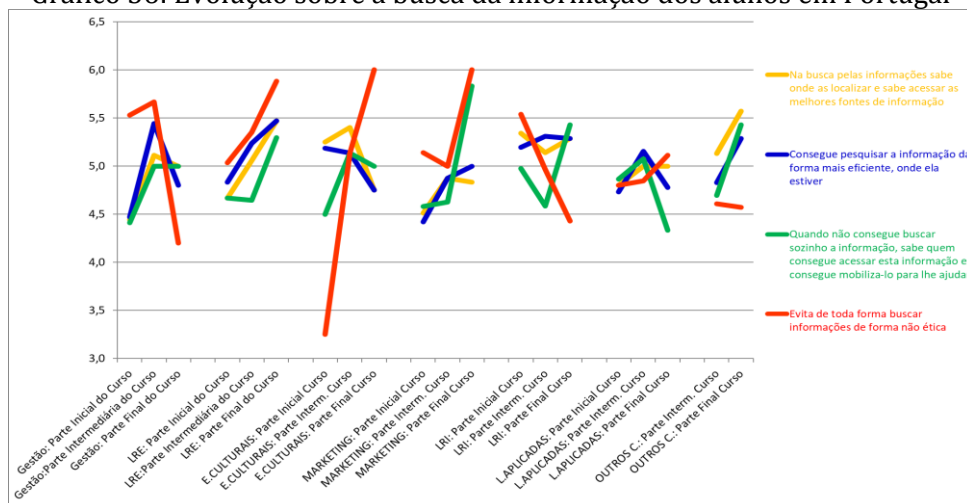
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

A média confirma que os alunos, sabem sua necessidade de informação uma vez que o *gap* médio tem ficado entre 1 e 2 (exceto Gestão que ficou levemente acima). Ou seja, existe algo a melhorar,

mas a média do que já praticam está bem.

Na segunda subdimensão (B) o que se quer é saber sobre a **busca da informação**. Pois, detectado a necessidade da informação, o próximo passo é saber buscá-la. Nessa subdimensão quatro indicadores foram verificados: I) *Na busca pelas informações sabe onde as localizar e sabe acessar as melhores fontes de informação*; II) *Consegue pesquisar a informação da forma mais eficiente, onde ela estiver*; III) *Quando não consegue buscar sozinho a informação, sabe quem tem condições de acessar esta informação e consegue mobilizá-lo para lhe ajudar*; e se, IV) *Evita por todo meio buscar informações de forma não ética*.

Gráfico 56: Evolução sobre a busca da informação dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

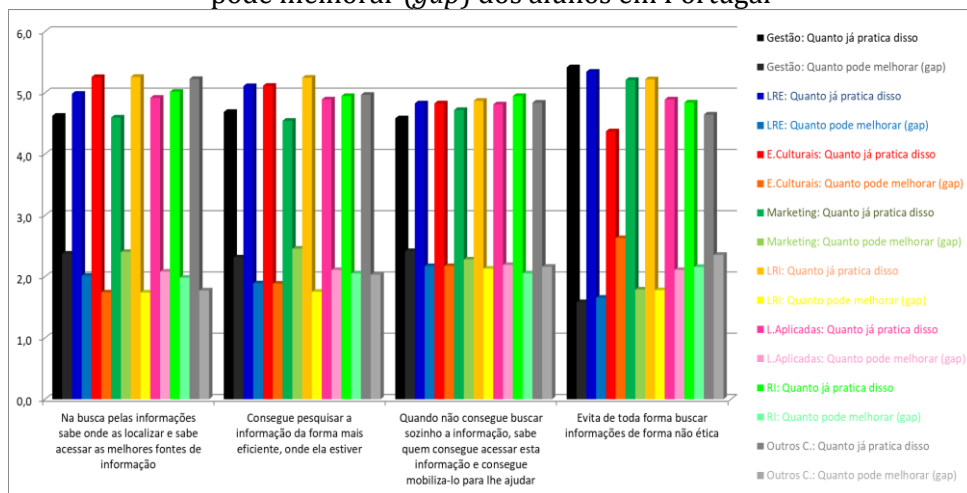
O desempenho geral dos alunos é bom, pois, exceto uma turma inicial, todas ficaram acima de quatro (4). Chama a atenção que no Curso de Estudos Culturais houve a maior evolução sobre *a questão de evitar a busca da informação não ética*. Percebe-se que à medida que os alunos entendem, dentro do Curso, sobre o que é e como proceder com ética eles melhoram sobremaneira sua performance nesse sentido.

Em LRE e Marketing todos os indicadores tiveram evolução comparando os alunos ingressantes *versus* os concluintes, ficando evidente que eles evoluem seu desempenho de buscar a informação durante o Curso. Nos outros Cursos há situações que há evolução e outras nas quais a evolução não fica clara ou até ocorre involução. Cabe aos cursos e seus diretores analisarem com cuidado essas respostas pois o aluno conseguir buscar a informação é fundamental.

No gráfico que segue, observa-se que o desempenho, quase que geral próximo a cinco (5) e *gap* próximo a dois (2), evidencia que os alunos estão sabendo buscar a informação, mas podem melhorar nesse sentido, pois tem *gap* a combater. No quarto indicador, que trata de *evitar toda forma a busca de informação não ética* caberia, aos cursos fazer um trabalho direcionado nesse sentido, pois nesse quesito a tentativa de eliminação do *gap* deve ser uma obsessão. Na

medida em que os alunos admitem que buscam, às vezes, informações de uma forma não ética eles estão sendo realistas, considerando a relativização dos valores na sociedade que vivemos.

Gráfico 57: Média do desempenho quanto a busca da informação e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos em Portugal



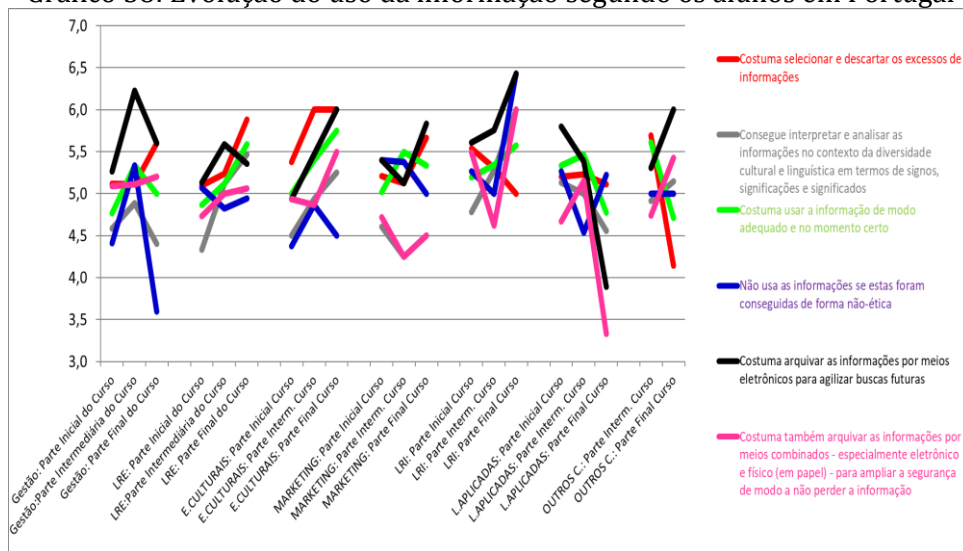
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Todavia, deve ser obstinação do Curso, de seus professores e de sua Direção, orientar o tempo todo os alunos para que eles sejam diferentes nesse sentido, inclusive depois quando egressos no exercício da profissão.

A terceira subdimensão (C) quer saber o **uso da informação** que foi buscada. Os indicadores se referem a: I) *Costuma selecionar e descartar os excessos de informações*; II) *Consegue interpretar e*

analisar as informações no contexto da diversidade cultural e linguística em termos de signos, significações e significados; III) Costuma usar a informação de modo adequado e no momento certo; IV) Não usa as informações se estas foram conseguidas de forma não-ética; V) Costuma arquivar as informações por meios eletrônicos para agilizar buscas futuras; e, VI) Costuma também arquivar as informações por meios combinados - especialmente eletrônico e físico (em papel) - para ampliar a segurança de modo a não perder a informação.

Gráfico 58: Evolução do uso da informação segundo os alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

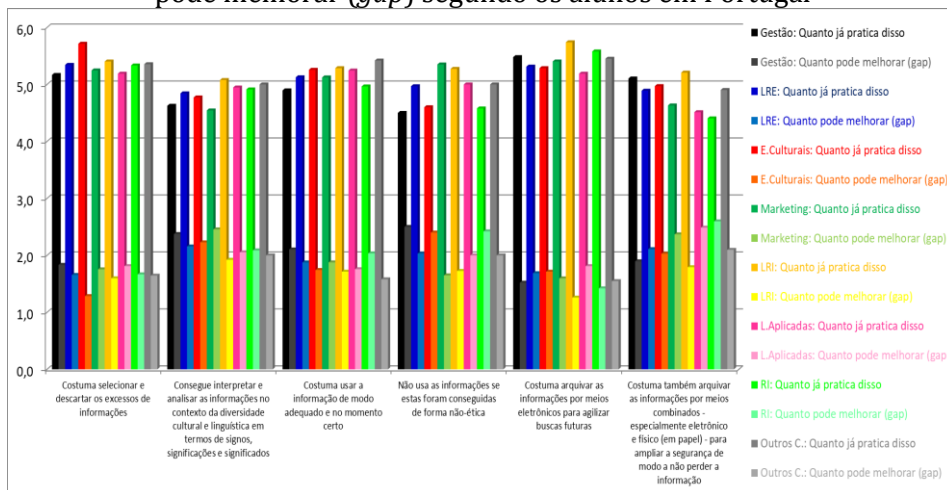
Ao observar o gráfico, percebem-se oscilações em praticamente

todos os cursos e todos os indicadores no que trata o uso da informação. No Curso de LRE e de Estudos Culturais é perceptível a evolução. Nos demais há evolução em alguns indicadores, oscilação em outros e também involução. No Curso de Línguas Aplicadas fica evidente a involução significativa em dois indicadores, e no Curso de Gestão em um indicador. No Curso de LRI se consegue observar interessantes evoluções em quatro indicadores. Todavia, há de se lembrar que os valores na sua maioria estão acima de quatro (4), o que significa que os alunos estão sabendo usar a informação. O que se sente falta aqui é a percepção de que os alunos melhoram sua performance de uso da informação à medida que evoluem no Curso. Isso não se detecta claramente com esse gráfico, na maioria dos casos e recomenda-se um olhar detalhado de cada Curso para o seu caso, buscando promover essas melhorias. Afinal, os alunos e os egressos do Curso precisam ser competentes em uso da informação caso queiram ser profissionais destacados na Sociedade da Informação e do Conhecimento, em tempos de Infosfera e Cultura Digital.

No gráfico seguinte se observa a média do desempenho quanto ao uso da informação e quanto pode melhorar (*gap*) segundo os alunos em Portugal Mesmo que se observe que todos indicadores têm *gap* a combater e/ou desempenho a melhorar, é inegável o alto desempenho dos alunos dos diversos cursos nessa subdimensão, pois

todos ficaram próximos a cinco nos diversos indicadores.

Gráfico 59: Média do desempenho quanto ao uso da informação e quanto pode melhorar (*gap*) segundo os alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Todavia, a existência de *gap* próximo a dois (2) significa que não se pode ficar acomodado, pois há espaço para melhoria. Os indicadores ímpares (I, III e V) tiveram os maiores desempenhos e os indicadores pares (II, IV e VI) tiveram os menores desempenhos. Talvez por que os indicadores ímpares são mais práticos e operacionais enquanto os indicadores pares exigem mais a reflexão ou procedimentos mais reflexivos e profundos.

A seguir apresenta-se o resumo geral da Dimensão 3 que trata do acesso e uso das Informações.

Tabela 17: Resultados da Dimensão 3 sobre Acesso e Uso das Informações dos alunos em Portugal

Subdimensão/Indicador	SUBDIMENSÃO A: Sobre a Necessidade da Informação			SUBDIMENSÃO B: Sobre busca da Informação					SUBDIMENSÃO C: Sobre o Uso da Informação						
	Quando sente necessidade de informação sabe que tipo de informação precisa buscar	Quando sente necessidade de informação automatizada suficiente para acessar as informações	Quando sente necessidade de informação automatizada suficiente para buscar as informações	Na busca pelas informações localizar e sabe as melhores fontes de informação	Consegue pesquisar a informação da forma mais eficiente, onde ela estiver	Quando não consegue buscar sozinho a informação, sabe quem consegue acessar esta informação e consegue mobilizá-lo para lhe ajudar	Evita de toda forma buscar informações de forma não ética	Costuma selecionar e descartar os excessos de informações	Consegue interpretar e analisar as informações no contexto da diversidade cultural e linguística em termos de signos, significações e significados	Costuma usar a informação de modo adequado e no momento certo	Não usa as informações se estas foram conseguidas de forma não-ética	Costuma arquivar as informações por meios eletrônicos para ampliar a segurança de modo a não perder a informação	Costuma também arquivar as informações especialmente eletrônico e físico (em papel) - para ampliar a segurança de modo a não perder a informação	Geral	
Curso/Etapa	Geral Subdimensão A			Geral Subdimensão B					Geral Subdimensão C						
Gestão: Parte Inicial do Curso	4,6	4,7	4,6	4,4	4,5	4,4	5,5	4,7	5,1	4,6	4,8	4,4	5,3	5,1	4,9
Gestão: Parte Intermediária do Curso	5,4	5,4	5,4	5,1	5,4	5,0	5,7	5,3	5,1	4,9	5,3	5,3	6,2	5,1	5,3
Gestão: Parte Final do Curso	5,4	5,6	5,5	5,0	4,8	5,0	4,2	4,8	5,6	4,4	5,0	3,6	5,6	5,2	4,9
Gestão: Nível Médio de Conhecimento	4,8	4,9	4,9	4,6	4,7	4,6	5,4	4,8	5,2	4,6	4,9	4,5	5,5	5,1	5,0
Gestão: Gap Médio	2,2	2,1	2,1	2,4	2,3	2,4	1,6	2,2	1,8	2,4	2,1	2,5	1,5	1,9	2,0
LRE: Parte Inicial do Curso	5,1	5,3	5,2	4,7	4,8	4,7	5,0	4,8	5,1	4,3	4,9	5,1	5,1	4,7	4,9
LRE: Parte Intermediária do Curso	5,4	5,6	5,5	5,1	5,2	4,6	5,4	5,1	5,2	5,1	5,1	4,8	5,6	5,0	5,1
LRE: Parte Final do Curso	5,6	5,6	5,6	5,5	5,5	5,3	5,9	5,5	5,9	5,5	5,6	4,9	5,4	5,1	5,4
LRE: Nível Médio de Conhecimento	5,3	5,5	5,4	5,0	5,1	4,8	5,3	4,9	5,3	4,8	5,1	5,0	5,3	4,9	5,1
LRE: Gap Médio	1,7	1,5	1,6	2,0	1,9	2,2	1,7	1,9	1,7	2,2	1,9	2,0	1,7	2,1	1,9
E.CULTURAIS: Parte Inicial Curso	5,4	5,6	5,5	5,3	5,2	4,5	3,3	4,5	5,4	4,5	5,0	4,4	4,9	4,9	4,9
E.CULTURAIS: Parte Interim. Curso	5,6	5,6	5,6	5,4	5,1	5,1	5,1	5,2	6,0	4,9	5,4	4,9	5,5	4,9	5,3
E.CULTURAIS: Parte Final Curso	5,0	5,5	5,3	4,8	4,8	5,0	6,0	5,1	6,0	5,3	5,8	4,5	6,0	5,5	5,5
E.CULTURAIS: Nível Médio Conhecimento	5,4	5,6	5,5	5,3	5,1	4,8	4,4	4,9	5,7	4,8	5,3	4,6	5,3	5,0	5,1
E.CULTURAIS: Gap Médio	1,6	1,4	1,5	1,7	1,9	2,2	2,6	2,1	1,3	2,2	1,7	2,4	1,7	2,0	1,9
MARKETING: Parte Inicial Curso	4,9	5,4	5,1	4,5	4,4	4,6	5,1	4,7	5,2	4,6	5,0	5,4	5,4	4,7	5,1
MARKETING: Parte Interim. Curso	5,1	5,6	5,4	4,9	4,9	4,6	5,0	4,8	5,1	4,3	5,5	5,4	5,1	4,3	4,9
MARKETING: Parte Final Curso	5,2	6,0	5,6	4,8	5,0	5,8	6,0	5,4	5,7	4,5	5,3	5,0	5,8	4,5	5,1
MARKETING: Nível Médio Conhecimento	4,9	5,5	5,2	4,6	4,5	4,7	5,2	4,8	5,2	4,5	5,1	5,4	5,4	4,6	5,0
MARKETING: Gap Médio	2,1	1,5	1,8	2,4	2,5	2,3	1,8	2,2	1,8	2,5	1,9	1,6	1,6	2,4	2,0
LRI: Parte Inicial Curso	5,3	5,6	5,5	5,3	5,2	5,0	5,5	5,3	5,5	4,8	5,2	5,3	5,6	5,5	5,3
LRI: Parte Interim. Curso	5,3	5,6	5,4	5,1	5,3	4,6	5,0	5,0	5,3	5,3	5,3	5,0	5,8	4,6	5,2
LRI: Parte Final Curso	5,7	5,6	5,6	5,3	5,3	5,4	4,4	5,1	5,0	6,0	5,6	6,4	6,4	6,0	5,9
LRI: Nível Médio Conhecimento	5,3	5,6	5,5	5,3	5,2	4,9	5,2	5,1	5,4	5,1	5,3	5,3	5,7	5,2	5,3
LRI: Gap Médio	1,7	1,4	1,5	1,7	1,8	2,1	1,8	1,9	1,6	1,9	1,7	1,7	1,3	1,8	1,7
LAPLICADAS: Parte Inicial Curso	4,9	5,7	5,3	4,8	4,7	4,9	4,8	5,2	5,1	4,8	5,3	5,3	5,8	4,7	5,2
LAPLICADAS: Parte Interim. Curso	5,5	5,8	5,7	5,0	5,2	5,1	4,8	5,0	5,2	5,0	5,5	4,5	5,4	5,2	5,1
LAPLICADAS: Parte Final Curso	5,0	4,7	4,8	5,0	4,8	4,3	5,1	4,8	5,1	4,6	4,8	5,2	3,9	3,3	4,5
LAPLICADAS: Nível Médio Conhecimento	5,1	5,5	5,3	4,9	4,9	4,8	4,9	4,9	5,2	4,9	5,2	5,0	5,2	4,5	5,0
LAPLICADAS: Gap Médio	1,9	1,5	1,7	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	1,8	2,1	1,8	2,0	1,8	2,5	2,0
RI: Parte Inicial Curso	5,3	5,5	5,4	5,0	4,9	5,0	4,9	4,9	5,4	4,9	5,0	4,6	5,6	4,4	5,0
RI: Nível Médio Conhecimento	5,3	5,6	5,4	5,0	4,9	4,9	4,8	4,9	5,3	4,9	5,0	4,6	5,6	4,4	5,0
RI: Gap Médio	1,7	1,4	1,6	2,0	2,1	2,1	2,2	2,1	1,7	2,1	2,0	2,4	1,4	2,6	2,0
OUTROS C.: Parte Interim. Curso	5,3	5,5	5,4	5,1	4,8	4,7	4,6	4,8	5,7	4,9	5,6	5,0	5,3	4,7	5,2
OUTROS C.: Parte Final Curso	5,4	6,3	5,9	5,6	5,3	5,4	4,6	5,2	4,1	5,1	4,7	5,0	6,0	5,4	5,1
OUTROS C.: Nível Médio Conhecimento	5,4	5,6	5,5	5,2	5,0	4,8	4,6	4,9	5,4	5,0	5,4	5,0	5,5	4,9	5,2
OUTROS C.: Gap Médio	1,6	1,4	1,5	1,8	2,0	2,2	2,4	2,1	1,6	2,0	1,6	2,0	1,5	2,1	1,8
GERAL: Parte Inicial do Curso	5,1	5,4	5,2	4,8	4,8	4,7	5,0	4,9	5,3	4,7	5,0	4,9	5,4	4,9	5,0
GERAL: Parte Intermediária do Curso	5,4	5,6	5,5	5,1	5,1	4,8	5,0	5,0	5,4	5,0	5,4	5,0	5,6	4,8	5,2
GERAL: Parte Final do Curso	5,4	5,6	5,5	5,2	5,1	5,2	5,3	5,2	5,4	5,1	5,3	5,0	5,5	4,9	5,2
GERAL: Nível Médio de Conhecimento	5,2	5,5	5,3	5,0	5,0	4,8	5,1	5,0	5,3	4,8	5,2	4,9	5,5	4,8	5,1
GERAL: Gap Médio	1,8	1,5	1,7	2,0	2,0	2,2	1,9	2,0	1,7	2,2	1,8	2,1	1,5	2,2	1,9

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Na Dimensão 3, pela tabela anterior se percebe um *gap* final baixo, entre 1,5 e 2,2 para todas os indicadores. No que se refere as subdimensões, a A ficou com *gap* final de 1,7 e desempenho de 5,3 no que concerne à percepção da necessidade da informação; a subdimensão B ficou com um *gap* de 2 e um desempenho de 5 no que concerne à busca da informação e; a subdimensão C teve um *gap* de 1,9 e um desempenho de 5,1 no que concerne ao uso da informação. Observando o resultado das subdimensões também se percebe que há desenvolvimento (melhoria) no decorrer do Curso (comparando os iniciantes, intermediários e concluintes). A existência do *gap* pequeno significa que os alunos estão indo bem, todavia, essa existência do *gap* também significa que há espaço para melhorias no tocante a percepção da necessidade, acesso e uso da informação.

