



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS LETRAS E ARTES
CURSO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES
INTERNACIONAIS

MELISSA SANTOS GAMELEIRA

BARREIRAS À INSERÇÃO PROFISSIONAL: FORMAS DE ROMPER O
DESCONHECIMENTO DOS RHs PARAIBANOS SOBRE O CURSO DE LÍNGUAS
ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

João Pessoa
2025

MELISSA SANTOS GAMELEIRA

Barreiras à inserção profissional: formas de romper o desconhecimento dos RHs paraibanos sobre o curso de línguas estrangeiras aplicadas às negociações internacionais

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais do Centro de Ciências Humanas Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur.

João Pessoa

2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

G192b Gameleira, Melissa Santos.

Barreiras à inserção profissional : formas de romper o desconhecimento dos RHs paraibanos sobre o curso de línguas estrangeiras aplicadas às negociações internacionais / Melissa Santos Gameleira. - João Pessoa, 2025.

54 f.

Orientador : Roberto Vilmar Satur.

TCC (Graduação) - Universidade Federal da Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, 2025.

1. Línguas Estrangeiras Aplicadas. 2. Inserção profissional. 3. Mercado de Trabalho. 4. LEA-NI. 5. Negociadores internacionais. I. Satur, Roberto Vilmar. II. Título.

UFPB/CCHLA

CDU 331.5:81

Dedico este trabalho à minha avó Severina que, como muitos Severinos, saiu dos canaviais paraibanos, sendo analfabeta, em busca de um sonho. Então, com os ensinamentos dela, retornei à Paraíba, tornando-me poliglota, em busca de um sonho.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de
Curso

**Barreiras À Inserção Profissional: Formas De Romper O Desconhecimento Dos
RHs Paraibanos Sobre O Curso De Línguas Estrangeiras Aplicadas Às
Negociações Internacionais**

Elaborado por
Melissa Santos Gameleira

Como requisito parcial para a obtenção do grau de
**BACHAREL EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES
INTERNACIONAIS**

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur - DMI/UFPB
Orientador

Prof. Dr.^a Maria Rennally Soares da Silva - DMI/UFPB
Membro da banca examinadora

Especialista Patrícia de Queiroz Custódio - ABRH PB
Membro da banca examinadora

Prof. Mestre Silvia Renata Ribeiro - DMI/UFPB
Suplente da banca examinadora

João Pessoa, 22 de abril de 2025

AGRADECIMENTO

Primeiramente, quero agradecer a Deus por abrir portas e suprir necessidades. As oportunidades fornecidas por ele foram inigualáveis, por isso, rendo graças por avançar mais uma etapa em minha vida. Hoje, tendo o LEA-NI como um diferencial na carreira, sou grata aos professores que com tanta dedicação nos acompanharam durante a graduação sempre fomentando a busca por conhecimento em variadas áreas. Também sou grata à minha rede de apoio, como meu esposo e meus pais, assim como aos amigos e vizinhos de João Pessoa que me acolheram tão bem. Mais do que uma formação acadêmica, esse período da graduação me ensinou sobre laços e é com a ideia de criar vínculos que nasceu essa pesquisa propondo uma conexão entre a comunidade.

FOLHA DE IDENTIFICAÇÃO

INSTITUIÇÃO	UFPB - UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA Endereço: Prédio da reitoria - Campus I - UFPB - Cidade Universitária - CEP: 58059-900 - João Pessoa - PB (Brasil)
DIRIGENTES	Reitoria Reitora: Prof ^a . Dr ^a . Terezinha Domiciano Dantas Martins Vice-reitoria: Prof ^a . Dr ^a . Mônica Nóbrega Pró-Reitoria de Graduação: Prof ^a . Dr ^a . Ana Claudia da Silva Rodrigues Centro Ciências Humanas, Letras e Artes Diretor: Prof. Dr. Rodrigo Freire de Carvalho Silva Vice-diretor: Prof ^a . Dr ^a . Thaís Augusta Cunha de Oliveira Máximo Cursos Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais Coordenadora: Prof ^a Dra. Maria Rennally Soares da Silva Vice-coordenadora: Prof ^a Dra. Ana Carolina Vieira Bastos
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)	Título: Barreiras à inserção profissional: formas de romper o desconhecimento dos RHs paraibanos sobre o curso de línguas estrangeiras aplicadas às negociações internacionais Formato: Monografia
EXECUÇÃO	Orientador: Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur Aluna: Melissa Santos Gameleira

RESUMO

Com o avanço da internacionalização dos mercados, organizações, profissões e das tecnologias, especialmente as digitais, o mercado de trabalho demanda cada vez mais profissionais capazes de atuar de forma interdisciplinar, com habilidades de adaptação, mediação e negociação com foco intercultural e tecnológico. O curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas (LEA) surgiu na França e foi introduzido no Brasil no início dos anos 2000, com o objetivo de formar profissionais plurilingues preparados para atuarem em diversas áreas do mercado público e privado internacional. Então, apesar do potencial que tem seus egressos, o desconhecimento dos profissionais de Recursos Humanos na região metropolitana de João Pessoa sobre as competências desenvolvidas durante o Curso, limita a inserção desses egressos no mercado de trabalho local. Por isso, este estudo busca analisar como esse desconhecimento impacta as oportunidades de emprego e a inserção profissional dos formados em LEA-NI, destacando a importância de uma maior divulgação das competências específicas desse curso.

Palavras-chave: Línguas Estrangeiras Aplicadas; Inserção profissional; Mercado de Trabalho; LEA-NI; Negociadores Internacionais

ABSTRACT

With the advancement of internationalization of markets, organizations, professions and technologies, especially digital technologies, the job market increasingly demands professionals capable of working in an interdisciplinary manner, with adaptation, mediation and negotiation skills with an intercultural and technological focus. The Applied Foreign Languages (LEA) course originated in France and was introduced in Brazil in the early 2000s, with the aim of training multilingual professionals prepared to work in various areas of the international public and private market. Therefore, despite the potential of its graduates, the lack of knowledge among Human Resources professionals in the metropolitan region of João Pessoa about the skills developed during the course limits the insertion of these graduates in the local job market. Therefore, this study analyzes how this lack of knowledge impacts the employment opportunities and professional insertion of LEA-NI graduates, highlighting the importance of greater dissemination of the specific skills of this course.