4.4 Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria dos alunos em Portugal

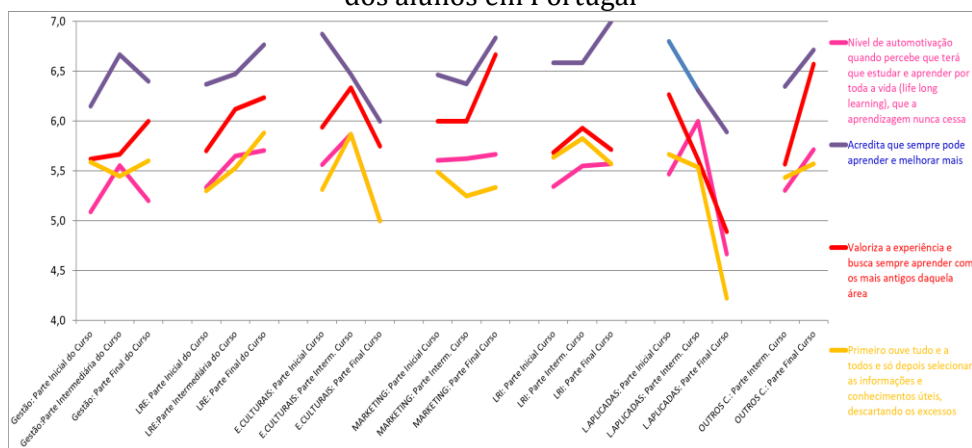
A dimensão 4 da pesquisa refere-se a capacidade de transformar informação em conhecimento (internalização) e a transformação do conhecimento em nova informação (externalização) e novo conhecimento, bem como, o seu uso sábio, compartilhando, ajudando outros, ensinando, gerando novas ideias, inovação e

buscando aprender sempre, por toda a vida.

4.4.1 Ser um eterno aprendiz: alunos em Portugal

A primeira verificação, que trata da capacidade de interação e retorno social com sabedoria, na qual se transforma informação em conhecimento e conhecimento em informação, inovando e compartilhando e envolve a capacidade de ser um eterno aprendiz. É a condição da atualidade para cumprir os propósitos ditos até aqui.

Gráfico 60: Evolução da consciência de que precisa ser um eterno aprendiz dos alunos em Portugal



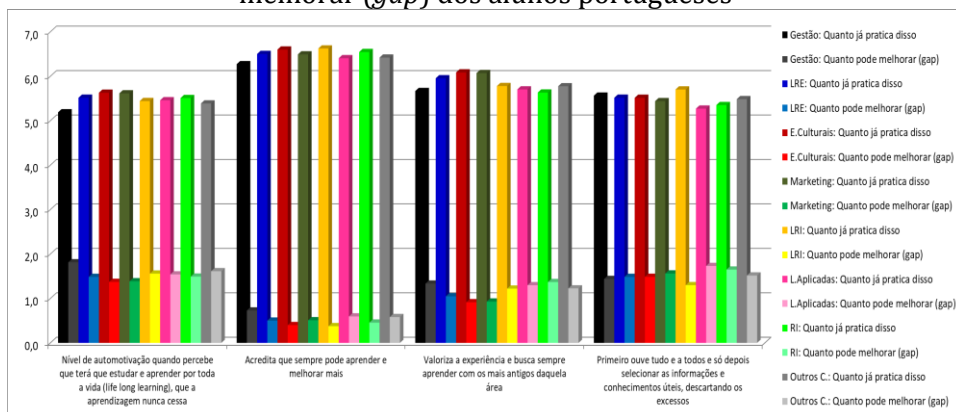
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Os indicadores verificados envolvem: 1) *Nível de automotivação*

quando percebe que terá que estudar e aprender por toda a vida (life long learning), que a aprendizagem nunca cessa; II) Acredita que sempre pode aprender e melhorar mais; III) Valoriza a experiência e busca sempre aprender com os mais antigos daquela área; e IV) Primeiro ouve tudo e a todos e só depois seleciona as informações e conhecimentos úteis, descartando os excessos.

A informação relevante nesse caso é que todos os indicadores ficaram acima de 4 e em muitos casos acima de 5, o que é alentador e elogiável. Mas também se nota que em muitos cursos não fica explícito se essa boa performance é mérito da evolução durante o Curso. Ou seja, os alunos estão vindo já para a Universidade com essa noção, o que é bom, mas deveriam continuar evoluindo durante o Curso. No Curso de LRE, em "Outros Cursos", e em Marketing (exceto um indicador), verifica-se evolução em praticamente todos os indicadores. Em Gestão dois indicadores apresentaram evolução e dois oscilaram. Estudos Culturais apresentou evolução em três indicadores quando comparando iniciantes com intermediários, mas involução quando comparado os concluintes. LRI teve dois indicadores que evoluíram e dois que oscilaram. Em Línguas Aplicadas todos involuíram.

Gráfico 61: Média do desempenho de ser um eterno aprendiz e quanto pode melhorar (*gap*) dos alunos portugueses



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Percebe-se que o desempenho médio apresentou resultados muito bons a ponto dos *gaps* serem inferiores a dois (2). No indicador *Acredita que sempre pode aprender e melhorar mais* o *gap* para todos os cursos foi inferior a um (1) e a performance superior a seis (6) o que significa a melhor performance nessa subdimensão. Mostra que os alunos estão conscientes que terão que aprender por toda a vida. Os outros indicadores também tiveram resultados muito bons, não havendo, em nenhum caso, média inferior a cinco (5).

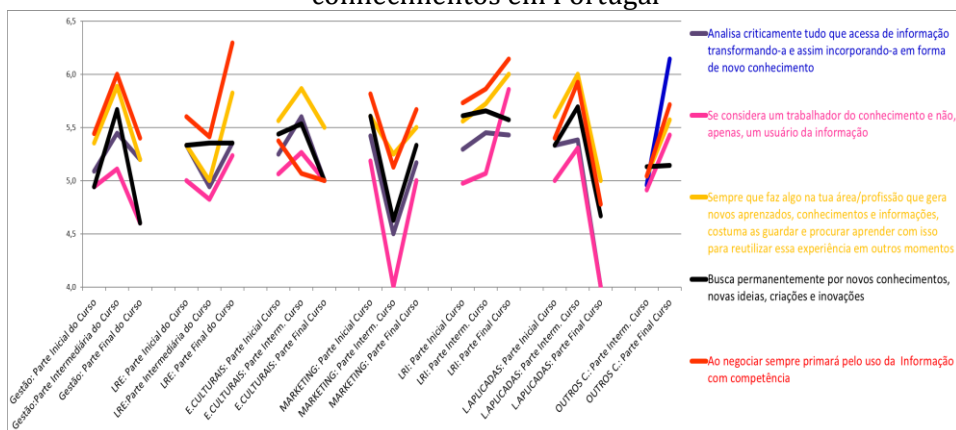
4.4.2 Transformar informações em novos conhecimentos: alunos em Portugal

A subdimensão agora procura verificar a capacidade de transformar informações em novos conhecimentos. Para isso os indicadores avaliados são: I) *Analisa criticamente tudo que acessa de informação transformando-a e assim incorporando-a em forma de novo conhecimento*; II) *Se considera um trabalhador do conhecimento e não, apenas um usuário da informação*; III) *Sempre que faz algo na área/profissão gera novos aprendizados, conhecimentos e informações e costuma as guardar e procurar aprender com isso para reutilizar essa experiência em outros momentos*; IV) *Busca permanentemente por novos conhecimentos, novas ideias, criações e inovações*; e V) *Ao negociar sempre primará pelo uso da Informação com competência*.

O gráfico a seguir expressa a evolução da capacidade de transformar informações em novos conhecimentos em Portugal. Embora se perceba grande oscilação, que excetuando-se LRI e "Outros Cursos", fica difícil verificar claramente a evolução, há de se registrar primeiramente que o desempenho, na média, de todos os cursos nas diversas etapas destes, é boa, tendo em vista que nenhum indicador ficou abaixo de quatro (4) e a maioria ficou acima de cinco (5). Todavia, a grande oscilação evidencia que esse excelente desempenho não necessariamente foi adquirido durante o Curso. Isso por que, em

muitos casos, a média dos ingressantes é superior à dos intermediários ou até dos concluintes. Portanto, fica como sugestão para que os cursos pensem em formas de trabalhar mais esses temas apontados nos indicadores para que os alunos melhorem sua performance nesse sentido.

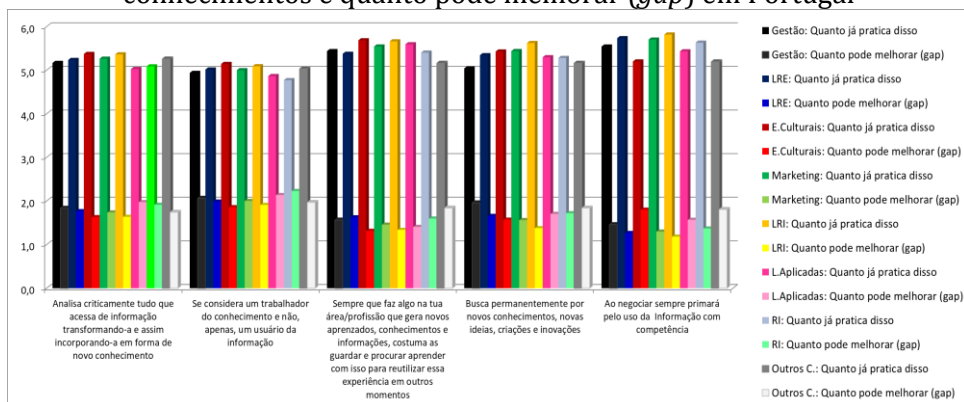
Gráfico 62: Evolução da capacidade de transformar informações em novos conhecimentos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Já o gráfico que segue expressa a média da capacidade de transformar informações em novos conhecimentos e quanto pode melhorar (gap) em Portugal.

Gráfico 63: Média da capacidade de transformar informações em novos conhecimentos e quanto pode melhorar (*gap*) em Portugal



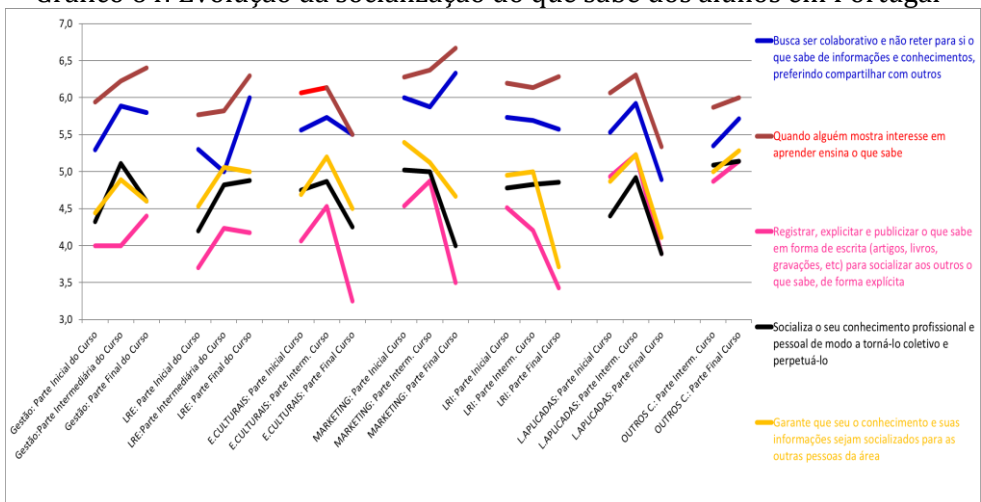
Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Percebe-se que nenhum *gap* foi superior a dois (2) e todos os desempenhos foram superiores a cinco (5). Isso evidencia um bom desempenho de todos os alunos quanto: a capacidade de *analisar criticamente a informação que acessa, incorporando-a e a transformando em novo conhecimento*; não se considerar apenas um usuário da informação e sim um *trabalhador do conhecimento; aprender com o que faz e reutilizar tais aprendizados em novas oportunidades; busca permanentemente novos conhecimentos, novas ideias e inovações; e utilizar a informação com competência quando for negociador*. No entanto, a existência de pequenos *gaps* em todos os indicadores evidencia que ainda há espaço para melhorar.

4.4.3 Socializar o que sabe: alunos em Portugal

Nessa subdimensão buscou-se saber se os alunos em Portugal costumam socializar o que sabem. Para isso os indicadores envolvidos nos questionamentos foram: I) *Busca ser colaborativo e não reter para si o que sabe de informações e conhecimentos, preferindo compartilhar com outros*; II) *Quando alguém mostra interesse em aprender ensina o que sabe*; III) *Registra, explicita e publiciza o que sabe em forma de escrita (artigos, livros, gravações, etc. para socializar aos outros o que sabe*; IV) *Socializa o seu conhecimento profissional e pessoal de modo a torná-lo coletivo e perpetuá-lo*; e V) *Garante que seu o conhecimento e suas informações sejam socializados para as outras pessoas da área*.

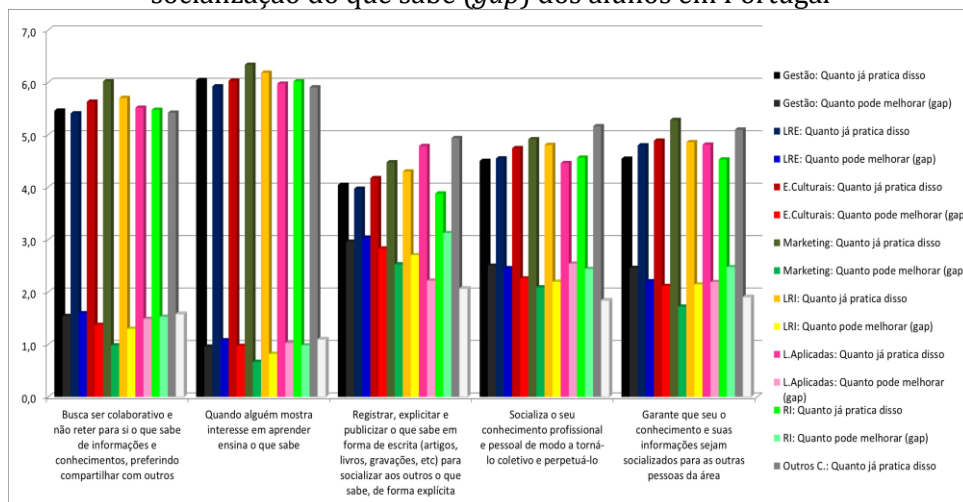
Gráfico 64: Evolução da socialização do que sabe dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

No curso de Gestão, três indicadores apresentaram evolução e dois apresentam oscilação. Em LRE praticamente todos apresentaram evolução, especialmente se comparado os iniciantes com os concluintes. Em Marketing, e em LRI dois indicadores apresentaram evolução e três apresentam involução. Em Estudos Culturais e Línguas Aplicadas houve involução. Em "Outros Cursos" houve evolução. Nenhum indicador ficou abaixo de três (3).

Gráfico 65: Média da socialização do que sabe e quanto pode melhorar na socialização do que sabe (*gap*) dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico, percebe-se que em alguns indicadores o desempenho é melhor e em outros o *gap* é maior, embora em nenhum

caso o *gap* superou o desempenho.

Nos indicadores "*busca ser colaborativo e não retém para si o que sabe de informações e conhecimentos, preferindo compartilhar com outros*" e no indicador "*quando alguém mostra interesse em aprender você ensina o que sabe*" obteve-se os melhores desempenhos (acima de 5) e os menores *gaps* (abaixo de 2). Nos indicadores "*socializa o seu conhecimento profissional e pessoal de modo a torná-lo coletivo e perpetuá-lo*" e no indicador "*garante que seu o conhecimento e suas informações sejam socializados para as outras pessoas da área*" o desempenho foi intermediário, mas ainda assim muito bom, pois ficou próximo de cinco (5). No indicador "*registra, explicita e publiciza o que sabe em forma de escrita (artigos, livros, gravações, etc. para socializar aos outros o que sabe, de forma explícita*" o desempenho foi o mais baixo, com o *gap* se aproximou do desempenho, embora ainda tenha ficado menor que este. Isso mostra que o quesito registrar e publicar o que sabe é ainda um dos problemas mais marcantes e desafiadores para os jovens, pois nem sempre gostam de escrever e/ou gravar, descrevendo e assim ensinando o que sabem de forma explícita (registrada).

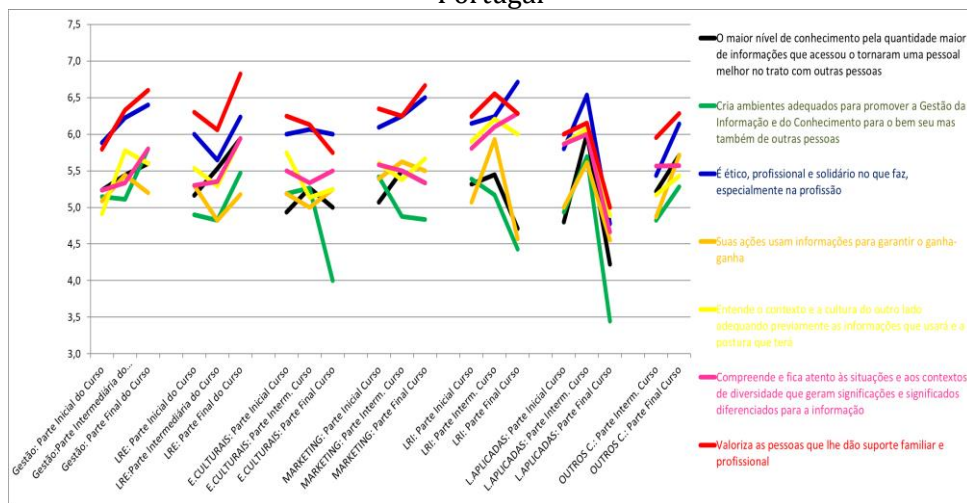
4.4.4 Interação e retorno social dos estudantes em Portugal

O gráfico seguinte procura saber sobre a interação e o retorno social dos estudantes em Portugal. Para isso essa subdimensão apresentou como questionamento os seguintes indicadores: I) *O maior nível de conhecimento graças a maior quantidade de informações que acessou o tornarem uma pessoa melhor no trato com outras pessoas;* II) *Cria ambientes adequados para promover a Gestão da Informação e do Conhecimento para o seu próprio bem, mas também de outras pessoas;* III) *É ético, profissional e solidário no que faz, especialmente na profissão;* IV) *Suas ações usam informações para garantir o ganha-ganha;* V) *Entende o contexto e a cultura do outro lado, adequando previamente as informações que usará e a postura que terá;* e VI) *Valoriza as pessoas que lhe dão suporte familiar e profissional.*

Primeiro pode-se destacar que predominou o desempenho acima de 4,5, sendo que valores menores foram mais raros. Isso significa que na média geral o desempenho dos estudantes em Portugal é louvável. No Curso de Gestão houveram apenas pequenas oscilações em dois indicadores e no restante se observou evolução no decorrer do Curso. Os egressos de LRE também estão mais evoluídos do que os intermediários e iniciantes em todos os indicadores, dando a evidência que esses temas tem mais destaque na parte final do Curso. Em "outros Cursos" também se observou evolução. Já nos demais

curso não se percebe a evolução tão evidente em todos os indicadores, sendo que em alguns evolui, em outros oscila e em alguns involui. Cada caso é um caso.

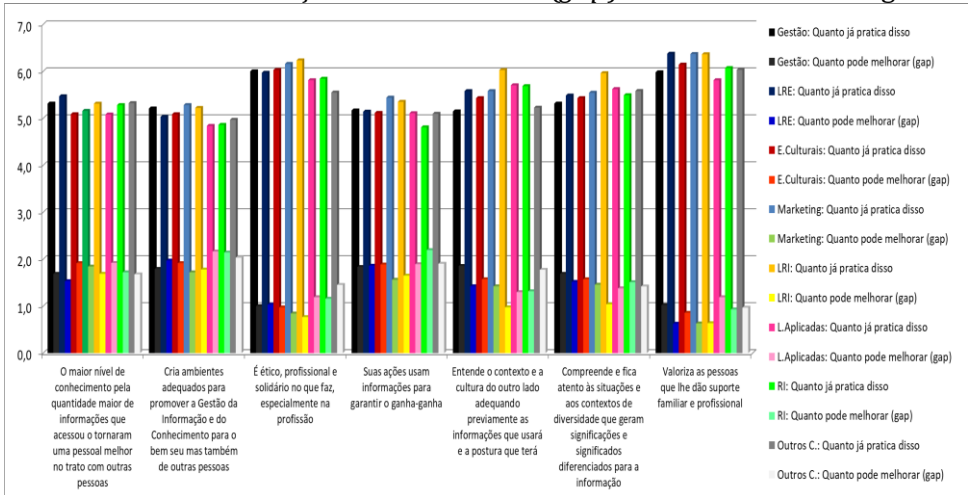
Gráfico 66: Evolução da interação e retorno social dos estudantes em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Lembrando que essas respostas são sempre a percepção do próprio aluno e podem ser fruto da "autocrítica" mais avançada dos formandos e do excesso de autoconfiança dos ingressantes. Mas permite, de toda forma, observar com atenção o que ocorre. Cabe a cada Curso, percebendo o seu desempenho, fazer a autocrítica e ver como podem ser mais trabalhados esses temas, para que o resultado melhore.

Gráfico 67: Média da interação e retorno social por curso e quanto pode melhorar em interação e retorno social (*gap*) dos alunos em Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Pelo gráfico pode-se observar a excelente média dos alunos em Portugal, pois o desempenho ficou desde próximo a cinco (5) até próximo a seis (6). O terceiro indicador sobre *Ser ético, profissional e solidário no que faz, especialmente na profissão*, e o sexto indicador sobre *Valorizar as pessoas que lhe dão suporte familiar e profissional* são os que tiveram o melhor desempenho em todos os cursos. Após estes, os outros indicadores com os melhores resultados médios foram *Suas ações usam informações para garantir o ganha-ganha*, e *Você entende o contexto e a cultura do outro lado, adequando previamente as informações que usará e a postura que terá*. Os outros indicadores

tiveram desempenho um pouco menor, mas nada alarmante considerando que o resultado girou em torno de cinco (5). Isso significa que os estudantes em Portugal demonstram que tem plenas condições de serem futuros negociadores internacionais que irão interagir e dar retorno social com sabedoria, durante a sua atuação profissional.

4.4.5 Resultado final da Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria dos alunos portugueses

Na tabela seguinte irá aparecer o resultado global das subdimensões da dimensão 4, que busca saber se a pessoa é envolvida e comprometida com o próximo e com o coletivo, além de buscar criar novas informações e novos conhecimentos, bem como compartilhar com os outros.

Tabela 18: Resultados da Dimensão 4 sobre Interação e Retorno Social com Sabedoria dos alunos portugueses

Subdimensão/Indicador	Subdimensão A: Sobre Você ser um Eterno Aprendiz					Subdimensão B: Sobre Você Transformar Informações em Novos Conhecimentos					Subdimensão C: Sobre Você Socializar o que Sabe					Subdimensão D: Sobre Você Interagir e dar Retorno Social									
	Nível de autonomia quando precisa que terá que estudar e aprender por toda a vida (life long learning), que a aprendizagem nunca cessa	Acresce que sempre pode aprender e melhorar mais	Valoriza a experiência e busca sempre aprender com os mais antigos daquela área	Primeiro ouve tudo e a todos e só depois selecionar as informações e conhecimentos s livros, descartando os excessos	Analisa criticamente tudo que acessa de informações pesquisando em um usuário de novo conhecimento	Se considera um trabalhador do conhecimento e assim incorporando em formas de novo conhecimento	Sempre que faz algo novo, gera novos conhecimentos e informações, costuma guardar e procurar aprender com sua experiência em outros momentos	Busca permanentemente por novos conhecimentos, ideias, atitudes e inovações	As negocia sempre primar pelo uso da informação, com competência	Busca ser colaborativo e não obter para si o que sabe de informações e conhecimentos, preferindo compartilhar com outros	Quando alguém mostra interesse em saber em forma de escrita aprende o que sabe	Registrar, registrar e publicar o que sabe em forma de artigos, livros, gravações, etc para socializar pass outros que sabe, de forma explícita	Socializa o seu conhecimento e suas informações de modo a torná-lo disponível para as outras pessoas da área	Garante que seu conhecimento e suas informações sejam socializados para as outras pessoas da área	O maior nível de conhecimento pela quantidade maior de informações que acessou o tomaram uma pessoa melhor do que outras pessoas	Cria ambientes adequados para promover a Gestão da Informação e do Conhecimento para a bem veu das outras pessoas	Ético, profissional e solidário no que faz, para garantir o que ganha	Sua ações usam informações para garantir o que ganha	Entende o contexto e a cultura do outro lado colocando previamente as informações que usará e a postura que terá	Compreende e foca nas situações e aos conteúdos diversificados que geram significações e diferenças para a informação	Valoriza as informações que lhe dão suporte familiar e profissional				
Curso/Étapa	Geral Subdimensão A					Geral Subdimensão B					Geral Subdimensão C					Geral Subdimensão D									
Gestão: Parte Inicial do Curso	5.1	6.1	5.6	5.6	5.6	5.1	4.9	5.4	4.9	5.4	5.2	5.3	5.9	4.0	4.3	4.4	4.8	5.2	5.1	5.9	5.1	4.9	5.2	5.8	5.3
Gestão: Parte Intermediária do Curso	5.6	6.7	5.7	5.4	5.8	5.4	5.1	5.9	5.7	6.0	5.6	5.9	6.2	4.0	5.1	4.9	5.2	5.4	5.1	6.2	5.4	5.8	5.3	6.3	5.7
Gestão: Parte Final do Curso	5.2	6.4	6.0	5.6	5.8	5.2	4.6	5.2	4.6	5.4	5.0	5.8	6.4	4.4	4.6	4.6	5.2	5.6	5.8	6.4	5.2	5.6	5.8	6.6	5.9
Gestão: Nível Médio de Conhecimento	5.2	6.3	5.7	5.6	5.7	5.2	4.9	5.4	5.0	5.5	5.2	5.5	6.0	4.0	4.5	4.5	4.9	5.3	5.2	6.0	5.2	5.1	5.3	6.0	5.4
Gestão: Gap Médio	1.8	0.7	1.3	1.4	1.3	1.8	2.1	1.6	2.0	1.5	1.8	1.5	1.0	3.0	2.5	2.5	2.1	1.7	1.6	1.8	1.8	1.9	1.7	1.0	1.6
IRE: Parte Inicial do Curso	5.3	6.4	5.7	5.3	5.7	5.3	5.0	5.3	5.3	5.6	5.3	5.3	5.8	3.7	4.2	4.5	4.7	5.2	4.9	6.0	5.3	5.5	5.3	6.3	5.5
IRE: Parte Intermediária do Curso	5.6	6.5	6.1	5.5	5.9	4.9	4.8	5.0	5.4	5.4	5.1	5.0	5.8	4.2	4.8	5.1	5.0	5.5	4.8	5.6	4.8	5.3	5.4	6.1	5.4
IRE: Parte Final do Curso	5.7	6.8	6.2	5.9	6.1	5.4	5.2	5.8	5.4	6.3	5.6	6.0	6.3	4.2	4.9	5.0	5.3	5.9	5.5	6.2	5.2	5.9	5.9	6.8	5.9
IRE: Nível Médio de Conhecimento	5.5	6.5	6.0	5.5	5.9	5.2	5.0	5.4	5.3	5.7	5.3	5.4	5.9	4.0	4.5	4.8	4.9	5.5	5.0	6.0	5.1	5.6	5.5	6.4	5.6
IRE: Gap Médio	1.5	0.5	1.0	1.5	1.1	1.8	2.0	1.6	1.7	1.3	1.7	1.6	1.1	3.0	2.5	2.2	2.1	1.5	2.0	1.0	1.9	1.4	1.5	0.6	1.4
ECULTURAS: Parte Inicial Curso	5.6	6.9	5.9	5.3	5.9	5.3	5.1	5.6	5.4	5.4	5.3	5.6	6.1	4.1	4.8	4.7	5.0	4.9	5.2	6.0	5.2	5.8	5.5	6.3	5.5
ECULTURAS: Parte Interim. Curso	5.9	6.5	6.3	5.9	6.1	5.6	5.3	5.9	5.5	5.1	5.5	5.7	6.1	4.5	4.9	5.2	5.3	5.3	5.3	6.1	5.0	5.1	5.3	6.1	5.5
ECULTURAS: Parte Final Curso	5.0	6.0	5.8	5.0	5.4	5.0	5.0	5.5	5.0	5.0	5.1	5.5	5.5	3.3	4.3	4.5	4.6	5.0	4.0	6.0	5.3	5.3	5.5	5.8	5.3
ECULTURAS: Nível Médio Conhecimento	5.6	6.6	6.1	5.5	6.0	5.4	5.1	5.7	5.4	5.2	5.4	5.6	6.0	4.2	4.7	4.9	5.1	5.1	5.1	6.0	5.1	5.4	5.4	6.1	5.5
ECULTURAS: Gap Médio	1.4	0.4	0.9	1.5	1.0	1.6	1.9	1.3	1.6	1.8	1.6	1.4	1.0	2.8	2.3	2.1	1.9	1.9	1.9	1.0	1.9	1.6	1.6	0.9	1.5
MARKETING: Parte Inicial Curso	5.6	6.5	6.0	5.5	5.9	5.4	5.2	5.6	5.6	5.8	5.5	6.0	6.3	4.5	5.0	5.4	5.4	5.1	5.4	6.1	5.4	5.6	5.6	6.3	5.6
MARKETING: Parte Interim. Curso	5.6	6.4	6.0	5.3	5.8	4.5	4.0	5.3	4.6	5.1	4.7	5.9	6.4	4.9	5.0	5.1	5.5	5.5	4.9	6.3	5.6	5.4	5.5	6.3	5.6
MARKETING: Parte Final Curso	5.7	6.8	6.7	5.3	6.1	5.2	5.0	5.5	5.3	5.7	5.3	6.3	6.7	3.5	4.0	4.7	5.0	5.3	4.8	6.5	5.5	5.7	5.3	6.7	5.7
MARKETING: Nível Médio Conhecimento	5.6	6.5	6.1	5.4	5.9	5.3	5.0	5.5	5.4	5.7	5.4	6.0	6.3	4.5	4.9	5.3	5.4	5.2	5.3	6.2	5.4	5.6	5.5	6.4	5.6
MARKETING: Gap Médio	1.4	0.5	0.9	1.6	1.1	1.7	2.0	1.5	1.6	1.3	1.6	1.0	0.7	2.5	2.1	1.7	1.6	1.8	1.7	0.8	1.6	1.4	1.5	0.6	1.4
IRI: Parte Inicial Curso	5.3	6.6	5.7	5.6	5.8	5.3	5.0	5.6	5.6	5.7	5.4	5.7	6.2	4.5	4.8	5.0	5.2	5.3	5.4	6.1	5.1	5.9	5.8	6.2	5.7
IRI: Parte Interim. Curso	5.6	6.6	5.9	5.8	6.0	5.4	5.1	5.7	5.7	5.9	5.6	5.7	6.1	4.2	4.8	5.0	5.2	5.4	5.2	6.2	5.9	6.2	6.1	6.6	6.0
IRI: Parte Final Curso	5.6	7.0	5.7	5.6	6.0	5.4	5.9	6.0	5.6	6.1	5.8	5.6	6.3	3.4	4.9	4.7	4.8	4.7	4.4	6.7	4.6	6.0	6.3	6.3	5.6
IRI: Nível Médio Conhecimento	5.4	6.6	5.8	5.7	5.9	5.4	5.4	5.7	5.6	5.8	5.5	5.7	6.2	4.3	4.9	4.5	5.2	5.8	5.2	6.2	5.4	6.0	6.0	6.4	5.8
IRI: Gap Médio	1.6	0.4	1.2	1.3	1.1	1.6	1.9	1.3	1.4	1.2	1.5	1.3	0.8	2.7	2.2	2.1	1.8	1.7	1.8	0.8	1.6	1.0	1.0	0.6	1.2
LAPICADAS: Parte Inicial Curso	5.5	6.8	6.3	5.7	6.1	5.3	5.0	5.6	5.3	5.4	5.3	5.5	6.1	4.9	4.4	4.9	5.2	4.8	4.9	5.8	5.0	5.9	5.9	6.0	5.5
LAPICADAS: Parte Interim. Curso	6.0	6.3	5.6	5.5	5.9	5.4	5.3	6.0	5.7	5.9	5.7	5.9	6.3	5.2	4.9	5.2	5.5	6.0	5.7	6.5	5.6	6.1	6.0	6.2	6.0
LAPICADAS: Parte Final Curso	4.7	5.9	4.9	4.2	4.9	4.0	4.0	5.0	4.7	4.8	4.5	4.9	5.3	3.9	3.9	4.1	4.4	4.2	3.4	4.8	4.6	4.9	4.7	5.0	4.5
LAPICADAS: Nível Médio Conhecimento	5.5	6.4	5.7	5.3	5.7	5.0	4.9	5.6	5.3	5.4	5.2	5.5	6.0	4.8	4.5	4.8	5.1	5.1	4.8	5.8	5.1	5.7	5.6	5.8	5.4
LAPICADAS: Gap Médio	1.5	0.6	1.3	1.7	1.3	2.0	2.1	1.4	1.7	1.6	1.8	1.5	1.0	2.2	2.5	2.2	1.9	1.9	2.2	1.2	1.9	1.3	1.4	1.2	1.6
RI: Parte Inicial Curso	5.5	6.5	5.7	5.4	5.8	5.1	4.8	5.4	5.3	5.7	5.3	5.5	6.1	3.9	4.6	4.6	4.9	5.3	4.9	5.9	4.8	5.7	5.5	6.1	5.5
RI: Nível Médio Conhecimento	5.5	6.5	5.6	5.4	5.8	5.1	4.8	5.4	5.3	5.6	5.2	5.5	6.0	3.9	4.6	4.5	4.9	5.3	4.9	5.8	4.8	5.7	5.5	6.1	5.4
RI: Gap Médio	1.5	0.5	1.4	1.6	1.2	1.9	2.2	1.6	1.7	1.4	1.8	1.5	1.0	3.1	2.4	2.5	2.1	1.7	2.1	1.2	2.2	1.3	1.5	0.9	1.6
OUTROS C.: Parte Interim. Curso	5.3	6.3	5.6	5.4	5.7	5.0	4.9	5.0	5.1	5.0	5.0	5.3	5.9	4.9	5.1	5.0	5.2	5.2	4.8	5.4	4.9	5.2	5.6	6.0	5.3
OUTROS C.: Parte Final Curso	5.7	6.7	6.6	5.6	6.1	6.1	5.4	5.6	5.1	5.7	5.6	5.7	6.0	5.1	5.1	5.3	5.5	5.7	5.3	6.1	5.7	5.4	5.6	6.3	5.7
OUTROS C.: Nível Médio Conhecimento	5.4	6.4	5.8	5.5	5.8	5.3	5.0	5.2	5.2	5.2	5.2	5.4	5.9	4.9	5.2	5.1	5.3	5.3	5.0	5.5	5.1	5.2	5.6	6.0	5.4
OUTROS C.: Gap Médio	1.6	0.6	1.2	1.5	1.2	1.7	2.0	1.8	1.8	1.8	1.8	1.6	1.1	2.1	1.8	1.9	1.7	1.7	2.0	1.5	1.9	1.8	1.4	1.0	1.6
GERAL: Parte Inicial do Curso	5.4	6.5	5.8	5.5	5.8	5.2	5.0	5.5	5.4	5.6	5.3	5.6	6.1	4.2	4.6	4.8	5.1	5.2	5.1	6.0	5.1	5.6	5.5	6.2	5.5
GERAL: Parte Intermediária do Curso	5.6	6.5	5.9	5.6	5.9	5.2	5.0	5.5	5.4	5.5	5.3	5.6	6.1	4.5	4.9	5.1	5.2	5.5	5.1	6.0	5.3	5.6	5.7	6.2	5.6
GERAL: Parte Final do Curso	5.4	6.6	6.0	5.4	5.8	5.2	5.0	5.6	5.1	5.7	5.3	5.7	6.1	4.0	4.6	4.6	5.0	5.3	4.8	6.1	5.1	5.6	5.6	6.3	5.5
GERAL: Nível Médio de Conhecimento	5.5	6.5	5.8	5.5	5.8	5.2	5.0	5.5	5.4	5.6	5.3	5.6	6.1	4.3	4.7	4.8	5.1	5.3	5.1	6.0	5.2	5.6	5.6	6.2	5.6
GERAL: Gap Médio	1.5	0.5	1.2	1.5	1.2	1.8	2.0	1.5	1.6	1.4	1.7	1.4	0.9	2.7	2.3	2.2	1.9	1.7	1.9	1.0	1.8	1.4	1.4	0.8	1.4

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Resumidamente na primeira subdimensão (A), que trata de ser um eterno aprendiz, o desempenho foi de 5,8 e gerou um *gap* de 1,2. Os estudantes demonstram estar conscientes que nunca saberão o suficiente e sempre precisarão estar em processo de aprendizagem.

Na próxima subdimensão (B), que se refere a transformação da informação em novos conhecimentos, observou-se um desempenho de 5,3 e o *gap* de 1,7. São jovens com bom desempenho no que tange a criar, transformar e inovar.

Na subdimensão seguinte (C), referente a socializar o que sabe com os demais, o desempenho foi de 5,1, com um *gap* de 1,9. Mostra que os estudantes em Portugal têm a clareza da importância social de não ficar apenas para si o que sabem e que eles podem crescer junto com os outros, ensinando o que sabem e aprendendo o que os outros sabem num processo de troca e compartilhamento.

A subdimensão D trata da capacidade de interação e retorno social e nela o desempenho ficou em 5,6 e gerou um *gap* de 1,4. Demonstra que os jovens portugueses são conscientes quanto a importância de interagir e devolver para a sociedade um pouco do que recebem. Assim buscam ser, desde jovens, profissionais competentes e pessoas sábias. A existência de algum *gap* em todos os indicadores e em todas as subdimensões confirma que, apesar do bom resultado, há sempre espaço permanente para melhoria.