Keywords: Applied Foreign Languages; Professional Integration; Job Market; LEA-NI; International Negotiators.

RÉSUMÉ

Avec l'avancée de l'internationalisation des marchés, des organisations, des métiers et des technologies, notamment numériques, le marché du travail exige de plus en plus de professionnels capables de travailler de manière interdisciplinaire, dotés de compétences d'adaptation, de médiation et de négociation avec une approche interculturelle et technologique. La formation en Langues Etrangères Appliquées (LEA) est née en France et a été introduite au Brésil au début des années 2000, dans le but de former des professionnels plurilingues prêts à travailler dans divers domaines du marché public et privé international. Ainsi, malgré le potentiel de ses diplômés, méconnaissance des professionnels des ressources humaines de la région métropolitaine de João Pessoa sur les compétences développées au cours de la formation limite l'insertion de ces diplômés sur le marché du travail local. Cette étude analyse donc comment ce manque de connaissances a un impact sur les opportunités d'emploi et d'insertion professionnelle des diplômés du LEA-NI, soulignant l'importance d'une plus grande diffusion des compétences spécifiques de cette formation.

Mots-clés : Langues étrangères appliquées; Insertion professionnelle; Marché du travail; LEA-NI; Négociateurs internationaux.

RESUMEN

Con el avance de la internacionalización de los mercados, las organizaciones, las profesiones y las tecnologías, especialmente las digitales, el mercado laboral demanda cada vez más profesionales capaces de trabajar de forma interdisciplinar, con habilidades de adaptación, mediación y negociación con un enfoque intercultural y tecnológico. El curso de Lenguas Extranjeras Aplicadas (LEA) surgió en Francia y fue introducido en Brasil a principios de la década de 2000, con el objetivo de formar profesionales plurilingües preparados para actuar en diversas áreas del mercado público y privado internacional. Así, a pesar del potencial de sus egresados, el desconocimiento de los profesionales de Recursos Humanos de la región metropolitana de João Pessoa sobre las habilidades desarrolladas durante el Curso limita la inserción de esos egresados en el mercado laboral local. Por ello, este estudio analiza cómo esta falta de conocimiento impacta en las oportunidades laborales y la inserción profesional de los egresados de LEA-NI, destacando la importancia de una mayor difusión de las competencias específicas de esta carrera.

Palabras clave: Lenguas Extranjeras Aplicadas; Inserción profesional; Mercado de trabajo; LEA-NI; Negociadores internacionales.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 LEA NO BRASIL	15
2. PROFISSIONAL DE LEA-NI	17
2.1 FORMAÇÃO ACADÊMICA	17
2.2 PERFIL DO PROFISSIONAL DE NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL E MEDIAÇÃO INTERCULTURAL	18
3 O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO	20
3.1 SKILLS DO PROFISSIONAL DO SÉCULO XXI	21
4 MARKETING PESSOAL E O POSICIONAMENTO DO PROFISSIONAL NO MERCADO DE TRABALHO	23
5 LEA-NI NA UFPB	25
6 CONSTRUÇÃO DO BRANDING DO CURSO LEA-NI	27
7 PERSPECTIVA DOS RHs E DO MERCADO DE TRABALHO	29
7.1 ENTREVISTA COM A ABRH	30
7.2 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE RECURSOS HUMANOS SOBRE O CURSO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS	31
7.2.1 Perfil das empresas e dos profissionais pesquisados	31
7.2.2 Conhecimento sobre o curso de LEA-NI	32
7.2.3 Percepção sobre as possibilidades de atuação dos egressos	33
7.2.4 Importância das competências multilíngues e interculturais	33
7.2.5 Comentários e insights dos participantes	34
8 PROPOSIÇÃO DE AÇÕES PARA A PROMOÇÃO DO CURSO E DA PROFISSÃO DE MEDIADOR INTERCULTURAL OU NEGOCIADOR INTERNACIONAL DE MERCADO FORMADO PELO LEA-NI	35
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICES	42
Apêndice A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE	42
Apêndice B: ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA O QUESTIONÁRIO A SER APLICADO	45
Apêndice C: ENTREVISTA NA ÍNTEGRA - ELIANE CRISTINA SILVA DE JESUS - VICE PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECURSOS HUMANOS NA PARAÍBA - 15/01/2025	48

INTRODUÇÃO

Com as constantes mudanças tecnológicas e avanços da globalização, torna-se cada vez mais imprescindível no mercado de trabalho profissionais que tenham habilidades de adaptação, mediação e negociação para atuarem administrando uma pluralidade de conhecimentos. É a partir dessa proposta que surge o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas, originário da França e que chegou ao Brasil no início dos anos 2000 com a proposta de oferecer ao mercado profissionais preparados para assumirem posições em diversas áreas do conhecimento com o diferencial do conhecimento em idiomas.

Porém, para além da inserção do referido curso em território nacional, é preciso popularizar, junto ao mercado de trabalho, as diversas competências desses profissionais que estão disponíveis para atuação e resolução de problemas ou demandas que, até antes da implantação do curso no Brasil, eram resolvidas por profissionais de outras áreas.

O que a universidade está oferecendo quando entrega para a sociedade esses profissionais formados em LEA-NI, Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, é uma nova opção para sanar esse problema. Mas segundo Silva (2020) as pessoas confundem o curso de LEA com cursos que se contrapõem aos objetivos do LEA, como as graduações em Letras, que formam licenciados (licenciatura) que têm por finalidade atuarem como professores, acadêmicos e pesquisadores em áreas como a linguística e a literatura, enquanto o LEA tem o objetivo de oferecer uma formação interdisciplinar de bacharelado para atender a um mercado que exige atuação profissional tendo conhecimento plurilíngues, interculturais, em mediação e negociação.

Essa confusão se dá, porque de acordo com Fraga (2020), o Curso é rico em conteúdo e atravessa uma série de áreas do conhecimento utilizando as línguas estrangeiras como ferramentas sem, no entanto, formar linguistas. Fator que, em certa medida, pode tornar menos óbvia a construção de um caminho profissional.

OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS

A questão da pesquisa é compreender como o desconhecimento dos profissionais de Recursos Humanos sobre o curso de Línguas Estrangeiras

Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) impacta a inserção dos egressos no mercado de trabalho da região metropolitana de João Pessoa.

Por isso, este trabalho de conclusão de curso (TCC) tem como **objetivo geral**:

Investigar o grau de conhecimento dos profissionais de recrutamento e seleção da região metropolitana de João Pessoa sobre o curso de graduação LEA-NI da Universidade Federal da Paraíba, verificando como esse conhecimento (ou sua ausência) impacta a inserção profissional dos egressos no mercado de trabalho local.

Para isso traçou-se como **objetivos específicos**:

1. Demonstrar o eixo de formação multidisciplinar do curso de bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais;
2. Identificar na formação do profissional LEA da UFPB as habilidades desenvolvidas que são relevantes, ou até mesmo um diferencial, para atuação no atual mercado de trabalho;
3. Entender como se dá o processo de recrutamento e seleção;
4. Apontar a importância da construção de uma rede de contatos para o fortalecimento do *branding* do curso LEA-NI;
5. Compreender, a partir da pesquisa, qual o nível de conhecimento dos profissionais de Recursos Humanos da região metropolitana de João Pessoa em relação ao bacharelado em LEA-NI ofertado pela UFPB e como isso impacta no processo de recrutamento e seleção.

Portanto, será realizada uma pesquisa junto aos profissionais de Recursos Humanos (RH) de diversas empresas da região, a fim de identificar qual o grau de familiaridade com o curso LEA-NI e como isso pode interferir na contratação dos seus egressos.

1.1 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia científica adotada neste estudo foi composta por uma pesquisa de campo, utilizando um questionário estruturado via Google Forms, com perguntas no formato misto, para a coleta de dados. Esse questionário (ver apêndice B) foi a ferramenta aplicada enviada para 108 profissionais de Recursos

Humanos da grande João Pessoa para averiguar o grau de conhecimento acerca do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais e a percepção deles sobre as competências desses profissionais. Dos questionários enviados retornaram respostas de uma amostra de 37 (trinta e sete) pessoas. O questionário foi aplicado do período de 06 de fevereiro a 11 de março de 2025. Também, houve uma entrevista com a psicóloga especialista em gestão de pessoas e vice-presidente da Associação Brasileira de Recursos Humanos da Paraíba, Eliane Cristina Silva de Jesus, que trouxe uma visão sobre o mercado de trabalho atual e os desafios das empresas na captura de talentos (ver apêndice C). Essa pesquisa foi aprovada pelo Comitê de ética e pesquisa e possui o Certificado de Apresentação para Apreciação Ética nº 84170624.8.0000.5188 tendo o parecer nº 7.286.823 positivo, aprovando a realização da mesma. Além disso, foi apresentado aos participantes o Termo de Livre Consentimento e Esclarecido (ver apêndice A) para que eles se sentissem à vontade para participarem livremente se concordassem. E, então, a partir desses dados foi realizada uma análise gerando informações relevantes que possibilitaram uma compreensão mais ampla das dificuldades enfrentadas pelos alunos/egressos do Curso no processo de inserção no mercado de trabalho e, também, quais os caminhos a percorrer para superar tais obstáculos.

A estrutura deste trabalho está organizada em capítulos que abordam temas que englobam um perfil detalhado do profissional de LEA-NI, destacando suas competências e o potencial de atuação no mercado de trabalho; o funcionamento do processo de recrutamento e seleção, o conceito de marketing pessoal e como ele influencia na carreira e na construção de *networking* a partir de estratégias de autopromoção para se destacarem no mercado. E, também, foi abordado sobre a construção do *branding* do curso de LEA-NI trazendo ênfase à importância de um posicionamento claro e eficaz para aumentar a visibilidade do Curso e de seus egressos.

Com essa pesquisa, espera-se contribuir para uma melhor compreensão dos desafios enfrentados pelos profissionais de LEA-NI no processo de inserção no mercado de trabalho na região metropolitana de João Pessoa e propor estratégias que possam auxiliar na valorização e no reconhecimento desse perfil profissional entre as empresas da região.

1 LEA NO BRASIL

O curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas, originalmente denominado de *Langues Étrangères Appliquées* (LEA), surgiu na França durante a década de 1970, num contexto de crescente integração europeia e aumento das relações internacionais. De acordo com Silva (2020, p. 21), a criação de comunidades europeias como a Comunidade Europeia do Carvão e do Aço em 1951 e a Comunidade Econômica Europeia em 1957, que foi evoluindo e culminou com a atual Comunidade Econômica Europeia, impulsionou a necessidade de profissionais que dominassem múltiplas línguas e pudessem atuar em ambientes internacionais e multiculturais. Sendo assim, os cursos de LEA foram estabelecidos oficialmente por um decreto ministerial do governo francês em 1973, com a intenção de fornecer uma formação interdisciplinar, distinta dos tradicionais cursos de Letras. O curso objetivava formar egressos plurilingues preparados para atuar em empresas e demais organizações internacionais, com uma formação que combinava línguas estrangeiras, economia, direito, comunicação, tecnologia e negociação.

No Brasil, a introdução dos cursos de LEA surgiu de uma trajetória de cooperação internacional e adaptação às necessidades locais. A primeira instituição a oferecer um curso de LEA no país foi a Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus, Bahia, iniciando as atividades no início dos anos 2000, como fruto de um diálogo contínuo entre a UESC e a Université de La Rochelle, na França. De acordo com o Projeto Político Pedagógico da UESC (2010), o seu bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais foi desenhado para formar profissionais capazes de atuar em negociações internacionais, refletindo tanto as influências franco-brasileiras quanto às necessidades específicas do mercado de trabalho brasileiro.