4.5 Uma síntese da Competência em Informação dos estudantes em Portugal

Apresenta-se aqui a síntese da Competência em Informação dos Estudantes em Portugal, medida através da pesquisa de campo, conforme amostra já relatada anteriormente. Percebe-se que existe um crescimento de desempenho à medida que as dimensões avançam. Na Dimensão 1 (formação da base pessoal de conhecimento) o desempenho foi de 4,1 (*gap* 2,9), na Dimensão 2 (acesso e uso de tecnologias) o desempenho subiu para 4,3 (*gap* de 2,7), na Dimensão 3 (acesso e uso da informação) o desempenho aumentou para 5,1 (*gap* de 1,9) e na Dimensão 4 (interação e retorno social com sabedoria) o desempenho subiu para 5,5 (*gap* de 1,5).

Portanto, o maior gargalo está na Dimensão 1 (base pessoal de conhecimento) seguido da Dimensão 2 (acesso e uso de tecnologias), com desempenhos próximos a 4 (4,1 e 4,3, respectivamente). Já os melhores desempenhos estão na Dimensão 4 (interação e uso da informação com sabedoria) e na Dimensão 3 (acesso e uso da informação) com desempenhos superiores a 5 (5,5 e 5,1, respectivamente).

Tabela 19: Desempenho final e geral da Competência em Informação dos alunos em Portugal

DIMENSÃO E SUBDIMENSÃO POR ETAPAS	DIMENSÃO 1:	DIMENSÃO 2: Acesso	DIMENSÃO 3: Acesso e	DIMENSÃO 4:	COMPETÊNCIA EM
	Formação da Base Pessoal do Conhecimento	e Uso de Tecnologias	Uso de Informações	Interação e Retorno Social com Sabedoria	
Gestão: Parte Inicial do Curso	3,8	4,2	4,7	5,2	4,5
Gestão: Parte Intermediária do Curso	4,3	5,0	5,4	5,6	5,0
Gestão: Parte Final do Curso	4,4	5,2	5,1	5,5	5,0
Gestão: Nível Médio de Conhecimento	3,9	4,4	4,9	5,3	4,6
Gestão: Gap Médio	3,1	2,6	2,1	1,7	2,4
IRE: Parte Inicial do Curso	3,6	4,0	5,0	5,3	4,5
IRE: Parte Intermediária do Curso	4,2	4,7	5,2	5,3	4,9
IRE: Parte Final do Curso	4,4	4,9	5,5	5,7	5,1
IRE: Nível Médio de Conhecimento	4,0	4,4	5,2	5,4	4,7
IRE: Gap Médio	3,0	2,6	1,8	1,6	2,3
E.CULTURAIS: Parte Inicial Curso	3,7	5,1	5,0	5,5	4,8
E.CULTURAIS: Parte Interm. Curso	4,0	3,9	5,4	5,6	4,7
E.CULTURAIS: Parte Final Curso	3,7	4,6	5,3	5,1	4,7
E.CULTURAIS: Nível Médio Conhecimento	3,8	4,5	5,2	5,5	4,7
E.CULTURAIS: Gap Médio	3,2	2,5	1,8	1,5	2,3
MARKETING: Parte Inicial Curso	3,9	4,1	5,0	5,6	4,6
MARKETING: Parte Interm. Curso	4,2	4,4	5,1	5,4	4,8
MARKETING: Parte Final Curso	4,9	5,3	5,4	5,5	5,3
MARKETING: Nível Médio Conhecimento	4,0	4,3	5,0	5,6	4,7
MARKETING: Gap Médio	3,0	2,7	2,0	1,4	2,3
LRI: Parte Inicial Curso	4,2	4,3	5,3	5,5	4,8
LRI: Parte Interm. Curso	4,4	4,1	5,2	5,7	4,8
LRI: Parte Final Curso	4,7	4,4	5,6	5,5	5,0
LRI: Nível Médio Conhecimento	4,3	4,2	5,3	5,6	4,9
LRI: Gap Médio	2,7	2,8	1,7	1,4	2,1
L.APLICADAS: Parte Inicial Curso	3,9	3,7	5,1	5,5	4,6
L.APLICADAS: Parte Interm. Curso	4,5	4,5	5,3	5,8	5,0
L.APLICADAS: Parte Final Curso	3,7	2,6	4,7	4,6	3,9
L.APLICADAS: Nível Médio Conhecimento	4,1	3,7	5,1	5,4	4,5
L.APLICADAS: Gap Médio	2,9	3,3	1,9	1,6	2,5
Ri: Parte Inicial Curso	4,1	4,7	5,1	5,4	4,8
Ri: Nível Médio Conhecimento	4,1	4,6	5,1	5,3	4,8
Ri: Gap Médio	2,9	2,4	1,9	1,7	2,2
OUTROS C.: Parte Interm. Curso	3,9	4,3	5,1	5,3	4,7
OUTROS C.: Parte Final Curso	4,6	3,9	5,4	5,7	4,9
OUTROS C.: Nível Médio Conhecimento	4,1	4,2	5,2	5,4	4,7
OUTROS C.: Gap Médio	2,9	2,8	1,8	1,6	2,3
GERAL: Parte Inicial do Curso	3,9	4,3	5,0	5,4	4,7
GERAL: Parte Intermediária do Curso	4,2	4,3	5,2	5,5	4,8
GERAL: Parte Final do Curso	4,4	4,4	5,3	5,4	4,9
GERAL: Nível Médio de Conhecimento	4,1	4,3	5,1	5,5	4,7
GERAL: Gap Médio	2,9	2,7	1,9	1,5	2,3

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Na Dimensão 1 (base pessoal de conhecimento) a melhor performance média ficou com o Curso de Línguas e Relações Internacionais (LRI); na Dimensão 2 (acesso e uso de tecnologias) a melhor performance ficou como o Curso de Relações Internacionais (RI); na Dimensão 3 (acesso e uso da informação) o melhor desempenho ficou com o Curso de Línguas e Relações Internacionais (LRI); e na Dimensão 4 (interação e uso da informação com sabedoria) ficaram em primeiro lugar os Cursos de Marketing e Línguas e Relações Internacionais (LRI). O que deu também para o Curso de Línguas e Relações Internacionais (LRI) o primeiro lugar geral. Embora há de se ressaltar que a diferença em relação aos demais é pequena, que também na média final foram muito bem, ficando todos acima de 4,5. Demonstrou que os alunos desses cursos estão saindo competentes em informação e tem potencial para serem negociadores internacionais. A existência do *gap* é o alerta necessário para todos de que há espaço, sempre, para a melhoria.

A primeira colocação ficando para um Curso que trabalha Línguas Estrangeiras e Relações Internacionais, que de algum modo envolve línguas, negócios e negociações faz sentido, afinal, de alguma forma, ele já prepara seus alunos para serem negociadores internacionais com competência em informação, confirmando que

seus egressos têm potencial para serem negociadores internacionais de mercado quando se formarem. O fato dos demais Cursos também ficarem com médias de 4,5 ou acima disto confirma que todos os Cursos analisados têm condições de formarem negociadores internacionais. Todavia, nas análises pormenorizadas feitas anteriormente nesse relatório fica o alerta de temas que precisam ser mais ou melhor trabalhados em cada Curso.

A análise do Curso de Relações Internacionais ficou prejudicada, pois não se conseguiu amostrar alunos intermediários e concluintes, o que talvez faria até aumentar a média. Já o “Outros Cursos”, também ficou prejudicado pois não teve amostras de iniciantes o que talvez faria até baixar a média obtida, exatamente por serem iniciantes. No entanto, o bom desempenho confirma que para ser negociador internacional não precisa fazer exatamente um Curso de graduação em Negociação Internacional ou área específica como condição *sine qua non*, mas sim ter uma gama de conhecimentos aliados aos conhecimentos dos respectivos cursos e profissões. Ou seja, negociador internacional de mercado não é uma carreira exclusiva de uma determinada formação acadêmica de bacharelado ou licenciatura e sim uma profissão que abarca conhecimentos interdisciplinares e aceita as diversas profissões no seu campo de

atuação²⁹.

Importante também ressaltar que uma parte do bom desempenho em termos de competência em informação dos alunos pesquisados é decorrente deles já terem entrados com uma percepção boa de conhecimento em muitos pontos, haja vista o desempenho observado dos ingressantes durante a pesquisa. Isso fez com que o crescimento percebido durante o Curso sobre vários níveis de conhecimento nem sempre fosse observado quando detalhado em pormenores como feito nesse livro. Em alguns indicadores nem se observou evoluções e sim oscilações ou até involuções. Em muitos casos se percebeu que o aluno ingressante tem a percepção que já tem uma boa base. Isso é bom, todavia não resolve se durante o Curso não ficar perceptível a evolução para além da boa base com que entrou. Cabe a cada Curso, depois de observar os seus pormenores, verificar o que pode fazer para melhorar.

²⁹ Sobre isso ler Satur e Duarte (2020) e Filgueira e Satur (2020).

5

COMPARAÇÕES DA PERCEPÇÃO DE COMPETÊNCIA DOS ALUNOS DO BRASIL E DE PORTUGAL

A seguir se apresenta a percepção geral dos alunos pesquisados em Portugal e no Brasil. Como já dito, no Brasil foram aplicados 237 questionários que puderam ser validados. Já em Portugal foram validados 406 questionários. Assim o total contabilizado foi de 643 questionários validados e utilizados para dar a base dessa pesquisa.

Tabela 20: Resumo da Competência em Informação dos alunos do Brasil e de Portugal

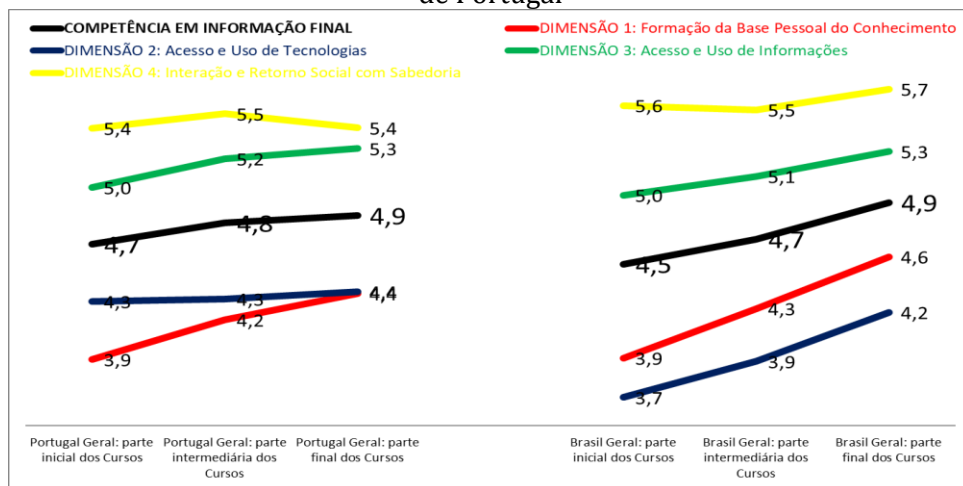
País	DIMENSÃO E SUBDIMENSÃO POR ETAPAS	DIMENSÃO 1:	DIMENSÃO 2:	DIMENSÃO 3:	DIMENSÃO 4:	COMPETÊNCIA
		Formação da Base Pessoal do Conhecimento	Acesso e Uso de Tecnologias	Acesso e Uso de Informações	Interação e Retorno Social com Sabedoria	EM INFORMAÇÃO FINAL
Portugal	<i>Gestão: Nível Médio de Conhecimento</i>	3,9	4,4	4,9	5,3	4,6
Portugal	<i>Gestão: Gap Médio</i>	3,1	2,6	2,1	1,7	2,4
Portugal	LRE: Nível Médio de Conhecimento	4,0	4,4	5,2	5,4	4,7
Portugal	LRE: Gap Médio	3,0	2,6	1,8	1,6	2,3
Portugal	<i>E.CULTURAIS: Nível Médio Conhecimento</i>	3,8	4,5	5,2	5,4	4,7
Portugal	<i>E.CULTURAIS: Gap Médio</i>	3,2	2,5	1,8	1,6	2,3
Portugal	MARKETING: Nível Médio Conhecimento	4,0	4,3	5,0	5,6	4,7
Portugal	MARKETING: Gap Médio	3,0	2,7	2,0	1,4	2,3
Portugal	<i>LRI: Nível Médio Conhecimento</i>	4,3	4,2	5,3	5,6	4,9
Portugal	<i>LRI: Gap Médio</i>	2,7	2,8	1,7	1,4	2,1
Portugal	L.APLICADAS: Nível Médio Conhecimento	4,1	3,7	5,1	5,4	4,5
Portugal	L.APLICADAS: Gap Médio	2,9	3,3	1,9	1,6	2,5
Portugal	<i>RI: Nível Médio Conhecimento</i>	4,1	4,6	5,1	5,3	4,8
Portugal	<i>RI: Gap Médio</i>	2,9	2,4	1,9	1,7	2,2
Portugal	OUTROS C.: Nível Médio Conhecimento	4,1	4,2	5,2	5,4	4,7
Portugal	OUTROS C.: Gap Médio	2,9	2,8	1,8	1,6	2,3
BRASIL	<i>LEA: Nível Médio de Conhecimento</i>	3,9	4,3	5,1	5,6	4,7
BRASIL	<i>LEA: Gap Médio</i>	3,1	2,7	1,9	1,4	2,3
BRASIL	<i>RI: Nível Médio de Conhecimento</i>	4,3	3,9	5,2	5,6	4,8
BRASIL	<i>RI: Gap Médio</i>	2,7	3,1	1,8	1,4	2,2
BRASIL	<i>ADM: Nível Médio de Conhecimento</i>	4,3	3,7	5,1	5,7	4,7
BRASIL	<i>ADM: Gap Médio</i>	2,7	3,3	1,9	1,3	2,3
BRASIL	<i>ECON: Nível Médio de Conhecimento</i>	4,2	3,9	5,1	5,5	4,7
BRASIL	<i>ECON: Gap Médio</i>	2,8	3,1	1,9	1,5	2,3
Portugal	GERAL: Parte Inicial do Curso	3,9	4,3	5,0	5,4	4,7
BRASIL	<i>GERAL: Parte Inicial do Curso</i>	3,9	3,7	5,0	5,6	4,5
Portugal	GERAL: Parte Intermediária do Curso	4,2	4,3	5,2	5,5	4,8
BRASIL	<i>GERAL: Parte Intermediária do Curso</i>	4,3	3,9	5,1	5,5	4,7
Portugal	GERAL: Parte Final do Curso	4,4	4,4	5,3	5,4	4,9
BRASIL	<i>GERAL: Parte Final do Curso</i>	4,6	4,2	5,3	5,7	4,9
Portugal	GERAL: Nível Médio de Conhecimento	4,1	4,3	5,1	5,5	4,7
BRASIL	<i>GERAL: Nível Médio de Conhecimento</i>	4,3	4,0	5,1	5,6	4,7
Portugal	GERAL: Gap Médio	2,9	2,7	1,9	1,5	2,3
BRASIL	<i>GERAL: Gap Médio</i>	2,7	3,0	1,9	1,4	2,3

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

A média final, apontando que os alunos do Brasil e de Portugal tiveram o mesmo desempenho em termos de competência em

informação e o mesmo *gap*, sendo que a variação se dá mais localizado quando as amostras ficam menores (estratificadas em cursos, por exemplo) demonstram a validade do modelo utilizado e a importância de uma amostra significativa. Na média geral também evidenciou que os alunos portugueses ingressantes (4,7) entram mais preparados que os alunos ingressantes brasileiros (4,5), mas também mostrou que ambos evoluem, sendo que os portugueses quando intermediários chegam a 4,8 e quando concluintes alcançam 4,9. Já os brasileiros quando intermediários chegam a 4,7 e quando concluintes chegam a 4,9. Significa dizer que os brasileiros entram menos preparados na universidade e que tem de diminuir a diferença dentro da universidade e por isso avançam mais durante o Curso. Quando concluem chegam no mesmo nível geral que os portugueses (4,9), levando em conta a média geral obtida sobre a percepção destes de sua base de conhecimento referente aos diversos indicadores, subdimensões e dimensões analisadas. Ambos têm *gap* geral a combater (2,3). Ou seja, tanto em Portugal como no Brasil os alunos estão saindo das universidades melhores do que entraram, mas seguem com pontos a melhorar em termos de competência em informação.

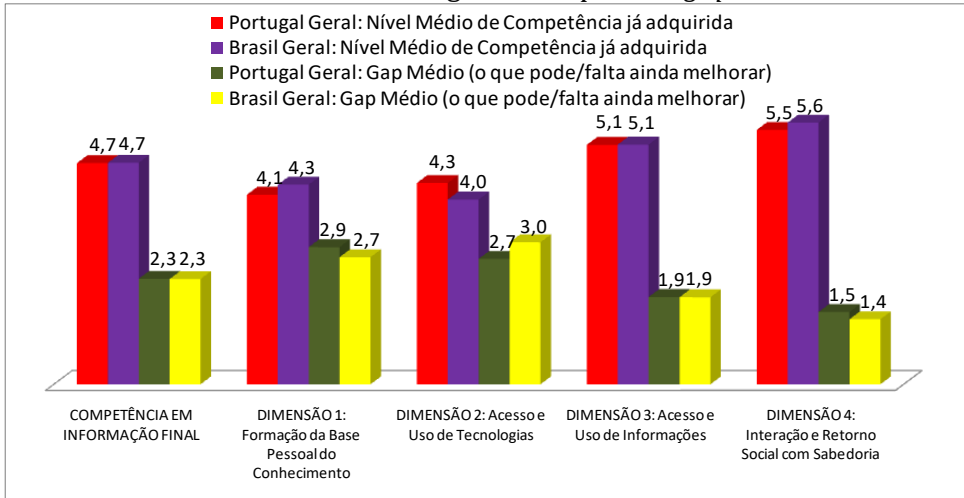
Gráfico 68: Evolução da Competência em informação dos alunos do Brasil e de Portugal



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

A Competência em Informação, geral e média final, que está expressa pela linha mais escura, evidencia que tanto em Portugal quanto no Brasil o ensino superior contribui para que os alunos tenham evolução enquanto estão na Universidade. Evidente que em algumas dimensões essa evolução ficou mais nítida e em outras nem tanto. A dimensão 4 e a dimensão 3 foram as que tiveram melhores resultados gerais (ficaram acima da média) embora em Portugal a Dimensão 4, apesar do excelente resultado obtido, não se evidenciou evolução no decorrer dos cursos, mantendo-se estável entre ingressantes e concluintes, com ligeira melhora entre os intermediários.

Gráfico 69: Resultado Final da Competência em Informação dos alunos do Brasil e de Portugal: desempenho e *gap*



Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

O desempenho final da competência em informação é igual tanto de alunos em Portugal como de alunos no Brasil (4,7), gerando *gap* também igual. Evidencia que os alunos, de um modo geral, vivem dilemas e conquistas semelhantes. A existência do *gap* de 2,3 tanto para Portugal como para o Brasil serve de alerta que a competência em informação precisa e deve melhorar ainda mais e, portanto, não há espaço para conformismo.

Os estudantes do Brasil demonstraram percepção ligeiramente melhor na formação da base pessoal do conhecimento do que os alunos de Portugal (4,3 contra 4,1), embora muito próximos. O *gap*

presente para o Brasil foi de 2,7 e para Portugal de 2,9, ou seja, ambos próximos a três (3) o que significa que existe um vasto campo para melhorar na base de conhecimento pessoal dos alunos.

Na dimensão 2, que trata do acesso e uso de tecnologias da informação, comunicação e tecnologias logísticas, os alunos de Portugal tiveram uma média de desempenho melhor que os alunos do Brasil (4,3 contra 4,0), com *gaps* de 2,7 para Portugal e 3,0 para o Brasil. Isso significa que apesar desses jovens, na sua maioria, já serem nativos digitais, ainda existe grande espaço para melhorar no acesso e uso de tecnologias, pois o *gap* presente ainda é significativo.