Após a UESC inserir a formação em sua lista de bacharelados, outras três instituições públicas de ensino superior brasileiras passaram a oferecer cursos de LEA. Em 2009, a Universidade Federal da Paraíba (UFPB) lançou o seu curso de LEA-NI, resultado de uma cooperação interinstitucional com a UESC, com o objetivo de “desenvolver competências para o assessoramento, a intermediação e a coordenação de processos de negociações internacionais”, CONSEPE UFPB, 2017, p. 5). Em 2010, a Universidade de Brasília (UNB) criou o bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação, LEA-MSI,

adaptando o foco do curso para as necessidades contemporâneas da sociedade da informação e para a comunicação no setor audiovisual (Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução/LET UnB, 2010, p. 4). Por fim, em 2014, o Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, estabeleceu o seu curso de LEA-NI com a proposta de preparar o discente para a comunicação em empresas de diferentes setores de atividade, recepção de eventos, acompanhamentos de grupos, tradução, exposições orais e redação de textos, consolidando, assim, a presença dessa formação no Brasil. (NDE LEA CEFET, 2017, p. 23)

Esses cursos compartilham a filosofia original dos programas de LEA da França que é o de oferecer uma formação interdisciplinar, multilíngue e voltada para o mercado de trabalho globalizado, preparando os alunos para carreiras em empresas multinacionais, órgãos governamentais, organizações não governamentais e instituições de ensino. No entanto, cada instituição brasileira adaptou o currículo para refletir suas próprias necessidades regionais e institucionais. Fraga (2020, p. 35-36) afirma que:

Essa liberdade de currículo pode ser um aspecto bem positivo, com as instituições podendo definir as disciplinas de aplicação de acordo com as áreas de conhecimento e de atuação, mas ela se torna uma desvantagem se considerarmos que para a academia e o mundo empresarial, a área de formação deve ser bem definida: é necessário deixar claro que profissionais estão se formando.

Assim, a chegada do curso de LEA no Brasil representa não apenas uma importação de um modelo educacional europeu, mas também uma adaptação inovadora para formar profissionais aptos a atender às demandas do mercado brasileiro e internacional. Portanto, a trajetória dos cursos de LEA no Brasil demonstra a relevância dessa formação no contexto atual, preparando profissionais para atuar em um mundo cada vez mais interconectado e exigente em termos de competências linguísticas e interculturais.

2. PROFISSIONAL DE LEA-NI

Para compreender o impacto dos egressos de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA) no mercado de trabalho, é essencial analisar a formação oferecida por esse curso e o perfil dos profissionais que ele busca desenvolver, uma vez que o perfil desse profissional se diferencia por sua capacidade de adaptação, pensamento crítico e atuação em cenários internacionais, oferecendo às empresas uma gama de habilidades que vão além do domínio de idiomas.

2.1 FORMAÇÃO ACADÊMICA

A formação em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) busca construir as competências de um profissional multilinguista qualificado, preparado para atuar em contextos internacionais e multiculturais, principalmente como negociador internacional ou mediador intercultural. O objetivo do curso de LEA-NI é fornecer ao mercado de trabalho um profissional que possui conhecimento em várias línguas estrangeiras, combinado com habilidades na mediação e na negociação com formação interdisciplinar que abarca áreas como economia, direito, comunicação e gestão. Seu perfil interdisciplinar o torna apto a desempenhar funções em organizações privadas, organizações não governamentais, órgãos e instituições governamentais, além de organismos internacionais e outros ambientes que requerem competência para internacionalizar, mediar e negociar internacionalmente e interculturalmente, usando, se preciso, mais de uma língua como forma de comunicação.

Na Universidade Federal da Paraíba, por exemplo, segundo o seu Projeto Pedagógico do Curso (2017), o Curso tem duração de 8 semestres, em que o foco é formar profissionais para atuar em mediações interculturais nos âmbitos do turismo, do direito, do comércio exterior e dos negócios com uma visão interdisciplinar e mesclando ideias locais e globais. Além disso, o PPC da UFPB ainda ressalta algumas competências e habilidades que são desenvolvidas durante o Curso, como as dimensões de comunicação, assessoria, negociação, mediação, coordenação e liderança.

Sendo assim, os profissionais graduados no curso de LEA-NI possuem um conjunto diversificado de competências e habilidades. Entre elas, destacam-se não só a capacidade para comunicação eficaz em contextos profissionais e sociais em outros idiomas, a compreensão das dinâmicas culturais e sociais, e a habilidade para mediar e negociar em contextos multiculturais; mas também se destacam pela capacidade para analisar e interpretar informações complexas, realizar pesquisas e aplicar conhecimentos de diversas fontes como economia, direito e gestão para chegar a uma solução inovadora. A experiência prática é adquirida por meio de estágios, participação em projetos e intercâmbios, preparando-os para o mercado de trabalho.

2.2 PERFIL DO PROFISSIONAL DE NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL E MEDIAÇÃO INTERCULTURAL

Não há um consenso para o nome da profissão de profissional em línguas estrangeiras aplicadas às negociações internacionais. Satur (2017) e, Satur e Duarte (2020) levantam uma discussão sobre as nomenclaturas e as possíveis áreas de atuação do egresso LEA-NI e, então, engloba as competências e traça o perfil de um negociador internacional. A partir de sua pesquisa, é registrado que o perfil do profissional de negociação internacional é multifacetado e exige que haja um conjunto de habilidades que permitirão que esse profissional possa lidar de forma eficaz com as complexidades e desafios linguísticos e culturais das negociações globais, uma vez que é preciso ter aptidão para reconhecer quando a informação é necessária e saber como localizá-la, avaliá-la e utilizá-la de maneira eficaz. Para os autores, essa habilidade é especialmente importante no ambiente contemporâneo, que se torna cada vez mais complexo devido às rápidas mudanças tecnológicas e à abundância de recursos informacionais e opções disponíveis.

Já Nosé Júnior (2005), ao descrever o negociador internacional, relata que esse profissional deve ser tanto generalista quanto especialista. Ou seja, ele deve possuir uma formação generalista que forneça uma base ampla de conhecimentos, ao mesmo tempo em que se especializa em áreas específicas relevantes para sua atuação, ou seja, o profissional deve entender o cenário econômico, administrativo e político em que o negócio está situado e ser especialista no mercado, no produto e na empresa com que está trabalhando. O negociador internacional deve adquirir

novos conhecimentos culturais e ser fluente nos idiomas mais importantes do mercado, facilitando, assim, a comunicação e a compreensão intercultural. Sendo assim, é crucial que ele tenha conhecimento profundo em áreas como geopolítica, economia tanto local quanto mundial, segmentos de mercado, marketing internacional, e as peculiaridades dos países onde fará acordos.

Por outro lado, os *soft skills* também são essenciais para o bom desempenho da função uma vez que o negociador internacional deve ser ativo, dinâmico, extrovertido, equilibrado e dotado de bom senso. Essas características pessoais ajudam a construir uma imagem de profissionalismo, sinceridade e confiança, fundamentais para estabelecer e manter boas relações de negócios.

Portanto, o profissional de negociação internacional deve ser uma combinação de conhecimento técnico e teórico, habilidades interpessoais e estratégias bem elaboradas. Ele deve estar preparado para enfrentar as complexidades do mercado, sempre com uma abordagem cooperativa e focada em resultados mutuamente benéficos.

3 O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Nas últimas décadas, na Era do Conhecimento, o elemento humano se tornou essencial para a excelência organizacional; já a Era Digital intensificou ainda mais essa realidade. Para Chiavenato (2021), a globalização, o rápido desenvolvimento tecnológico e a transformação contínua da sociedade fazem com que a sobrevivência e o sucesso das organizações dependam cada vez mais das habilidades e competências de seus colaboradores. Assim, em um ambiente de negócios marcado por mudanças rápidas e constantes, as organizações precisam redirecionar e modificar processos, produtos e serviços, ajustar estratégias, adotar novas tecnologias, entender as reais necessidades dos clientes, prever as estratégias dos concorrentes e se adaptar às mudanças de um mercado dinâmico, em constante evolução e altamente competitivo, por isso, encontrar candidatos com um perfil dinâmico, plural e multicultural se torna imprescindível para o sucesso da organização.

Com isso, o processo de recrutamento e seleção, que é o conjunto de etapas e atividades realizadas pelas organizações para atrair, identificar e contratar candidatos qualificados para preencher vagas disponíveis, visa garantir que a empresa encontre este candidato, com as habilidades e competências necessárias, para contribuir com o bom resultado da empresa, de acordo com Chiavenato (2021). Esse processo envolve etapas que começam com o planejamento, onde se analisa a necessidade de contratação e se define o perfil do cargo, seguido pela elaboração da descrição do cargo, que detalha responsabilidades, requisitos e qualificações necessárias.

É a partir desse ponto em que o processo de atração e seleção dos candidatos se inicia em busca do profissional que atenda os pré-requisitos da posição a ser ocupada. Nessa etapa é crucial que haja o conhecimento, tanto dos gestores solicitantes da vaga quanto da equipe de recursos humanos, da existência de profissionais formados pelos cursos de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais e o que essa formação pode agregar para a organização. Embora, segundo Chiavenato (2021, p. 98) afirma que, modernamente, os critérios de seleção estão migrando para o conceito de competências, o autor também reconhece que todo o critério de seleção se fundamenta em dados e informações presentes nas especificações do cargo a ser preenchido, como o tipo

de formação universitária específica, com a finalidade de obter maior objetividade e precisão à seleção do pessoal para o cargo.

Segundo Relly (2018 *apud* Melo; Andrade, 2023, p. 137), as ferramentas de inteligência artificial têm se posicionado como uma importante auxiliadora no RH permitindo que haja transparência nos processos de seleção visto que todos os currículos são analisados evitando desvios no momento da triagem. Porém as subjetividades não são captadas pela I.A. o que se torna um problema quando se é preciso relacionar o LEA-NI com áreas como Marketing, Comércio Exterior e Administração de empresas. Por outro lado, os processos seletivos digitais permitem que o egresso rompa as barreiras geográficas e encontre vagas em um raio de distância maior que o usual. Se vencidas as barreiras da incompreensão sobre curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas pela empresa, as perspectivas de carreira se tornam otimistas.

3.1 SKILLS DO PROFISSIONAL DO SÉCULO XXI

Com as transformações digitais das últimas décadas, a valorização cada vez maior da informação e a abertura de mercados, o perfil dos profissionais também tem mudado para se adaptar a um cenário global dinâmico, tecnológico e interconectado que exige habilidades e características específicas para se adequar a constante evolução. As soft skills de adaptabilidade e flexibilidade são essenciais e a fluência em tecnologia é uma habilidade indispensável para o uso de ferramentas digitais que conectam pessoas de inúmeras culturas, com diversos idiomas e que habitam em vários lugares do mundo. Dessa forma, o respeito pelas diferenças, capacidade de adaptação a diferentes contextos culturais e comunicação intercultural eficaz é um diferencial no mercado globalizado, uma vez que a negociação internacional, mesmo sendo digital, segue intercultural (Satur, 2021).

Também, para Satur (2024), as competências se tornam cada vez mais indispensáveis para acompanhar as transformações tecnológicas e sociais. O autor lista quatro (4) competências primordiais para o atual mercado de trabalho. Entre elas, destacam-se a competência digital, fundamental para lidar com a crescente digitalização das funções e tarefas; a competência intercultural, que possibilita a convivência e o trabalho em equipes globais, superando barreiras culturais e linguísticas; a competência negocial, que é essencial para mediar conflitos e buscar

acordos em ambientes cada vez mais diversos e colaborativos; e por fim a competência em informação, que ajuda o indivíduo a selecionar, filtrar e interpretar o excesso de informações disponíveis, promovendo uma análise crítica para a tomada de decisões. Essas habilidades não são apenas diferenciais, mas exigências para se manter competitivo e relevante no mundo profissional.

Além disso, a capacidade de “pensar fora da caixa” e desenvolver soluções inovadoras para problemas complexos segue se destacando entre as habilidades mais desejadas pelas companhias. Então, para que o profissional atinja esse estágio, é preciso ter um repertório vasto para que seja possível contribuir com novas ideias e abordagens criativas impulsionando, assim, o crescimento e a eficiência do negócio. Portanto, segundo Satur (2021), quando nos referimos à área de negociação internacional, a capacidade de analisar situações complexas, identificar problemas e desenvolver soluções eficazes é um traço essencial, o qual permite que os profissionais avaliem informações e tomem decisões em um ambiente de negócios em rápida mudança. Por esses motivos, há a importância de ofertar uma graduação multifacetada, com diversos componentes técnicos, que auxilia na adaptação, inovação e colaboração desse egresso em um mercado de trabalho cada vez mais complexo e interconectado.