Na dimensão 3, que trata do acesso e uso da informação, o desempenho foi igual em Portugal e no Brasil (5,1) gerando para ambos um *gap* de 1,9. Isso significa que os estudantes estão sendo competentes no acesso e uso da informação, mas ainda existe espaço para melhoria, haja vista a existência de um *gap* próximo a 2.

Já na dimensão 4 que trata da capacidade de interagir e dar retorno social com sabedoria Portugal obteve um desempenho de 5,5 e o Brasil de 5,6, gerando *gaps* de 1,5 e 1,4, respectivamente. Significa dizer que os estudantes de ambos os países estão sendo competentes na interação e dão retorno social com sabedoria para a sociedade, o que é positivo e elogiável. A existência de algum *gap* significa que ainda há espaço para melhoria.

6

HUMANIZANDO A EXIGÊNCIA: COMPETÊNCIA ACEITÁVEL

Desde o início admitimos que por mais profissionais, esforçados e competentes que venhamos a ser, sabemos que somos seres humanos e como tais, temos imperfeições, limitações, falhas e incompletudes. Por esta razão é nosso preceder não adotar a perfeição como único critério de avaliação. Para tal, o critério incluiu ouvirmos *experts* da área de negociações internacionais bem sucedidos e experientes na profissão de negociador internacional, que viveram esse momento de transição das profissões do analógico para o digital, essa entrada no paradigma complexo (de Morin), do paradigma tecnológico (de Castells) e do paradigma pós-custodial, informacional e científico (de Malheiro da Silva).

A esses *experts* foi perguntado o quanto de tolerância poderíamos admitir para um iniciante na profissão de negociador

internacional de mercado nas diferentes dimensões, subdimensões e indicadores do modelo de Satur (2017), levando em conta as perguntas do questionário que está em anexo, que formaram os valores para os indicadores. Em outras palavras, que valor pode-se ser considerado como aceitável para não exigir de todos uma nota sete (7) nessa escala que vai de um (1) a sete (7).

6.1 Os *experts* ouvidos

Ouvimos negociadores internacionais bem sucedidos e experientes na profissão, portanto *experts* que atuam ou atuaram em setores ou atividades relevantes e de preferência distintas dentro da ampla gama de possibilidades das negociações internacionais de mercado, incluindo gerações distintas, para ter uma leitura cruzada e agregativa dessa métrica que procuramos estabelecer que acaba sendo uma espécie de “ponto de corte” desejado baseado em uma média do que apontaram esses *experts* sobre o que seria aceitável em termos de base de conhecimento e competência para um iniciante na área, levando em conta o modelo proposto.

Os *experts* respondentes não sabiam quem seriam os outros participantes e nem quantos seriam consultados para gerar essa média e sua validação, mensuração e quantificação evitando assim

qualquer remota chance que pudesse haver influências ou respostas combinadas.

A seguir fizemos um breve relato do perfil dos negociadores internacionais que colaboraram com estudo (*experts*³⁰):

a) *Expert 1*

Um dos *experts* que colaborou com a pesquisa foi Nicola Minervini. Ele tem 75 anos de idade e há 44 anos atua como negociador internacional de mercado e segue na ativa atualmente como negociador, palestrante, professor e escritor. Sua formação original é em Engenharia Eletrônica (que fez na Itália) e em Economia (cursado no Brasil). Atualmente mora em Bergamo (Itália). Como negociador teve a oportunidade de viajar e conhecer cerca de 40 países sendo que em muitos retornou diversas vezes por conta dos negócios constantes e que perduraram por anos com clientes e fornecedores desses países.

Tem colaborado com numerosas entidades de promoção de comércio exterior e com Instituições de ensino como: TEC de

³⁰ Nossos agradecimentos aos participantes que aceitaram o desafio de responder, pois como se sabe, em pesquisas feitas nem todos os convidados respondem a esse chamado. Agradecemos aos negociadores e professores Leônidas Gomes Ferreira e Márcia Paixão por nos auxiliarem na indicação e intermediação de alguns desses contatos.

Monterrey, no México; CUOA, na Itália; a FIA/USP e Strong FGV, no Brasil e quase totalidade das instituições Latino-americanas já tiveram, de alguma forma a colaboração de Minervini, em algum momento, ou pessoalmente ou por meio de suas publicações. No Brasil também tem colaborado com cursos de pós-graduação em comércio exterior e com entidades como a SECEX, APEX, FUNCEX, ABIMAQ, ASSINTECAL, SEBRAE e federações de indústrias dos estados.

Seus principais temas de atuação nos últimos anos são a internacionalização de empresas e a formação de redes de empresas para exportação com a sua metodologia de Sistema Integrado de Promoção da Competitividade e da Exportação (SIPE). Tem sido consultor da União Europeia na maioria dos países da América Latina para projetos de desenvolvimento da capacidade exportadora de empresas. É diretor da “Minervini Consulting” com sede em Bergamo, na Itália.

Minervini é autor de 20 livros, entre os quais:

- Em Espanhol: “*Consortio de exportación: como no hacer*” e “*La ingeniería de la exportación. La ruta para internacionalizarsu empresa*” por FC Editorial”;
- Em português: “O exportador” livro lançado em 1991 e que já está 7ª edição.

b) *Expert 2*

Outro *expert* que colaborou com essa pesquisa foi Sebastião da Cunha Pereira. Sebastião tem 60 anos de idade e há mais quatro décadas atua como negociador internacional de mercado especialmente cuidando de uma das partes mais burocráticas do processo comercial de mercadorias que é o despacho aduaneiro. É bacharel em Contabilidade e é formado em Advocacia pela UNIP, com diversos cursos sobre Comércio Exterior feito ao longo da vida. É despachante aduaneiro habilitado pela Receita Federal brasileira desde 1981 e atualmente é despachante aduaneiro da Lauro Victor de Barros Despachos Aduaneiros Ltda: Centro Integrado de Comércio Exterior.

Como despachante aduaneiro Sebastião não viaja muito a negócios (afirma ter viajado apenas para três países à negócio), por que a profissão lhe exige estar diariamente no local onde sua função é mais relevante: próximo aos portos e aeroportos onde o desembarço da mercadoria e o despacho aduaneiro ocorrem. Mesmo sem viajar muito a negócio Sebastião é aquele caso de profissional em que o negócio internacional chega até ele todo o dia. A profissão lhe obriga a estar em contato diário com importadores e exportadores do mundo todo que fazem negócio com o Brasil e a estar em contato com todo o serviço de apoio a esse processo e com os negociadores internacionais

dos mais diversos lugares que contratam os seus serviços.

c) *Expert 3*

O terceiro *expert*³¹ que colaborou com essa pesquisa atua numa grande multinacional em São Paulo. Tem 46 anos de idade e é formado em Administração com especialização em Comércio Exterior e também fez MBA Executivo. Atua como gerente de contratos e aquisições Industriais e de projetos, também já foi gerente de contratos e aquisições para a área da agricultura e da logística, ainda gerente regional de marketing e vendas da área do varejo de combustíveis de multinacional, gerenciou também contratos de compras e pagamentos de lojas de conveniência na América Latina além de já ter atuado como analista de Custos, Preços e *Supply Chain*. Isso lhe permitiu negociações e experiências internacionais por uma década focado em seis países.

d) *Expert 4*

A quarta *expert* que deu sua contribuição nesta pesquisa foi Márcia Cristina Silva Paixão. A respectiva negociadora internacional

³¹ Esse terceiro *expert* ouvido preferiu que seu nome não fosse identificado.

tem 51 anos de idade, reside em João Pessoa (Paraíba) há 24 anos e é natural de Manaus (Amazonas). Nos dois estados atuou no mercado privado diretamente com comércio exterior, por 14 anos, em empresas privadas da indústria de transformação, incluindo uma multinacional norte-americana e uma multinacional brasileira. Com o exercício profissional de negociadora internacional de mercado conheceu três países pessoalmente à negócios que se juntaram a outros países que conheceu por outras circunstâncias. Ressalta-se que negociou com muitos negociadores de diversos países sem precisar viajar usando as tecnologias da informação e comunicação (TICs). Assim esteve à frente do seu tempo pois o uso dessas tecnologias para negociar internacionalmente tende cada vez a ser mais intensa entre os negociadores. Atualmente, Márcia segue se dedicando às negociações internacionais, mas agora como professora da área. Ela tem graduação, mestrado e doutorado em Economia e atua em universidade federal há sete anos no ensino e pesquisa, e há três anos na extensão acadêmica, sendo esta última diretamente voltada ao comércio exterior e contando com parcerias empresariais. Além de ministrar disciplinas de Economia Internacional, tem orientado e sido banca examinadora de trabalhos de conclusão sobre temas ligados ao comércio internacional e ao investimento estrangeiro direto, um dos principais determinantes do comércio exterior.

e) *Expert 5*

O quinto *expert* ouvido foi o negociador internacional Isaac Luiz de Castro. Ele tem 37 anos, atuou por 12 anos na área internacional fato que lhe permitiu conhecer aproximadamente 20 países a negócio ou por outros compromissos. Isaac mora em Nova Jersey, Estados Unidos. Quando jovem fez Administração com habilitação em Comércio Exterior no interior do Rio Grande do Sul, na URI de Frederico Westphalen.

Ainda jovem, e na condição de estudante, com 20 anos de idade, montou sua empresa de comércio exterior, a VALI Stones, em Ametista do Sul voltado inicialmente para o ramo de exportação de pedras preciosas (ametistas). Através desta empresa pode trabalhar e negociar com clientes de vários países. As atividades foram crescendo em importância e então abriu uma filial da empresa em Soledade-RS. Também entendendo a importância das línguas estrangeiras para os negócios internacionais aproveitou e abriu uma escola de inglês em Ametista do Sul e outra escola de inglês em Soledade, onde aproveitou também para dar seus primeiros passos como professor.

O dinamismo do jovem negociador Isaac chamou a atenção de negociadores do exterior e então este foi convidado a trabalhar na Oceanic Linkways, empresa importadora de pedras preciosas no estado da Nova Jersey que é uma das principais nos EUA na área,

convite que ele aceitou e então se mudou em definitivo para aquele país. Lá assumiu a responsabilidade de ser o negociador internacional das importações brasileiras e atuar em feiras de divulgação, onde atuou por seis anos.

Recentemente resolveu empreender numa nova área das negociações que é a área de imóveis se habilitando como corretor de imóveis licenciado no estado da Nova Jersey e Nova Iorque (EUA) e lá também atua como investidor no mercado imobiliário, administrando renovações e propriedade de aluguéis.

6.2 Os resultados apurados

A esses *experts* foi colocado o desafio de, baseado em sua experiência, indicar o nível de conhecimento que um aluno formando ou um profissional iniciante, deveria ter, considerando cada indicador questionado, numa escala que vai de 1 (nada) a 7 (perfeição). Considerando essa escala a pergunta era saber se em cada indicador era possível um valor aceitável abaixo de sete (7) ou não e qual valor seria esse. Esses *experts* não conversaram entre si para responder. Levando em conta o valor aceitável apontado por cada um para cada pergunta/indicador se fez a média e essa média passou a ser considerada como o mínimo aceitável. Em alguns indicadores os

experts não abriram mão do 7 (perfeição), já em outros concordaram com desempenhos próximo a 6, ou 5 ou até 4.

O próximo passo foi comparar o mínimo aceitável apontado pelos *experts* com a média apontada pelos próprios alunos do último ano (concluintes ou formandos) de cada Curso. Assim, pode-se verificar a realidade do egresso com o mínimo aceitável que ele deveria saber de cada indicador. Nesse estudo não foram incluídos os alunos formandos do Curso de Relações Internacionais de Portugal, pois não foi possível inquirir os formandos desse curso, conforme já fora mencionado. Também se ressalta que, em quase todos os casos, o número de formandos respondentes é significativamente menor que os respondentes intermediários e iniciantes e, portanto, a média em alguns casos foi feita baseado em poucas respostas, conforme já mencionado anteriormente nesse relatório.

O nível aceitável é uma espécie de ponto de corte, competência mínima que o egresso deve ter ao querer ingressar no mercado das negociações internacionais mercado apontado por quem está a tempos na área e sabe o nível mínimo necessário de conhecimento para quem está entrando nesse setor de atuação.

A seguir apresentam-se algumas tabelas comparativas com o resultado mínimo desejado *versus* o que os formandos apontaram como sua base naquele indicador. Iniciamos pelos indicadores da Dimensão 1: Formação de base pessoal de conhecimento.

Tabela 21: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores da Subdimensão A da Dimensão 1:
Conhecimentos para a formação de base

INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
		ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.
Conhecimento atual sobre assuntos da práticas operacionais (do dia a dia da profissão) que precisará saber para o exercício profissional	4,8	4,1	4,1	4,6	3,4	4,1	4,0	3,8	3,0	4,3	3,7	3,4	3,4	3,7
Importância de saber rotinas de comércio exterior (exportação/Importação)	4,8	3,5	4,1	2,6	3,3	3,4	2,8	3,6	2,5	4,2	4,6	3,1	1,9	3,3
Importância do conhecimento em Língua Inglesa	6,8	5,3	6,0	3,4	3,5	4,6	5,2	6,4	5,8	4,8	5,9	6,1	5,9	5,9
Importância do conhecimento em outras línguas estrangeiras (além do Inglês)	5,8	4,9	4,1	2,2	1,8	3,3	3,0	5,1	3,5	3,5	4,9	5,1	3,7	4,4
Importância do conhecimento de Técnicas e Táticas de Negociação	6,6	4,3	3,0	3,5	2,4	3,3	3,6	4,3	2,5	4,7	3,7	2,1	1,9	3,4
Importância de saber usar adequadamente e estrategicamente as informações quando negocia	6,2	4,5	3,6	4,2	2,8	3,8	3,0	4,4	3,3	4,7	4,6	2,6	2,6	3,7
Importância do conhecimento sobre Interculturalidade e diversidade cultural	6,2	5,6	5,2	3,9	3,6	4,6	3,8	5,4	5,3	4,5	6,0	4,8	4,9	5,1
Importância do conhecimento sobre Ética	6,8	5,6	5,8	5,6	4,9	5,5	5,4	4,4	3,8	5,0	4,7	4,6	4,6	4,6
Importância do conhecimento sobre Gestão	5,2	4,2	3,8	5,8	4,3	4,5	5,2	4,5	2,5	5,2	3,1	2,7	3,6	3,9
Importância do conhecimento sobre Marketing	5,2	4,6	3,2	5,2	3,5	4,1	4,4	4,4	3,5	5,8	2,6	2,9	4,0	4,0
Importância do conhecimento sobre Economia	5,6	4,4	4,3	4,1	5,3	4,4	4,0	3,4	2,5	4,3	4,7	3,1	3,4	3,6
Importância do conhecimento sobre Contabilidade, custos e formação de preço	5,6	4,0	2,5	4,2	4,4	3,6	5,0	2,5	2,3	4,5	3,0	2,1	3,0	3,0
Importância do conhecimento sobre Pesquisa Aplicada (inclusive sobre fazer pesquisa de mercado, ...)	5,8	3,8	3,8	4,8	4,1	4,1	4,0	3,6	2,8	4,3	3,7	2,2	2,1	3,3
Importância do conhecimento sobre Matemática e Estatística	4,6	2,7	2,3	4,0	4,8	3,3	4,6	2,8	2,8	4,3	2,1	1,3	3,0	2,8
Importância do conhecimento sobre Tecnologias da informação e comunicação, especialmente as digitais (TDICs)	5,8	4,4	4,1	4,2	4,1	4,2	5,2	4,8	4,8	5,5	3,3	3,9	3,1	4,3
Importância do conhecimento sobre Empreendedorismo	5,6	3,9	4,2	5,6	4,2	4,5	4,6	3,7	3,3	4,2	2,6	2,8	3,4	3,5
Importância do conhecimento sobre Direito, Legislação e Aduana	5,0	3,7	3,1	3,2	3,4	3,3	3,8	2,1	2,5	4,0	3,6	3,1	2,6	2,9
Importância do conhecimento sobre Relações Internacionais e Geopolítica	5,2	4,1	6,0	2,8	3,9	4,3	2,6	3,1	2,8	3,0	5,7	4,0	2,7	3,4
Importância do conhecimento sobre a sua língua nativa (do país de origem)	6,4	5,9	6,6	5,9	5,6	6,1	6,0	6,7	6,8	6,0	6,6	6,7	6,6	6,5
Importância do conhecimento sobre línguas nativas dos países destino (que pretende atuar)	5,2	5,0	4,9	3,8	3,6	4,4	3,2	4,7	5,5	3,5	6,0	4,9	4,4	4,7
Importância do conhecimento sobre conteúdos interdisciplinares	4,8	4,8	4,8	4,2	3,8	4,5	3,6	4,1	3,3	4,2	5,1	3,2	4,9	4,1
Importância do conhecimento adicionais do mercado , área ou setor que atuará	6,4	4,5	4,0	5,0	4,3	4,4	3,6	3,8	3,0	4,3	5,1	3,2	3,3	3,8

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos *experts*.

Conforme verificado, vários cursos tanto no Brasil como em Portugal não conseguiram atingir o mínimo aceitável, em vários indicadores, considerando a percepção de seus formandos. Em muitos dos indicadores nenhum curso conseguiu o mínimo aceitável. Cabe aos gestores dos cursos, junto com seu colegiado, seu núcleo docente estruturante, sua congregação de professores e corpo discente fazer uma autoavaliação para tentar entender por que isso está acontecendo e o que pode ser feito para o desempenho nesses indicadores melhorarem. Não se pode ignorar o que o mercado de trabalho indica como condição mínima para aceitar um profissional atuando naquele mercado. Afinal, mesmo sabendo que a universidade, antes de formar profissionais, ela forma cidadãos, de nada adianta formar pessoas que serão futuros profissionais frustrados por que não tiveram espaço para atuar ou sucesso na área que se tanto se esforçaram para se formar.

Apesar de Portugal levar alguma vantagem no número de cursos que conseguir alcançar o mínimo em alguns indicadores, o resultado em geral é preocupante em muitos dos indicadores tanto no Brasil como em Portugal.

Tabela 22: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores da Subdimensão B da Dimensão 1: Formas de aquisição da base de conhecimento

INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
		ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.
<i>A importância de interagir com outras pessoas que sabem da área e aprende com elas (relação mestre-discipulo)</i>	6,8	4,5	4,4	5,1	4,6	4,7	4,8	4,8	4,0	5,0	5,0	3,4	5,0	4,6
<i>A importância de fazer busca pessoal autotivada e independente visando aprender</i>	7,0	5,8	5,2	5,6	4,6	5,3	4,2	4,6	4,5	5,5	5,1	4,4	5,7	4,9
<i>A importância de fazer cursos de ensino superior na área e buscar junto outras formas de aprendizagem na área</i>	6,2	4,9	5,0	5,5	4,4	5,0	4,8	4,7	3,0	5,3	5,0	3,8	6,1	4,7

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Nessa subdimensão B da Dimensão 1 nenhum dos cursos do Brasil ou de Portugal conseguiu que seus egressos atingissem o mínimo aceitável. Evidente que o ponto de corte ficou alto com todos acima de seis (6), mas isso não pode servir de desculpa e cabe aos cursos verificarem o que está acontecendo com seus alunos e procurarem adotar estratégias conscientizadoras, motivadoras e de aprendizagem para melhorarem o desempenho dos seus egressos nesses indicadores.

A seguir o desempenho apurado nos indicadores da Dimensão 2: Acesso e uso de tecnologias. Apenas um curso português conseguiu o mínimo aceitável em um indicador. O restante não conseguiu o mínimo aceitável em nenhum indicador de toda a dimensão 2 que trata da importância de saber usar tecnologias digitais da informação e da comunicação e tecnologias logísticas e informação para viagens e transportes.

Recomenda-se aos cursos buscarem estratégias de aumentar o nível de conhecimento sobre tecnologias dos seus alunos para que quando cheguem na condição de egressos tenham a percepção de melhor performance nessa área especialmente por que em tempos de Sociedade da Informação e do Conhecimento, de *e-infocomunicação* (apresentada por alguns como cultura digital)³² não se pode admitir profissionais iniciantes no mercado inseguros quanto ao uso dessas tecnologias. Nesse sentido os *experts* estão corretos ao dizerem que o mínimo aceitável é 6 ou mais que isso, inclusive com alguns indicadores se aproximando do máximo (7). Vivemos a Era das tecnologias, não há como ser competente no mercado sem cada vez mais estar preparado para usá-las.

³² Ressaltamos que Passarelli, Ramos e Silva (2014) apresentam a terminologia *e-infocomunicação* como algo mais adequado do que cultura digital. Todavia, levando em conta que a palavra cultura tem destaque em diversas situações neste livro optamos por não descartar a palavra cultura digital por acreditar que essa expressão fica mais adequada levando em conta o estudo que faz. Portanto, para o presente caso entenda-se como “quase” sinônimos a cultura digital e a *e-infocomunicação*.

Tabela 23: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores e subdimensões da Dimensão 2: Acesso e uso de tecnologias

Subdimensão A) Tecnologias TDICs														
INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
<i>Conhecer e estar apto a usar TDICs relevantes para a profissão e se considerado como alguém que está inserido na Sociedade da Informação</i>	6,2	3,8	4,1	4,2	3,8	4,0	5,2	4,8	5,0	5,5	4,0	2,8	4,0	4,4
<i>Conhecer e estar apto a usar as TDICs para compartilhar informações e melhorar a performance profissional</i>	6,2	4,4	4,3	4,1	3,6	4,1	5,6	5,1	5,0	5,7	3,7	2,9	4,1	4,5
<i>Conhecer e estar apto a usar as TDICs para fazer pesquisas a distância</i>	6,0	4,6	4,3	4,2	3,9	4,3	5,2	5,1	4,3	5,2	4,0	2,6	4,3	4,4
<i>Conhecer e estar apto a usar as TDICs para negociar virtualmente</i>	6,2	4,2	3,6	4,0	3,6	3,9	4,6	4,8	3,8	5,0	3,3	2,1	3,1	3,9
Subdimensão B) Tecnologias logísticas e de informação para viagens e transportes														
INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
<i>Conhecer e estar apto a usar as Tecnologias buscando reduzir a necessidade viagens ao exterior ou tomar o deslocamento mais rápido e a estadia mais prática, objetiva e confortável</i>	6,0	4,9	4,3	4,1	3,8	4,3	4,8	5,1	4,3	5,3	6,0	2,7	4,1	4,6
<i>Conhecer e estar apto a usar Tecnologias para agilizar o compartilhamento da informação</i>	6,4	5,5	5,3	5,0	4,3	5,1	5,4	5,4	5,8	5,3	5,4	3,1	4,9	5,0
<i>Conhecer e estar apto a usar Tecnologias para tomar o deslocamento e o acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garanta cumprimento de prazos</i>	6,0	4,8	3,8	4,3	3,1	4,0	5,4	4,2	3,8	5,2	4,4	2,2	3,0	3,9
<i>Conhecer e estar apto a usar Tecnologias para tomar os serviços mais práticos, ágeis, de qualidade e garantir o cumprimento de prazos</i>	6,0	4,9	4,3	4,4	3,4	4,3	5,2	4,6	4,8	5,2	4,4	2,1	4,0	4,2

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos *experts*.

A tabela a seguir trás os resultados do nível aceitável e o que foi apurado junto aos formandos de cada Curso referente a Dimensão 3: acesso e uso das informações.

Tabela 24: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores e subdimensões da Dimensão 3: acesso e uso das informações

Subdimensão A) Necessidade														
INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
Nível aceitável (mínimo ideal para o negociador):	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
A importância de, quando a pessoa sentir necessidade de informação, ela saber que tipo de informação precisa buscar	6,4	5,5	5,7	5,6	5,2	5,5	5,4	5,6	5,0	5,2	5,7	5,0	5,4	5,4
A importância de, quando a pessoa sentir necessidade de informação ela ser motivado o suficiente para buscar as informações	7,0	5,5	5,6	5,6	5,1	5,5	5,6	5,6	5,5	6,0	5,6	4,7	6,3	5,6
Subdimensão B) Busca														
INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
Nível aceitável (mínimo ideal para o negociador):	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
A importância de, ao buscar informações, a pessoa saber onde as localizar e saber acessar as melhores fontes de informação	6,4	5,2	5,3	5,3	4,8	5,2	5,0	5,5	4,8	4,8	5,3	5,0	5,6	5,2
A importância de, conseguir pesquisar a informação da forma mais eficiente, independente de onde a informação estiver	6,4	5,1	5,1	6,1	4,6	5,0	4,8	5,5	4,8	5,0	5,3	4,8	5,3	5,1
A importância de, quando a pessoa não consegue buscar sozinha a informação, ela saber quem consegue acessar esta informação e consegue mobilizar esse alguém para lhe ajudar	7,0	5,3	5,4	4,9	5,2	5,2	5,0	5,3	5,0	5,8	5,4	4,3	5,4	5,2
A importância de, evitar de toda forma, a busca de informações: não ética	6,8	5,5	5,2	5,6	5,8	5,5	4,2	5,9	6,0	6,0	4,4	5,1	4,6	5,3
Subdimensão C) Uso														
INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
Nível aceitável (mínimo ideal para o negociador):	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
A importância de saber selecionar e descartar os excessos de informações	6,0	5,1	5,1	5,2	4,2	5,0	5,6	5,9	6,0	5,7	5,0	5,1	4,1	5,4
A importância de saber interpretar e analisar as informações no contexto da diversidade cultural e linguística em termos de signos, significações e significados	6,0	5,5	5,2	4,5	4,1	4,9	4,4	5,5	5,3	4,5	6,0	4,6	5,1	5,1
A importância de saber usar a informação de modo adequado e no momento certo	6,2	5,1	5,4	5,2	4,6	5,1	5,0	5,6	5,8	5,3	5,6	4,8	4,7	5,3
A importância de não usar as informações se estas foram conseguidas de forma não ética	6,8	5,2	4,4	5,5	4,9	4,9	3,6	4,9	4,5	5,0	6,4	5,2	5,0	5,0
A importância de arquivar as informações por meios eletrônicos para agilizar buscas futuras	6,6	6,1	6,0	5,9	5,4	5,9	5,6	5,4	6,0	5,8	6,4	3,9	6,0	5,5
A importância de também arquivar as informações por meios combinados - especialmente eletrônico (computador,...) e físico (em papel) - para ampliar a segurança de modo a não perder as informações	4,4	4,8	4,9	5,1	4,9	4,9	5,2	5,1	5,5	4,5	6,0	3,3	5,4	4,9

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos experts.

Observa-se que apenas um dos indicadores já está sendo atingido satisfatoriamente por todos os cursos. Trata-se do indicador referente ao uso e armazenamento combinado de arquivos digitais e arquivos físicos. Outros dois indicadores foram alcançados por apenas um Curso português num caso e outro Curso português para outro caso. Os demais indicadores não foram atingidos por nenhum Curso tanto de Portugal quanto do Brasil.

Baseado nos indicadores e nos resultados apurados cabe a cada Curso fazer sua autoanálise e ver no que está se errando a ponto de não se conseguir o mínimo aceitável para um egresso que irá ingressar no mercado de trabalho de negociador internacional de mercado e, a partir daí, traçar estratégias e implementar ações para melhoria.

A seguir apresenta-se os resultados apurados na Dimensão 4: interação e retorno social com sabedoria, dividido por subdimensões tendo, portanto, uma tabela para cada subdimensão.

Tabela 25: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores da Subdimensão A da Dimensão 4:
Eterno aprendiz

INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTES NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTES EM PORTUGAL							
		ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.
<i>Ter automotivação para estudar e aprender por toda a vida (life long learning), entendendo que a aprendizagem nunca cessa</i>	6,8	5,3	5,7	5,8	5,9	5,7	5,2	5,7	5,0	5,7	5,6	4,7	5,7	5,4
<i>Acreditar que sempre pode aprender e melhorar mais</i>	6,8	6,7	6,8	6,7	6,6	6,7	6,4	6,8	6,0	6,8	7,0	5,9	6,7	6,6
<i>Valorizar a experiência e buscar sempre aprender com os mais antigos daquela área</i>	6,8	5,9	6,3	6,2	6,3	6,2	6,0	6,2	5,8	6,7	5,7	4,9	6,6	6,0
<i>Primeiro ouvir tudo e a todos e só depois selecionar as informações e conhecimentos úteis, descartando os excessos</i>	6,0	5,2	5,5	5,5	5,3	5,4	5,6	5,9	5,0	5,3	5,6	4,2	5,6	5,4

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos *experts*.

A primeira subdimensão (A) do Dimensão 4 trata de ser um eterno aprendiz. Dos formandos ouvidos apenas no indicador que trata sobre acreditar que sempre pode aprender e melhorar, teve-se quatro Cursos que conseguiram atingir o mínimo aceitável, sendo um do Brasil e três de Portugal. Nos demais indicadores nenhum Curso conseguiu atingir o mínimo aceitável.

Cabe aí, portanto, uma reflexão dos alunos, professores e diretores/coordenadores dos cursos sobre o que pode ser feito com os seus alunos para que eles cheguem à condição de concluintes tendo mais conhecimento e segurança nos temas referentes a esses indicadores.

Tabela 26: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores da Subdimensão B da Dimensão 4:
Transformação de informações em novos conhecimentos

INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
Analisar criticamente tudo que acessa de informação transformando-a e assim incorporando-a em forma de novo conhecimento	5,8	5,1	6,1	5,4	4,9	5,4	5,2	5,4	5,0	5,2	5,4	4,0	6,1	5,2
Ser um trabalhador do conhecimento e não apenas um usuário da informação	5,8	4,9	5,6	5,0	5,0	5,2	4,6	5,2	5,0	5,0	5,9	4,0	5,4	5,0
Sempre que fizer algo na área/profissão e gerar novos aprendizados, conhecimentos e informações, guardar e procurar aprender com isso para reutilizar essa experiência em outros momentos	5,8	5,2	6,2	5,6	5,5	5,7	5,2	5,8	5,5	5,5	6,0	5,0	5,6	5,6
Buscar permanentemente por novos conhecimentos, novas ideias, criações e inovações	6,6	5,5	6,0	5,8	5,4	5,7	4,6	5,4	5,0	5,3	5,6	4,7	5,1	5,1
Sempre primar pelo uso da Informação com competência	6,8	5,9	6,1	6,1	6,0	6,0	5,4	6,3	5,0	5,7	6,1	4,8	5,7	5,7

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos *experts*.

A tabela anterior trata da Subdimensão B da Dimensão 4, que quer saber sobre capacidade dos concluintes transformarem informações em novos conhecimentos, de terem *insights*, serem criativos e inovadores, dentre outros. Apenas um Curso no Brasil conseguiu atingir o mínimo aceitável para seus concluintes em duas categorias ficando aquém em outras três. Em Portugal um Curso atingiu o mínimo aceitável em duas categorias e outros dois Cursos conseguiram atingir o mínimo em uma categoria. Nas demais categorias e os demais Cursos não foi atingido o mínimo aceitável entre a percepção dos concluintes.

Tabela 27: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores da Subdimensão C da Dimensão 4: socialização do que sabe

INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
<i>Ser colaborativo e não reter para si o que sabe de informações e conhecimentos, preferindo compartilhar com outros</i>	6,2	5,4	6,1	6,0	5,7	5,8	5,8	6,0	5,5	6,3	5,6	4,9	5,7	5,7
<i>Quando alguém mostrar interesse em aprender, ensinar o que sabe</i>	6,8	6,1	6,6	6,2	5,9	6,3	6,4	6,3	5,5	6,7	6,3	5,3	6,0	6,1
<i>Registrar, explicitar e publicizar o que sabe em forma de escrita (artigos, livros, gravações, etc) para socializar aos outros o que sabe, de forma explícita</i>	5,0	3,9	4,6	4,8	4,4	4,4	4,4	4,2	3,3	3,5	3,4	3,9	5,1	4,0
<i>Socializar o seu conhecimento profissional e pessoal de modo a torná-lo coletivo e perpetuá-lo</i>	5,4	4,9	5,6	5,2	4,9	5,2	4,6	4,9	4,3	4,0	4,9	3,9	5,1	4,6
<i>Garantir que seu o conhecimento e suas informações sejam socializados para as outras pessoas da área</i>	5,6	4,9	5,6	5,2	4,9	5,2	4,6	5,0	4,5	4,7	3,7	4,1	5,3	4,6

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos *experts*.

A tabela anterior trata da subdimensão C da Dimensão 4 que diz respeito sobre socializar o que sabe. Novamente apenas os concluintes de um Curso no Brasil (RI) conseguiram o mínimo aceitável em duas categorias, ficando alguém em outras três. Os demais cursos no Brasil não atingiram o mínimo aceitável em nenhuma categoria. Em Portugal dois cursos atingiram o mínimo aceitável em uma categoria. As demais categorias não foram atingidas e a maioria dos cursos não atingiu o mínimo aceitável em nenhuma categoria.

Novamente aqui cabe aos cursos, através de seus gestores, corpo docente e discente fazer uma autorreflexão do por que isso está ocorrendo.

Tabela 28: Nível Aceitável e desempenho de formandos nos indicadores da Subdimensão D da Dimensão 4: interação e retorno social

INDICADORES	MÍNIMO	ALUNOS CONCLUINTE NO BRASIL					ALUNOS CONCLUINTE EM PORTUGAL							
	ACEITÁVEL	LEA-NI	RI	ADM	ECON	BRASIL	GEST.	LRE	E. CULT.	MARK.	LRI	L. APLIC.	OUTR. C.	PORTUGAL
<i>A importância do nível de conhecimento e a informações acessada ter tomado a pessoa em alguém melhor no trato com outras pessoas</i>	6,8	5,3	5,5	5,6	5,6	5,5	5,6	5,9	5,0	5,3	4,7	4,2	5,7	5,3
<i>Procurar criar ambientes adequados para promover a Gestão da Informação e do Conhecimento para o bem de si mas também para o bem de outras pessoas</i>	6,4	5,1	5,3	5,4	5,0	5,2	5,8	5,5	4,0	4,8	4,4	3,4	5,3	4,8
<i>Procurar ser sempre ético, profissional e solidário no que faz, especialmente no exercício da profissão</i>	6,6	5,9	6,5	6,7	6,2	6,4	6,4	6,2	6,0	6,5	6,7	4,8	6,1	6,1
<i>Promover ações usando informações para garantir o ganha-ganha</i>	6,6	5,5	4,8	5,2	5,1	5,1	5,2	5,2	5,3	5,5	4,6	4,6	5,7	5,1
<i>Procurar sempre entender o contexto e a cultura do outro lado adequando previamente as informações que usará e a postura que terá</i>	6,4	5,9	6,0	5,8	5,4	5,8	5,6	5,9	5,3	5,7	6,0	4,9	5,4	5,6
<i>Procurar sempre compreender e ficar atento às situações e aos contextos de diversidade que geram significações e significados diferenciados para a informação</i>	6,4	6,1	6,0	5,6	5,5	5,8	5,8	5,9	5,5	5,3	6,3	4,7	5,6	5,6
<i>Valorizar as pessoas que dão suporte familiar e profissional ao negociador em questão e que lhe permitem exercer as atividades com desenvoltura (família, equipe, chefes, colaboradores, subordinados, parceiros, colegas, amigos, etc.), deixando-os sempre bem informados, cientes de tudo, reconhecendo e valorizando o papel de cada um</i>	6,8	6,5	6,3	6,6	6,2	6,4	6,6	6,8	5,8	6,7	6,3	5,0	6,3	6,3

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

Obs.: Em azul estão destacados apenas os Cursos que conseguiram atingir o “aceitável” designado pelos *experts*.

A tabela anterior trata da subdimensão D da Dimensão 4 que engloba da interação e retorno social. A ideia de que o aluno ou profissional deve ter clareza de que precisa devolver um pouco para a sociedade do que conquistou é a principal mensagem aqui presente. No Brasil apenas um Curso atingiu o mínimo aceitável em um indicador enquanto que em Portugal apenas dois cursos conseguiram atingir o mínimo aceitável em um indicador cada. O restante dos indicadores e dos cursos, tanto no Brasil como em Portugal, não conseguiram atingir o mínimo aceitável.

Igualmente esse tema pode ser trabalhado junto aos cursos e desenvolvido de forma transdisciplinar perpassando para todos os alunos maior clareza sobre ter essa postura. Assim seus concluintes chegarão no mercado de trabalho mais conscientes, especialmente por que serão eles os primeiros que precisarão da solidariedade dos profissionais mais experientes que irão lhes ensinar a rotina diária da prática profissional.

Todos esses comparativos feitos nesse capítulo podem servir de parâmetro para as universidades e os cursos reverem sua forma de ensino-aprendizagem de modo a conseguir atingir esse nível aceitável nos indicadores que ficaram aquém. Estão marcados com destaque os cursos que conseguiram atingir o mínimo desejado em cada indicador.

A seguir fez-se também um ranking de quanto é o mínimo aceitável que o formando ou iniciante no mercado de trabalho em negociações internacionais de mercado deve saber de inglês em todos os casos e de outras línguas levando em conta mercados específicos de atuação. Em outras palavras, a tabela a seguir reflete o resultado apurado quando os experts foram perguntados qual a importância (nível de 1 a 7) de saber as seguintes línguas estrangeiras para a atuação dos negociadores internacionais de mercado.

Percebe-se que nenhuma língua foi descartada ou considerada nota mínima demonstrando que cada uma tem seu valor. Todavia enquanto impacto nos negócios de mercado na atualidade foram

dados valores maiores ou menores para cada língua e a média gerou o *ranking* que segue.

Tabela 29: Ranking das línguas segundo a média apontada pelos *experts*

Ranking	Língua	Aceitável
1º	<i>Inglês</i>	6,8
2º	<i>Espanhol</i>	6,0
3º	<i>Mandarim</i>	4,4
4º	<i>Alemão</i>	4,2
5º	<i>Japonês</i>	3,0
6º	<i>Línguas dos gestos ou dos sinais</i>	3,0
7º	<i>Árabe</i>	2,8
8º	<i>Francês</i>	2,6
9º	<i>Italiano</i>	2,4
10º	<i>Russo</i>	2,4
11º	<i>Outras línguas estrangeiras além das mencionadas</i>	2,2

Fonte: Elaboração própria, baseada na pesquisa de campo.

A Língua Inglesa segue soberana seguida da Língua Espanhola. A novidade é o idioma Mandarim já ocupando o terceiro lugar seguido do Alemão. Também fazem parte dessa lista de *top 10* ainda o Japonês, Libras (língua dos sinais ou dos gestos), Árabe, Francês, Italiano e Russo.

RÁPIDAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já mencionado ao longo desse livro, toda pesquisa tem méritos e tem fragilidades. O presente livro por si só já apresenta méritos por trazer uma reflexão crítica para os cursos que tem potencial de formar negociadores internacionais e interculturais mercado visando melhorar a performances de seus egressos para esse importante e potencial mercado de trabalho. Segundo o que se apurou durante o estudo usando por base o modelo de Satur (2017) os cursos e seus egressos ainda apresentam muitas fragilidades em vários temas e precisam se aprimorarem. Quanto às fragilidades da presente pesquisa é evidente que ela ao “ler” percepções dos respondentes pode incorrer no erro da baixa ou alta autocrítica do pesquisado, dizendo menos ou mais do que realmente sabe. Outra fragilidade está no registro de que quase sempre os formandos são em menor número do que os alunos intermediários ou ingressantes o que pode fragilizar a estabilização da amostra extraída.

Feito essas ressalvas não se pode deixar de considerar que os cursos e as IES pesquisadas agora têm em mãos um diagnóstico de sua

realidade. Seu detalhamento não retomaremos aqui por que está exaustivamente trabalhado no decorrer do texto e é necessário que se faça uma leitura dele como um todo para se ter a real dimensão.