4 MARKETING PESSOAL E O POSICIONAMENTO DO PROFISSIONAL NO MERCADO DE TRABALHO

Em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, o marketing pessoal se torna uma ferramenta essencial para profissionais que desejam se destacar e abraçar oportunidades. Mais do que um simples conjunto de técnicas, o marketing pessoal envolve a construção de uma imagem consistente e autêntica, refletindo os valores, habilidades e competências do indivíduo. Essas estratégias podem ser um dos aliados para a disseminação do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas no mercado de trabalho, pois é a partir do marketing pessoal dos egressos, gerenciando e promovendo uma imagem profissional de forma estratégica com o objetivo de alcançar reconhecimento, que será possível mostrar às organizações as *skills* desenvolvidas durante o período do curso.

Segundo Kotler (2012), o marketing pessoal é uma extensão do conceito de marketing tradicional, aplicado ao indivíduo, onde a pessoa se torna o "produto" que deve ser apresentado de maneira atraente e diferenciada. Então, é a partir de uma construção bem estruturada do marketing pessoal dos egressos que se estabelecem as oportunidades de promover o LEA-NI e apresentar as competências do negociador internacional de mercado e/ou do mediador intercultural. Conforme Rego (2015), a construção de uma marca pessoal forte e coerente é crucial para o desenvolvimento de uma carreira bem-sucedida e, conseqüentemente, para a abertura de novas oportunidades para si e para as próximas gerações graduadas em Línguas Estrangeiras Aplicadas.

Dentre as ferramentas que podem ser utilizadas no desenvolvimento da construção e promoção da imagem profissional ligadas ao Marketing Pessoal, o *networking* é uma das principais ferramentas e pode ser uma aliada na divulgação do LEA-NI. Essa estratégia consiste na construção e manutenção de uma rede de contatos profissionais que podem fornecer suporte, informações e oportunidades, se tornando primordial entre os alunos e egressos do Curso ou que já tiveram contato com profissionais advindos do LEA-NI e conhecem o que essa formação pode agregar às organizações.

É a partir do *networking* desenvolvido, principalmente durante a graduação, que abre a oportunidade dos estudantes construírem uma rede de contatos que pode facilitar o acesso a estágios, empregos, *freelancers* e outras oportunidades

profissionais. Em meio a isso, as redes sociais facilitam o processo, visto que, conforme discutido por Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005) a internet tem aglutinado pessoas com interesses específicos desenvolvendo uma rede de relacionamentos entre alunos, empresários, profissionais e acadêmicos criando, assim, uma rede de contatos que ultrapassa o virtual, uma vez que “a ideia de redes nas ciências sociais é aplicada à sociedade como um conjunto de relações e funções desempenhadas pelas pessoas umas em relação às outras.” (Tomaél, Alcará e Di Chiara, 2005, p. 96)

Nesse cenário, o uso estratégico de plataformas como o LinkedIn permite que profissionais exponham suas competências, conquistas e interesses para um público amplo, composto por colegas de profissão, recrutadores e organizações de diversos segmentos. Sendo assim, o LinkedIn se tornou uma boa ferramenta para a construção da marca pessoal no ambiente digital, permitindo uma presença online profissional e conectada às tendências de mercado.

Além disso, as habilidades interpessoais, têm ganhado destaque como parte integral do marketing pessoal. As capacidades de estabelecer uma boa comunicação, liderar, se adaptar a diversas situações e lidar com cenários adversos utilizando a inteligência emocional têm sido cada vez mais valorizados no mercado de trabalho. De acordo com Behrends (2006, *apud* Duarte e Satur 2020, p.106) “negociador internacional terá mais ou menos êxito na profissão a depender de quanto poder detém em termos de informação, experiência, relações (interação social, network) e carisma (simpatia e empatia)”, ou seja, o desenvolvimento de inteligência emocional e de habilidades sociais, por exemplo, podem ser um diferencial competitivo significativo no mercado de trabalho.

Sendo assim, o marketing pessoal se estabelece como uma ferramenta essencial para que os alunos e egressos de LEA-NI se destaquem no mercado de trabalho, alcancem sucesso em processos seletivos e abram caminhos no mercado de trabalho para essa graduação. Em um mundo onde as habilidades de comunicação e gestão multitarefas são valorizadas, o marketing pessoal de alunos e egressos LEA-NI apresenta como diferencial estratégico esses *Soft Skills* indispensáveis.

5 LEA-NI NA UFPB

Com a chegada do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas no Brasil e o seu estabelecimento nas universidades nacionais, a Universidade Federal da Paraíba (UFPB) centrou-se na preparação de profissionais capacitados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do mercado. Fraga (2020), ao falar sobre as vantagens, oportunidades e perspectivas futuras do Curso na UFPB, lista que a Universidade proporciona aos alunos a oportunidade de estagiar em diferentes setores, reforçando a conexão entre teoria e prática. Em relação ao aprendizado de línguas, o Curso foi concebido e optou por três línguas (Francês, Espanhol e Inglês) e prioriza o desenvolvimento de uma competência discursiva permitindo, assim, aos alunos - futuros profissionais, possam interagir de maneira apropriada em contextos específicos do mercado de trabalho que são considerados essenciais.

Segundo a autora, o ensino no bacharelado de Línguas Estrangeiras Aplicadas exige que haja uma constante reflexão sobre o conteúdo e os métodos de ensino, visto que o Curso foge dos moldes tradicionais dos cursos de Letras voltadas para a formação de professores e vai além de textos acadêmicos tradicionais buscando, sempre, a eficácia da comunicação profissional, por isso a formação é Línguas para Fins Específicos, com um bacharelado formando pessoas para atuar no mercado de trabalho. Desde sua criação, o Curso passou por diversos aprimoramentos, focando nas necessidades e oportunidades dos alunos. A implementação do novo Plano Pedagógico em 2017 ampliou as oportunidades de estágio e consolidou projetos de pesquisa e extensão, trazendo novos parceiros de aprendizagem - como novas disciplinas optativas e obrigatórias - para ampliar a dinâmica multicultural do LEA-NI. Assim, no Programa Pedagógico do Curso (2017), revela o que se espera do Curso ao listar no tópico “Campo de Atuação Profissional” que “Busca-se, através de um currículo multidisciplinar, desenvolver competências e habilidades para a formação de negociadores preparados para atuar em um mundo cada vez mais globalizado”.