Todavia podemos retomar a percepção de que os cursos estão no caminho certo, mas que precisam de ajustes em determinados pontos no caminho a percorrer na busca da excelência. E essa não é apenas uma realidade brasileira ou portuguesa, latino americana ou europeia, mas ampla e perpassa muitas fronteiras internacionais e interculturais. Competência se constrói e essa edificação começa pela pessoa, por sua família, seu em torno, sua escola e passa também pelo Curso e pela Universidade. Depois será constantemente aperfeiçoada ao longo da carreira profissional no aprender por toda a vida.

Como sugestão fica a dica para os cursos refazerem constantemente essa pesquisa entre os seus alunos. A pesquisa pode ser aprimorada, atualizada, expandida ou encolhida. Ideal inclusive que seja feita em momentos diferentes, ano a ano, para o mesmo aluno e assim perceber a sua evolução. Também pode ser aprimorada usando de ferramental estatístico mais aperfeiçoado, usando pesquisas online e assim por diante.

Se cursos de outras áreas quiserem fazer também a pesquisa se recomenda. Evidente que teriam que ajustar/mudar algumas perguntas/indicadores. Não por acaso deixamos o modelo e o questionário em anexo, para servir de espelho, ponto de partida, ou

base inicial. Cada curso baseado no foco da sua profissão deverá revisar as perguntas, reformular algumas, suprimidas outras e incluir novas. O modelo foi criado para ser aplicado e usado por quem precisar e tiver interesse nele, desde que, evidentemente, citado e respeitado devidamente a fonte e autoria.

Aos estudantes, aos docentes, aos coordenadores de Cursos e aos novos profissionais que estão querendo ou iniciando sua jornada nas atividades como negociadores internacionais e interculturais de mercado esperamos ter deixado alguma contribuição.

REFERÊNCIAS

ACRL - Association of College & Research Library. **Information literacy competency standers for higher education**. Disponível em: <http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency>. Acesso em: 09 maio 2016.

ALVES, F. M. M.; ALCARÁ, A. R. Modelos e experiências de competência em informação em contexto universitário. **Encontros Biblio: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 19, n.41, p. 83-104, set./dez., 2014.

ARTIGAS, C. M. T, et al. *La formación basada en competencias y la elaboración de los planes docentes de las asignaturas*. In: ARTIGAS, C. M. T; TOBÓN, S. T. (Coord.) **El diseño del plan docente en Información y Documentación acorde el Espacio Europeo de Educación Superior: un enfoque por competencias**. Madrid: FCD/ Universidad Complutense de Madrid, 2006. (Cap. I), p. 9-46. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/8718/1/MANUAL.pdf>>. Acesso em: 29 jul. 2016.

BELLUZZO, R. C. B.O uso de mapas conceituais e mentais como tecnologia de apoio à Gestão da Informação e da comunicação: uma área interdisciplinar da Competência em Informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**: Nova Série, São Paulo, v.2, n.2, p.78-89, dez. 2006.

_____. FERES, G. G. Competência em Informação: um diferencial da qualidade em publicações científicas. **Revista Brasileira de**

Biblioteconomia e Documentação. Nova Série, São Paulo, v.5, n.1/2, p. 70-83, jan./dez. 2009.

_____. As competências do profissional da informação nas organizações contemporâneas. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v.7, n.1, p. 58-73, jan./jun. 2011.

_____; SANTOS, C. A. dos; ALMEIDA Jr., O. F. A Competência em Informação e sua avaliação sob a ótica da mediação da informação: reflexões e aproximações teóricas. **Informação & Informação**. Londrina, v. 19, n. 2, p. 60 - 77, maio/ago. 2014. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/informacao/>>. Acesso em 20 out. 2015.

BRUCE, C. S. *Seven faces of information literacy*. Adelaide: Aslib, 1997.

_____. **Seven faces of information literacy in Higher Education**. Disponível em: <http://www.christinebruce.com.au/informed-learning/seven-faces-of-information-literacy-in-higher-education/>. Acesso em: 06 maio 2016.

CAMPELLO, B. O movimento da competência informacional: uma perspectiva para o letramento informacional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 28-37, set./dez. 2003.

CAPURRO, R. *Ética intercultural de la información*. In: GOMES, H. F.; BOTTENTUIT, A. M.; OLIVEIRA, M. O. E. (Orgs.). **A ética na sociedade, na área da informação e da atuação profissional**: o olhar da Filosofia, da Sociologia, da Ciência da Informação e da formação e do exercício profissional do bibliotecário no Brasil. Brasília: Conselho Federal de Biblioteconomia, 2009. (p. 43-64)

CAREGNATO, S. E. O desenvolvimento de habilidades informacionais: o papel das bibliotecas universitárias no contexto da informação digital em rede. **Revista de Biblioteconomia & Comunicação**, Porto Alegre,

v.8, p. 47-55, jan./dez. 2000.

CASTELLS, M. **A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

_____. **Sociedade em Rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COSTA, F. J. **Marketing & sociedade.** João Pessoa: Editora UFPB, 2015.

DRUCKER, P. F. **A administração na próxima sociedade.** São Paulo: Nobel, 2003.

_____. **Administrando para o futuro.** São Paulo: Thomson Pioneira, 1998.

_____. **Administração em tempo de grandes mudanças.** São Paulo: Thomson Pioneira, 1996.

DUDZIAK, E. A. **A Information literacy e o papel educacional das bibliotecas.** 173f. São Paulo. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

_____. *Information literacy: princípios, filosofia e prática.* **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n.1, p. 23-35, 2003.

_____. Os faróis da sociedade de informação: uma análise crítica sobre a situação da Competência em Informação no Brasil. **Informação & Sociedade.** João Pessoa, v.18, n.2, p. 41-53, maio/ago. 2008.

_____. Competência Informacional: análise evolucionária das tendências da pesquisa e produtividade científica em âmbito mundial. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 2, p. 1 - 22, jul./dez. 2010.

EISENBERG, M. B. Information Literacy: Essential Skills for the Information Age. *Journal of Library & Information Technology*, V. 28, N. 2, March 2008, p. 39-47.

FERES, G. G.; BELLUZZO, R. C. B. Competência em informação: um diferencial da qualidade em publicações científicas. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v.5, n.1/2, p. 70-83, jan./dez. 2009.

FIDELIS, J. R. F.; BARBOSA, R. R. Competência informacional em comportamentos e valores fundamentais para a Gestão da Informação nas organizações. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIENCIA DA INFORMACAO, 14, 2013, Florianópolis. **Anais...** Disponível em: <<http://enancib2013.ufsc.br/index.php/enancib2013/XIVenancib/paper/viewFile/474/354> >. Acesso em: 04 out. 2016.

FILGUEIRA, S. P.; SATUR, R. V. **Profissão de negociador internacional no Brasil**: regulamentar ou não regulamentar? João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (Coleção: *Mediações Interculturais & Negociações Internacionais*). ISBN: 978-65-5621-075-9 (impresso); 978-65-5621-070-4 (digital). Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/administracao/profissao-de-negociador-internacional-no-brasil-regulamentar-ou-nao-regulamentar>. Acesso em: 16 fev. 2021.

FURTADO, Renata Lira; BELLUZZO, Regina Célia Baptista; VITORIANO, Marcia Cristina de Carvalho Pazin. Competência em informação: disciplina necessária à formação do arquivista? **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 32, n. 1, p. 75-91, jan./abr. 2019 – p. 77. Disponível em: www.revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/967/1121. Acesso em: 06 Mai. 2019.

GARCIA-LOMAS; O. L.; CHURRUCA, A. N. **Negociación internacional**:

estrategias y casos. Madrid: Pirámide S.A., 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

GOICOECHEA, E. R. ***Etnicidad, identidad, interculturalidad: teorías, conceptos y procesos de la relacinalidad grupal humana***. Madrid: Ed. Universitaria Ramón Areces, 2011.

HATSCHBACH, M. H. L. ***Information Literacy***: aspectos conceituais e iniciativas em ambiente digital para o estudante de nível superior. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - UFRJ/ECO-MCT/IBICT, Rio de Janeiro.

____.; OLINTO, G. Competência em informação: caminhos percorridos e novas trilhas. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v.4, n.1, p. 20-34, jan./jun. 2008.

HOFSTEDE, G. **Cultura e organizações**: compreender a nossa programação mental. Lisboa: Sílabo, 2003.

KUHN, E.; SATUR, R. V. **Plano de marketing de exportação para uso de negociadores de pequenas e médias empresas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (Coleção: *Mediações Interculturais & Negociações Internacionais*). ISBN: 978-65-5621-072-8 (impresso); 978-65-5621-073-5 (digital). Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/administracao/plano-de-marketing-de-exportacao-para-uso-de-negociadores-de-pequenas-e-medias-empresas>. Acesso em: 16 fev. 2021.

LAU, J. **Diretrizes sobre desenvolvimento de habilidades em informação para a aprendizagem permanente**. IFLA, Boca del Rio, Veracruz, México, 30 jun. 2007. Tradução para o português por Regina Célia Baptista Belluzzo, em julho de 2008. Disponível em: <

<http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-pt.pdf>>. Acesso em 08 maio 2016.

____; HORTON Jr., F. W. Desenvolvimento de Habilidades em Informação e Aprendizagem Permanente. *In*: LAU, J. **Diretrizes sobre desenvolvimento de habilidades em informação para a aprendizagem permanente**. Cap. 2 (p.12-15). IFLA, Boca del Rio, Veracruz, México, 30 de junho, 2007. Tradução para o português por Regina Célia Baptista Belluzzo, em jul. 2008. Disponível em: <<http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-pt.pdf>>. Acesso em 08 maio 2016.

LECARDI, J.; PRADO, N. S. Competência informacional no Brasil: um estudo bibliográfico de 2001 a 2005. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**: Nova Série, São Paulo, v.2, n.2, p.21-46, dez. 2006.

____; _____. Competência informacional no Brasil: um estudo bibliográfico no período 2001 a 2005. **RBBB - Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**: Nova Série, São Paulo, v.2, n.2, p.21-46, dez. 2006. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/16/4>>. Acesso: 24 jul. 2016.

LÈVY, P. **Inteligencia colectiva**: por una antropología del ciberespacio. Washington (USA): Editeur, 2004.

_____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. Tecnologias do imaginário. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre. n. 9. dez.1998. Semestral. p.37-49.

MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A.; MACHADO, J. R. **Negociação Internacional**. São Paulo, Atlas, 2004.

PASSARELLI, Brasilina; RAMOS, Fernando Manuel dos Santos; SILVA, Armando Malheiro da Silva. **E-infocomunicação**: estratégias e aplicações. São Paulo: Editora Senac, 2014.

PINHO NETO, J. A. S. As novas tecnologias de comunicação e informação da transversalidade entre natureza e cultura. **Revista Culturais Midiáticas**. João Pessoa: Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB. Ano. 1, n.1, jul./dez. 2008, p. 1-11.

RASTELI, A.; CAVALCANTE, L. E. A Competência em Informação e o bibliotecário mediador da leitura em biblioteca pública. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, v. 18, n. 36, p. 157-180, jan./abr., 2013. Disponível em:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xVefdhnyT_QJ:https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/1518-2924.2013v18n36p157/24518+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>, Acesso em: 05 maio 2016.

SATUR, R. V. (a). Informação, marketing e negociação no mercado: reflexões éticas. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 16. GT 5. **Anais...** Disponível em:
<<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/2779/1129>>. Acesso em: 26 dez. 2015.

____ (b). Informação e conhecimento para o crescimento do profissional de mercados internacionais: um olhar no usuário. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 16. GT 4 – Gestão da Informação e do Conhecimento. **Anais...** Disponível em:
<<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/2783/1083>>. Acesso em: 26 dez. 2015.

____, NEVES, D. A.; DUARTE, E. N. Cognição, neuromarketing e

neuroeconomia: entendendo as decisões dos atores baseadas em informações. *In*: Congreso ISKO España y II Congreso ISKO España-Portugal, 12.: Organización del conocimiento para sistemas de información abiertos. 19-20 de noviembre, 2015. Murcia, Spain: Universidad de Murcia. **Anais...** Disponível em: <http://www.iskoiberico.org/wp-content/uploads/2015/11/225_Satur.pdf>. Acesso em: 07 dez. 2015.

____; PAIVA, S. B.; DUARTE, E. N. Informação imperfeita e seu impacto nas estratégias empresariais. **Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends**. 11:2 (2017) p. 7-18. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis/article/view/5057>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

____. **Competência em informação dos profissionais negociadores na atuação nos mercados internacionais**. João Pessoa: PPGCI, 2017. Tese, 449 f.

____. PINHO NETO, J. A. S.; DUARTE, E. N. Redimensionamento do espaço e do tempo: a incerteza e os desafios da sociedade, da informação e do planejamento do marketing. **Revista Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información**, vol. 32, núm. 77, octubre/diciembre, 2018, México, ISSN: 0187-358X e 2448-8321, p. 151-173 México (Mx). DOI: <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2018.77.57942>. Disponível em: <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib/article/view/57942/51949>.

____. A Pesquisa Interdisciplinar na Ciência da Informação. ISBN-2525-3468. **Revista Informação em Pauta**. v. 3, n. 1, 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/31039/72968>

_____. Marketing, Informação e Sociedade: uma nova perspectiva. **CPMark - Caderno Profissional de Marketing** UNIMEP, v. 7, p. 31-49, 2019.

Disponível em:

<https://www.cadernomarketingunimep.com.br/ojs/index.php/cadprofmkt/article/view/154>. Acesso em: 19 fev. 2021.

_____. É preciso aprender para ser gestor: Aprendizagem para desenvolver a competência de gestor da informação e do conhecimento. In: FEITOZA, R. A. B.; DUARTE, E. N. (Org.). **Visões epistemológicas da gestão do conhecimento na ciência da informação**. João Pessoa: Editora UFPB, 2020, p. 233-270.

Disponível em:

<http://www.editora.ufpb.br/sistema/press5/index.php/UFPB/catalog/view/850/844/6974-1>. Acesso em: 19 fev. 2021.

_____; SILVA, A. M. **(a)** A aprendizagem visando a competência em informação na sociedade em tempos de infosfera. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 10, número especial, p. 2-22, mar. 2020. Disponível em:

<https://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/48660>.

Acesso em 01 jul. 2020.

_____; SILVA, A. M. **(b)** Ética na vida, nas profissões e nas organizações: reflexões para debate nos diversos cursos universitários e politécnicos. **Prisma.com**, p. 21-41, 2020. Disponível em:

<http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/7923>.

Acesso em 16 fev. 2021.

_____; DUARTE, E. N. **Negociadores internacionais: atuação profissional com competência**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. **(Coleção: Mediações Interculturais & Negociações Internacionais)**. ISBN: 978-65-5621-074-2 (impresso); 978-65-5621-069-8 (digital). Disponível em:

<http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/administracao/negociadores-internacionais-atuacao-profissional-com-competencia>. Acesso em 16 fev. 2020.

_____; PAKMAN, E. T. **Negociações internacionais para promover o turismo, o desenvolvimento e a integração fronteiriça do Mercosul: o caso do Circuito Internacional das Missões Jesuíticas na Entrada do Século XXI**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (**Coleção: Mediações Interculturais & Negociações Internacionais**). ISBN: 978-65-5621-078-0 (impresso); 978-65-5621-079-7 (digital). Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/hotelaria/o-circuito-internacional-das-missoes-jesuisticas-na-entrada-do-seculo-xxi-negociacoes-internacionais-para-promover-o-turismo-o-desenvolvimento-e-a-integracao-fronteirica-do-mercosul>. Acesso em 16 fev. 2020.

_____; RODRIGUES, C. C.; CHACON, A. F. (orgs.) **Uma década de LEANI no ponto extremo das américas: interculturalidade**. (Coletânea, Livro 1). João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (**Coleção: Mediações Interculturais & Negociações Internacionais**). ISBN: 978-65-5621-039-1 (impresso); 978-65-5621-038-4 (digital). Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/letras-1/uma-decada-de-lea-ni-no-ponto-extremo-das-americas-interculturalidade>. Acesso em: 16 fev. 2021.

_____; CHACON, A. F.; RODRIGUES, C. C.; (orgs.) **Uma década de LEANI no ponto extremo das américas: negociações internacionais**. (Coletânea, Livro 2). João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (**Coleção: Mediações Interculturais & Negociações Internacionais**). ISBN: 978-65-5621-039-1 (impresso); 978-65-5621-038-4 (digital).

SILVA, A. M. **A informação: da compreensão do fenômeno e construção do objeto científico**. Porto, Portugal: Edições Afrontamento, 2006.

____. Inclusão digital e literacia informacional em Ciência da Informação. **Prisma.com**. n.7, 2008. (p.16-43). Disponível em: <<http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2082/1917>>. Acesso em: 28 jul. 2017

____. Mediações e mediadores em Ciência da Informação. **Prisma.com**. n. 9, 2010. p.1-34. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/700>>. Acesso em: 30 Nov. 2017.

____. Literacia informacional e processo formativo: desafios aos profissionais da informação. In: SILVA, A. M; MARCIAL, V. F.; MARTINS, F. (Eds.). **A literacia da informação em Portugal: um diagnóstico, um modelo e uma reflexão prospectiva (2007-2010)**. 2017. Coleção: eCAI 1. Porto: CETAC.MEDIA / Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Coleção eCAI 1. (p.150-163) Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/86865/2/161232.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

____; RIBEIRO, F. **Das ciências documentais à Ciência da Informação: ensaio epistemológico para um novo modelo curricular**. 2. ed. Porto: Afrontamento, 2008.

____.; _____. Formação, perfil e competências do profissional da informação. In: **Congresso BAD**, 2004. 9p. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo4161.PDF>. Acesso em: 05 dez. 2017

____; MARCIAL, V. F. Alfabetização informacional em Portugal: alguns resultados de um projeto de pesquisa. **BJIS**, v.2, n.1, p.33-48, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.bjis.unesp.br/>>. ISSN: 1981-1640. Acesso em 20 jul. 2017.

____; _____. Novos resultados e elementos para a análise e o debate sobre a literacia da informação em Portugal. **Informação & Informação**. v. 15, n. 1, p. 104-128, jan./jun. 2010.

SILVA, L. L.; SILVA, A. M.; AUTRAN, M. M. M.; BORGES, M. M. **Reflexões teóricas sobre o comportamento informacional na era pós-custodial**: perspectivas para um estudo de utilizadores em redes sociais na Internet. 2011. YES. Disponível em: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/30022>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

THOMAS, D. C; INKSON, K. **Inteligencia cultural: habilidades interpersonales para triunfar en la empresa global**. Barcelona: Paidós, 2007.

THOMPSON, L. L. **O negociador**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

VALENTIM, M. L. P.; JORGE, C. F. B.; CERETTA-SORIA, M. G. Contribuição da Competência em Informação para os processos de Gestão da Informação e do Conhecimento. **Em Questão**. Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS v. 20, n.2 – jul./dez. 2014. p. 207-231.

VITORINO, E. V. Análise dimensional da competência em informação: bases teóricas e conceituais para reflexão. RICI: Revista Ibero-americana de Ciência da Informação. Brasília, v. 9, n. 2, p. 421-440, jul./ dez. 2016. 421. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/16051>>. Acesso em: 07 dez. 2017.

____.; SILVA, A. M. A formação de profissionais da informação em Portugal e na Espanha: um contexto necessário para compreender a competência em informação. **Cadernos BAD**, 2016, n.1, Jan./Jun. pp.

137-156.

ZATTAR, M. Porque a Competência em Informação promove prática e não status. **Revista Biblio**: cultura informacional. Disponível em: <https://bibliao.cartacapital.com.br/competencia-em-informacao-promove-pratica/>. Acesso em: 14 out. 2019.

APÊNDICES E ANEXOS

Quadro 1 - Detalhamento do Modelo de Competência em Informação de Satur (2017) para os negociadores internacionais

Dimensões	Subdimensões	Indicadores
1 Formação de base pessoal de conhecimento	A) Conhecimentos para a formação de base	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimentos básicos profissionais: práticas operacionais da área principal de atuação, como comércio exterior de bens e serviços; conhecimento multilinguístico/línguas estrangeiras aplicadas (primeiramente, o inglês, depois, outros); técnicas e táticas de negociação internacional e uso da informação na negociação; Conhecimentos interculturais e de diversidade, ética aplicada e uso da informação nesses ambientes. - Conhecimentos complementares: Conteúdos de Gestão, Marketing, Economia, Contabilidade, Pesquisa Aplicada, Matemática e Estatística, Tecnologias (TICs/TDIs/TDICs) Empreendedorismo, Direito e Legislações, todos aplicados ao contexto internacional; Relações Internacionais e Geopolítica, Língua do país de origem. - Conhecimentos específicos agregativos: conhecimento do mercado, área ou setor em que atuará; Línguas nativas dos países de destino (onde irá atuar) e Conhecimentos interdisciplinares.
	B) Formas de aquisição da base de conhecimento	<ul style="list-style-type: none"> - Interação com outras pessoas que sabem da área (relação mestre-discípulo); - Busca pessoal automotivada e independente; - Fazer cursos de ensino superior e outras formas de aprendizagem.
2 Acesso e uso de tecnologias	A) TDICs	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer e saber usar TICs/TDIs/TDICs relevantes para a profissão estando inserido na Sociedade da Informação; - Conhecer e usar as TICs/TDIs/TDICs para compartilhar informações e melhorar a performance profissional; - Conhecer e usar as TICs/TDIs/TDICs que facilitam pesquisas a distância; - Conhecer e usar as TICs/TDIs/TDICs que possibilitem negociar virtualmente.
	B) Tecnologias logísticas e de informação para viagens e	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer e usar as Tecnologias Logísticas e de Informação para reduzir as viagens ao exterior; - Conhecer e usar as Tecnologias Logísticas e de Informação para agilizar o compartilhamento da informação; - Conhecer e usar as Tecnologias Logísticas e de Informação para tornar o deslocamento e o

	transportes	acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garantam o cumprimento de prazos; - Conhecer e usar as Tecnologias Logísticas e de Informação para tornar os serviços mais práticos, ágeis, de boa qualidade e garantir o cumprimento de prazos.
3 Acesso e uso das informações	A) Necessidade	- Saber que tipo de informação precisa buscar; - Ter motivação para buscar as informações.
	B) Busca	- Saber onde localizar a informação e acessar as melhores fontes de informação; - Saber como pesquisar a informação da forma mais eficiente, onde ela estiver; - Saber quem sabe e pode acessar a informação quando não conseguir buscar por conta própria; - Não buscar informações de forma antiética.
	C) Uso	- Saber selecionar e descartar excessos de informações; - Saber interpretar e analisar as informações no contexto da diversidade cultural e linguística em termos de signos, significações e significados. - Saber usar a informação de modo adequado e no momento certo; - Não usar informações conseguidas de forma antiética; - Saber arquivar as informações por meios eletrônicos para agilizar futuras buscas; - Saber arquivar as informações por meios combinados (eletrônico, cognitivo e físico) para ampliar a segurança e os meios de acesso.
4 Interação e retorno social com sabedoria	A) Eterno aprendiz	- Ter automotivação para aprender e melhorar continuamente (<i>life long learning</i>). - Ter humildade para admitir que sempre pode aprender mais e melhorar; - Valorizar e buscar sempre aprender com os mais experientes (com mestres inspiradores); - ter habilidade para ouvir tudo e a todos e saber selecionar as informações e os conhecimentos úteis, descartando os excessos.
	B) Transformação de informações em novos conhecimentos	- Analisar criticamente todas as informações que acessa, transformá-las e incorporá-las em forma de novos conhecimentos; - Ser um profissional da informação, e não, apenas, usuário da informação; - Aprender com o exercício da profissão e o uso da informação, acumulando experiências e reutilizando-as;

		<ul style="list-style-type: none"> - Permanentemente buscar por novos conhecimentos, novas ideias, criações e inovações; - Negociar sempre focado em sua Competência em Informação.
	C) Socialização do que sabe	<ul style="list-style-type: none"> - Ser colaborativo e não reter para si o que sabe de informações e conhecimentos, mas compartilhá-los; - Sempre ensinar a quem quer aprender (ser um bom mestre); - Registrar, explicitar e publicizar o que sabe em forma de escrita, gravações etc.; - Socializar o conhecimento profissional e pessoal de modo a torná-lo coletivo e perpetuá-lo; - Garantir que seu conhecimento e suas informações sejam socializados para outros profissionais/pessoas.
	D) Interação e retorno social	<ul style="list-style-type: none"> - Seu conhecimento e sua informação devem tornar você uma pessoa melhor no trato com outras pessoas; - Incentivar a criação de ambientes adequados para promover a Gestão da Informação e do Conhecimento não só para o próprio bem, mas também para o de outras pessoas; - Ser ético, profissional e solidário nas negociações; - Focar na negociação ganha-ganha e usar a informação para garantir isso; - Entender o contexto e a cultura do outro lado e adequar previamente as informações que usar e a postura que precisa ter; - Compreender e ficar atento às situações e aos contextos de diversidade que geram significações e significados diferenciados para a informação; - Valorizar as pessoas que lhe dão suporte familiar e profissional e que lhe permitem exercer a profissão com desenvoltura (família, equipe, chefes, colaboradores, subordinados, parceiros, colegas, amigos etc.), deixando-os sempre bem informados, cientes de tudo e reconhecendo o papel de cada um.

Fonte: Satur (2017); Satur e Duarte (2020).

MODELO DE QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO APLICADO EM PORTUGAL – VERSÃO IMPRESSA

Pesquisa sobre competência em informação dos estudantes das áreas de negociações internacionais

QUESTIONÁRIO ANÔNIMO APLICADO A QUEM ATUA NA ÁREA DE NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

Caso seja estudante numa área relacionada com Negociações (Relações) internacionais, convidamo-lo a participar nesta pesquisa. No **link <https://XXXXXX>** consta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que informa sobre as questões éticas e o zelo a que esta pesquisa está sujeita.

Depois de ler, responda se concorda participar na pesquisa. Se sim, continue a responder às restantes perguntas.

Responda:

- Concordo e responderei às questões.
- Não concordo e não responderei às questões.

Qual o seu sexo?

- Feminino
- Masculino

Qual o seu estado civil?

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Nenhuma anterior/Outros

Qual a sua faixa etária?

- Até 19 anos
- Entre 20 e 24 anos
- Entre 25 e 29 anos
- Entre 30 e 39 anos
- 40 anos ou mais

Nacionalidade?

- Portuguesa
- Outra. Qual? _____

Universidade?

- A
- B
- C
- Outra. Qual? _____

Qual graduação (ensino superior) que frequenta?

- Comércio Exterior e afins
- Línguas Aplicadas/Línguas Estrangeiras Aplicadas e afins
- Relações Internacionais e afins
- Línguas e Relações Internacionais
- Línguas e Relações Empresariais
- Gestão (Administração) e afins
- Gestão Comercial
- Economia e afins
- Negócios Internacionais
- Estudos Culturais
- Outro. Qual? _____

Em que fase dos seus estudos está?

- No Início do Curso
- Aproximadamente no Meio do Curso
- Na parte final do Curso
- Já Conclui
- OUTROS. O que: _____

AGORA, QUEREMOS SABER SOBRE A SUA COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO BASEADO NO MODELO DE SATUR (2017):

Observação: texto adaptado para o português de Portugal

Dimensão 1: Formação de base pessoal de conhecimento. Use o seu caso e diga qual a sua relação ao que será perguntado a seguir.

Obs.: Em cada pergunta feita, deve indicar o nível adquirido. Na ESCALA de 1 a 7, escolha o valor: 1 significa que está pouco preparado ou usa pouco, ou não executa; e 7 significa que você usa muito ou está totalmente preparado para isso ou que executa; e os demais números são valores intermédios crescentes até chegar ao 7, para que possa indicar o nível que considerar adequado para cada situação.

Perguntas	1	2	3	4	5	6	7
O nível de conhecimentos profissionais, aplicados ao contexto internacional, em:							
- <i>Nível de conhecimento atual sobre assuntos da práticas operacionais (no dia a dia da profissão) que precisará saber para o exercício profissional?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento em Comércio Internacional (importação/exportação,...)?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento em Língua Inglesa?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento em outras línguas estrangeiras (além do Inglês)?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento em Técnicas e Táticas de Negociação?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Sabe usar adequadamente e estrategicamente as Informações quando negocia?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Interculturalidade e diversidade cultural?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Ética?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Gestão?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Marketing?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Economia?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Contabilidade, custos e formação de preço?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Pesquisa Aplicada (fazer pesquisa de mercado,...)?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Matemática e Estatística?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Nível de conhecimento sobre Tecnologias?</i>	1	2	3	4	5	6	7

(TICs/TDIs/TDICS): tecnologias da informação e da comunicação, tecnologias digitais?							
- Nível de conhecimento sobre Empreendedorismo ?	1	2	3	4	5	6	7
- Nível de conhecimento sobre Direito, Legislações e Aduanas ?	1	2	3	4	5	6	7
- Nível de conhecimento sobre Relações Internacionais e Geopolítica ?	1	2	3	4	5	6	7
- Nível de conhecimento sobre a sua Língua nativa (do país de origem)?	1	2	3	4	5	6	7
- Nível de conhecimento sobre Línguas nativas dos países destino (onde pretende atuar)?	1	2	3	4	5	6	7
- Nível de conhecimento sobre conteúdos Interdisciplinares ?	1	2	3	4	5	6	7
- Conhecimentos adicionais do mercado , área ou setor de atuação?	1	2	3	4	5	6	7
Sobre formas de aquisição da base de conhecimento:							
- <i>Interage com outras pessoas que sabem da área e aprende com elas (relação mestre-discípulo)?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Costuma fazer pesquisas pessoais automotivadas e independentes visando aprender?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Faz cursos de ensino superior na área e procura outras formas de aprendizagem na área?</i>	1	2	3	4	5	6	7

Se marcou anteriormente "conhecimento em outras línguas" aponte quais tem conhecimento com fluência mínima para comunicação?

Espanhol Francês Alemão Italiano Japonês

Mandarim

Língua portuguesa (se respondeu não nativo da língua portuguesa)

Outras: Quais? _____

Dimensão 2: Acesso e uso de tecnologias

Igualmente, use a escala de 1 a 7 (1=nada, não, irrisório, discordo totalmente; 7=plenamente, sim, totalmente, máximo, concordo totalmente. Os restantes números são valores intermediários crescentes até chegar ao 7). Use o número da escala que seja mais adequado ao seu caso para cada uma das situações.

Perguntas	1	2	3	4	5	6	7
Conhecimento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e Tecnologias Digitais (TDIs): - <i>Conhece e está apto a usar TICs e TDIs relevantes para a profissão e considera-se inserido na Sociedade da Informação?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Conhece e está apto a usar as TICs e TDIs para partilhar informações e melhorar a sua performance profissional?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Conhece e está apto a usar as TICs e TDIs para fazer pesquisas a distância?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Conhece e está apto a usar as TICs e TDIs para negociar virtualmente?</i>	1	2	3	4	5	6	7
Conhecimento acerca de Tecnologias logísticas e de informação para viagens e transportes: - <i>Conhece e está apto a usar as Tecnologias procurando reduzir a necessidade de viagens ao estrangeiro ou tornar a deslocação mais rápida e a estadia mais prática, objetiva e confortável?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Conhece e está apto a usar Tecnologias para agilizar a partilha da informação?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Conhece e está apto a usar Tecnologias para tornar a deslocação e acompanhamento das mercadorias de forma mais segura, ágil e que garanta cumprimento de prazos?</i>	1	2	3	4	5	6	7
- <i>Conhece e está apto a usar Tecnologias para tornar os serviços mais práticos, ágeis, de qualidade e garantir o cumprimento de prazos?</i>	1	2	3	4	5	6	7

Dimensão 3: Acesso e Uso da Informação

Igualmente use a escala de 1 a 7 (1=nada, não, irrisório, discordo totalmente; 7=plenamente, sim, totalmente, máximo, concordo totalmente. Os restantes números são valores intermediários crescentes até chegar ao 7). Use o número da escala que seja mais adequado ao seu caso para cada uma das situações.

Perguntas	1	2	3	4	5	6	7
Necessidade da Informação: - Quando sente necessidade de informação, sabe que tipo de informação precisa procurar?	1	2	3	4	5	6	7
- Quando sente necessidade de informação, é automotivado o suficiente para procurar as informações?	1	2	3	4	5	6	7
Procura da Informação: - Ao procurar informações, sabe onde as localizar e sabe aceder às melhores fontes de informação?	1	2	3	4	5	6	7
- Consegue pesquisar a informação da forma mais eficiente, onde ela estiver?	1	2	3	4	5	6	7
- Quando não consegue procurar sozinho a informação, você sabe quem consegue aceder a essa informação e consegue mobilizá-lo para ajudar?	1	2	3	4	5	6	7
- Evita procurar informações de forma não ética?	1	2	3	4	5	6	7
Uso da Informação: - Costuma selecionar e eliminar o excesso de informação?	1	2	3	4	5	6	7
- Consegue interpretar e analisar as informações no contexto da diversidade cultural e linguística em termos de signos, significações e significados?	1	2	3	4	5	6	7
- Costuma usar a informação de modo adequado e no momento certo?	1	2	3	4	5	6	7
- Não usa as informações se estas foram conseguidas de forma não-ética?	1	2	3	4	5	6	7
- Costuma arquivar as informações por meios eletrônicos, por forma a agilizar pesquisas futuras?	1	2	3	4	5	6	7
- Costuma arquivar as informações por meios combinados - especialmente eletrónico e físico (em papel) - para ampliar a segurança, de modo a não perder a informação?	1	2	3	4	5	6	7

Dimensão 4: Interação e retorno social com sabedoria

Igualmente use a Escala de 1 a 7 (1=nada, não, irrisório, discordo totalmente; 7=plenamente, sim, totalmente, máximo, concordo totalmente. Os demais números são valores intermediários crescentes até chegar ao 7). Use o número da escala que seja mais adequado ao seu caso, para cada uma das situações.

Perguntas	1	2	3	4	5	6	7
Sobre ser um Eterno Aprendiz:							
- Qual seu nível de automotivação quando percebe que terá que estudar e aprender durante toda a sua vida (lifelonglearning), e que a aprendizagem nunca cessa?	1	2	3	4	5	6	7
- Acredita que pode aprender sempre e melhorar mais?	1	2	3	4	5	6	7
- Valoriza a experiência e procura sempre aprender com os mais antigos da área específica?	1	2	3	4	5	6	7
- Primeiro ouve tudo e todos e só depois selecionar as informações e conhecimentos úteis, elimina os excessos?	1	2	3	4	5	6	7
Sobre Transformar Informações em Novos Conhecimentos:							
- Analisa criticamente toda a informação a que acede, transformando-a e assim incorporando-a num novo conhecimento?	1	2	3	4	5	6	7
- Considera-se um trabalhador do conhecimento e não, apenas um usuário da informação?	1	2	3	4	5	6	7
- Sempre que faz algo na sua área/profissão gera novas aprendizagens, conhecimentos e informações. Costuma as guardar e procurar aprender com isso para reutilizar essa experiência noutros momentos?	1	2	3	4	5	6	7
- Busca permanentemente novos conhecimentos, novas ideias, criações e inovações?	1	2	3	4	5	6	7
- Quando for negociar, sempre primará pelo uso da Informação com competência?	1	2	3	4	5	6	7
Sobre Socializar o que Sabe:							
- Procura ser colaborativo e não reter para si o que sabe de informações e conhecimentos, preferindo partilhá-los com outros?	1	2	3	4	5	6	7
- Quando alguém mostra interesse em aprender, ensina o que sabe?	1	2	3	4	5	6	7
- Procura registrar, explicar e publicitar o que sabe de forma de escrita (artigos, livros, gravações, etc.) para socializar aos outros o que	1	2	3	4	5	6	7

<i>sabe, de forma explícita?</i>							
- Procura socializar o seu conhecimento profissional e pessoal de modo a torná-lo coletivo e perpetuá-lo?	1	2	3	4	5	6	7
- Procura garantir que seu o conhecimento e as suas informações sejam socializados a outras pessoas da sua área?	1	2	3	4	5	6	7
Sobre Interagir e dar Retorno Social - O maior nível de conhecimento, pela maior quantidade de informações que acedeu, tornaram-no numa pessoa melhor no trato com outras pessoas?	1	2	3	4	5	6	7
- Procura criar ambientes adequados para promover a Gestão da Informação e do Conhecimento não só para o seu bem pessoal mas também para o de outras pessoas?	1	2	3	4	5	6	7
- Procura ser sempre ético, profissional e solidário no que faz, especialmente na profissão?	1	2	3	4	5	6	7
- As suas ações usam informações para garantir seu sustento e o que é melhor para você, mas também para o outra outra que negocia com você (ganha-ganha)?	1	2	3	4	5	6	7
- Procura sempre entender o contexto e a cultura do interlocutor, adequando previamente as informações que usará e a postura que terá?	1	2	3	4	5	6	7
- Procura sempre compreender e estar atento às situações e aos contextos de diversidade que geram significações e significados diferenciados para a informação?	1	2	3	4	5	6	7
- Valoriza as pessoas que lhe dão suporte familiar e profissional e que lhe permitem exercer as atividades com desenvoltura (família, equipe, chefes, colaboradores, subordinados, parceiros, colegas, amigos etc.), deixando-os sempre bem informados, cientes de tudo e reconhecendo o papel de cada um?	1	2	3	4	5	6	7

Há outras considerações que considera relevante registrar? _____

Obrigado por dedicar o seu tempo a responder a essa pesquisa.

A sua resposta foi registada.

AUTORES

ROBERTO VILMAR SATUR

Professor Adjunto do Departamento de Mediações Interculturais (DMI) do CCHLA e do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações Aprendentes (MPGOA) da UFPB (Brasil). Pós-Doutor em Informação e Comunicação pela Universidade do Porto. Doutor em Ciência da Informação (PPGCI/UFPB, Brasil), revalidado em Portugal. Mestre em Economia (UFPB). Especialista em Comércio Exterior e Bacharel em Economia (UNIJUI). Bacharel em Administração (URI). Membro do grupo de pesquisa Informação, Comunicação e Cultura Digital do CITCEM da FLUP da Universidade do Porto (Portugal) e membro do Grupo de Pesquisa em Informação, Conhecimento e Aprendizagem (GIACO) da UFPB. Líder do Grupo de Pesquisa MINNI-Mundo (Mediações Interculturais, Negociações e Negociadores Internacionais no Mundo). Avaliador do INEP/MEC. Já atuou na URI, ULBRA, UERGS, UNIJUÍ e outras organizações. Contato: robertosatur@yahoo.com.br

ARMANDO MALHEIRO DA SILVA

Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação e da Informação, da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Doutor em História Contemporânea de Portugal pela Universidade do Minho e graduado em História pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e em Filosofia pela Faculdade de Filosofia de Braga da Universidade Católica Portuguesa. Tem pós-graduação em Biblioteconomia e Arquivologia pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Codiretor do Programa Doutoral Informação e Comunicação em Plataformas Digitais (parceria U. Porto e U. Aveiro). Tem dedicado décadas de trabalho, pesquisa e publicações à Ciência da Informação e a interdisciplinaridade. É conferencista, professor convidado, pesquisador-colaborador, orientador e consultor ad hoc em diversas universidades do exterior e em Portugal (Universidade de Coimbra, Universidade do Minho, Universidade de Évora e Universidade Católica Portuguesa). É membro do CITCEM (Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória) no qual desenvolve trabalho como investigador especialmente em Cultura Digital. Autor de diversas obras nas Ciências Sociais e Ciências Humanas. E-mail: armando.malheiro@gmail.com



EDITORA DO CCTA