Em suma, o LEA-NI na UFPB é um Curso com uma formação dinâmica e reflexiva, que busca preparar profissionais competentes e adaptáveis, capazes de atuar em contextos internacionais e variados, contribuindo para a excelência acadêmica e profissional e, em termos de qualidade de ensino, o Curso possui um

bom desempenho tendo em vista que na avaliação INEP/MEC o Curso LEA-NI da UFPB na sua primeira avaliação (2014) obteve nota 3, crescendo para nota 4 em 2018 e chegando a nota máxima (5) em 2024.

6 CONSTRUÇÃO DO *BRANDING* DO CURSO LEA-NI

A universidade é fundamentada sob o tripé da pesquisa, ensino e extensão tendo como desafio a sincronização dessas funções em virtude das alterações de valores na pós-modernidade (Sleutjes, 1999). As constantes transformações no mundo contemporâneo são refletidas, também, em como a universidade se posiciona perante a sociedade. Se sua característica inicial era ser detentora do saber e guardiã do conhecimento de uma elite, mas com as inúmeras transformações, a universidade passou a ser vista como um caminho para o mercado de trabalho - sob inspiração americana após os anos 50 - e, então, segundo Sleutjes (1999) a instituição caminha para um modelo ligado à promoção da cidadania, inclusão e humanização.

E isso precisa ser feito sem perder a capacidade de estar na vanguarda, de seguir fiel ao princípio filosófico-metodológico-científico, sem perder o foco na qualidade, na tecnologia e na inovação, observando, descobrindo, acompanhando e apontando tendências.

E é inserido nesse contexto que o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais surge com a proposta de fornecer para a sociedade profissionais inovadores com habilidades para realizar a comunicação, a negociação, a mediação e o acolhimento em contextos internacionais e interculturais.

Então, em meio às transformações da universidade, as estratégias de marketing educacional se posicionam como uma ferramenta para auxiliar a visibilidade das instituições, não apenas destacando e promovendo as iniciativas desenvolvidas nos cursos, mas também aproximando a universidade de sua missão social de servir à comunidade. É com base no conceito raiz do marketing de Kotler (2012) que destaca a gestão do produto, dos clientes e da marca que o marketing educacional se ramifica para as instituições de ensino divulgando o programa dos cursos e apresentando os projetos e iniciativas que impactam diretamente o cotidiano das pessoas.

Então, o processo da construção do *branding* de um curso inovador como o Línguas Estrangeiras Aplicadas deve se debruçar sobre a promoção de eventos, palestras, workshops e parcerias com organizações locais onde a universidade pode criar um espaço de diálogo e colaboração chegando até empresas situadas na

região estabelecendo vínculo e promovendo ações de empregabilidade para alunos e egressos, mostrando, dessa forma, o que as áreas de estudos abordadas durante a graduação podem oferecer para além das paredes acadêmicas. Essas interações não apenas enriquecem a experiência acadêmica, mas também fortalecem o papel da instituição como agente transformador na sociedade.

É conectando os egressos, docentes e discentes que pode-se desenvolver uma marca para o LEA-NI, já que segundo Filgueira e Satur, “para que se consolide uma profissão na sociedade, é preciso que exista, primeiramente, uma identidade grupal que permita reunir a categoria, somar experiências, conhecimentos e ações.” (2020 p. 81). Além disso, os autores (2020 p. 81) também reforçam que:

Partindo desta concepção, também se faz essencial que os próprios especialistas da área, como também, as faculdades/universidades, organizações e outras instituições das mais variadas esferas, atentem para a necessidade e se preocupem em difundir práticas de negociação internacional pautadas em conhecimentos sólidos, em estratégias, táticas e valores éticos para os alunos ou profissionais da área, permitindo que os mesmos lidem com ambientes administrativos, gerenciais, executivos, organizacionais etc., projetando ações e parcerias internacionalmente.

Dessa forma, agregando e esclarecendo os caminhos a serem trilhados com a formação em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais é possível reconhecer campos com oportunidades e propagar as competências desenvolvidas no Curso para atender às necessidades da sociedade no ramo dos negócios internacionais e mediações interculturais (que está incluso a mediação linguística) e, conseqüentemente, levantar mais discussões sobre os avanços no mercado de trabalho fomentando pesquisas, publicações e periódicos na área. Filgueira e Satur (2020) também ressaltam a importância dos pilares da universidade de pesquisa, ensino e extensão para divulgar os cursos de extensão, promover seminários, colóquios e palestras reforçando ao público as áreas de atuação do negociador internacional de mercado e mediador intercultural e garantindo a conexão entre o conhecimento e o desenvolvimento social.

7 PERSPECTIVA DOS RHs E DO MERCADO DE TRABALHO

O amplo campo de atuação do profissional graduado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais atravessa problemas como a falta de reconhecimento da profissão e a invisibilidade perante o Código Brasileiro de Ocupação. Na pesquisa desenvolvida por Filgueira e Satur em 2020, os CBOs comumente vinculados ao profissional de negociação internacional era o código 1417 - Gerente de operações de serviços em instituição de intermediação financeira; o código 3513 - Técnico em administração, especificamente representado na função “técnico em administração de comércio exterior”; e o código 3543 - Analista de comércio exterior. Apesar da tentativa de encontrar uma nomenclatura correta, nenhum dos CBOs listados representam com totalidade as áreas de atuação dos profissionais egressos do curso de línguas estrangeiras aplicadas uma vez que “a área das negociações internacionais é interdisciplinar, complexa e abrangente demais para caber em uma área” (Filgueira e Satur, 2020, p. 67).

Para os autores Satur, Neves e Duarte (2015) a ciência, há algum tempo, tem feito caminhos que entrelaçam diversas áreas de conhecimentos, especialmente em questões de interdisciplinaridade e transdisciplinaridade para otimizar o desenvolvimento de processos e a busca por respostas. Com essa tendência, as profissões estão sendo redimensionadas e/ou unificadas onde, por exemplo, administradores, economistas, contadores deveriam ou poderiam estar unificados como profissionais de negócios. Porém, os profissionais formados em administração, economia e contabilidade tem suas funções primárias alicerçadas em suas graduações que são amplamente conhecidas pela população em geral, já tem seus próprios conselhos regionais e federais e não tem interesse de perder essa autonomia que os separa, embora pudessem ganhar muito se se unissem. Enquanto isso, o profissional formado em LEA-NI enfrenta o problema apresentado por Fraga (2020, p. 36) quando diz “Um profissional LEA não é um tradutor, nem um advogado, nem um administrador... Ele atravessa áreas do conhecimento utilizando as línguas estrangeiras sem, no entanto, ser um especialista.”

Dessa forma, essa pesquisa busca entender se o mercado de trabalho, em especial os profissionais de Recursos Humanos das organizações sediadas na região metropolitana de João Pessoa, conhecem as competências desenvolvidas no curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais ofertado

pela Universidade Federal da Paraíba e como os alunos e egressos desse curso podem agregar às companhias alocando-os em postos de trabalho condizentes com sua formação, já que de acordo com Filgueira e Satur (2020) nenhuma profissão sobrevive se não for demandada pelo mercado, pois elas podem até ter cursos que as formam, mas, se não houver demanda no mercado, todo esse processo perde sentido e se tornarão profissionais desempregados ou realocados em outras atividades que não a da sua formação.

7.1 ENTREVISTA COM A ABRH

No dia 15 de janeiro de 2025, foi realizada uma entrevista com Eliane Cristina Silva de Jesus, vice-presidente da Associação Brasileira de Recursos Humanos na Paraíba (ABRH-PB), disponível na íntegra no Apêndice C, para discutir a visibilidade e a inserção do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) no mercado de trabalho paraibano. Durante o bate-papo, Eliane afirmou que já tinha ouvido falar do Curso, mas sem um conhecimento aprofundado sobre sua estrutura e objetivos.

Após uma contextualização sobre a proposta interdisciplinar que Curso oferece como o fato de combinar áreas como administração, economia, contabilidade, direito e os idiomas inglês, francês e espanhol, ela destacou a diversidade de formações existentes no mercado paraibano e como o estado já conta com um grande número de profissionais qualificados em várias áreas. Então, ao discutirmos sobre a demanda por profissionais multidisciplinares, Eliane abordou a diferença entre generalistas e especialistas. Segundo ela, um profissional com múltiplos conhecimentos pode atuar em diferentes frentes, mas sua eficácia depende do suporte de especialistas. "Se não tiver múltiplos conhecimentos, minha atuação se torna limitada. Mas, ao mesmo tempo, eu não consigo ser específica em cada subsistema e preciso do suporte de especialistas", afirmou. Esse ponto traz uma balança para o problema apresentado por Fraga (2020. p. 36) sobre o fato do profissional LEA não ser especialista em um assunto, mas sim atravessar diversas áreas do conhecimento traçando, assim, uma carreira não convencional.

Já sobre a adaptabilidade ao mercado de trabalho, Eliane ressaltou que a trajetória profissional deve ser coerente e bem estruturada, uma vez que o mercado está se transformando a cada minuto, e novas profissões surgem constantemente. Segundo a vice-presidente da ABRH PB, o profissional precisa construir uma história

que faça sentido e mostre sua capacidade de agregar valor. Ela enfatizou ainda que formações muito desconectadas podem gerar dificuldades na inserção profissional. Quanto às principais soft skills exigidas pelo mercado, Eliane destacou a inteligência emocional como um fator determinante, porque ela influencia diretamente a comunicação, o autoconhecimento e a autogestão, que são essenciais para o foco em resultados.

Por fim, para diminuir a lacuna entre a academia e o mercado de trabalho para promover a absorção dos profissionais, tratar das estratégias de comunicação para divulgar o curso de LEA-NI e posicionar seus alunos no mercado é uma maneira de reduzir essa barreira. Eliane sugeriu o fortalecimento da conexão com instituições como a ABRH e associações de administração, além da parceria com empresas locais que trabalham com compras e vendas internacionais. Ela ressaltou, também, a importância de eventos de negócios para promover essa aproximação e destacou a necessidade de uma apresentação mais clara do curso para os recrutadores, uma vez que ao mencionar Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, muitas pessoas ainda não entendem o que é. Por isso, é fundamental mapear e se conectar com instituições que fazem essa interface entre a academia e o mercado de trabalho.

7.2 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE RECURSOS HUMANOS SOBRE O CURSO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

A pesquisa realizada teve como objetivo entender se os profissionais da área de recrutamento e seleção, que atuam em empresas da região metropolitana de João Pessoa, conhecem o curso de graduação em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI), bem como explorar sua percepção sobre a relevância das competências desenvolvidas no curso para o mercado de trabalho. Dessa forma, obtivemos os seguintes resultados:

7.2.1 Perfil das empresas e dos profissionais pesquisados

Entre os 37 profissionais que responderam o questionário, 59,5% atuam em empresas do setor de serviços, 24,3% na indústria e 16,2% no comércio. Além disso, 43,2% dos respondentes trabalham em empresas de grande porte (mais de 500 funcionários) e 45,9% em empresas de médio porte (100 a 499 funcionários). Já em relação ao mercado de atuação, 16,2% das empresas possuem operação

internacional, enquanto 54,1% atuam no mercado nacional. A pesquisa também investigou se as empresas representadas pelos entrevistados possuem planos de expansão internacional e 54% afirmaram que suas empresas já atuam ou pretendem expandir para o mercado internacional, 29,7% responderam "talvez", enquanto 16,2% declararam que não possuem intenção de expandir.

Figura 1 - Gráfico sobre o interesse das empresas paraibanas em expandir suas atuações para o mercado internacional.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

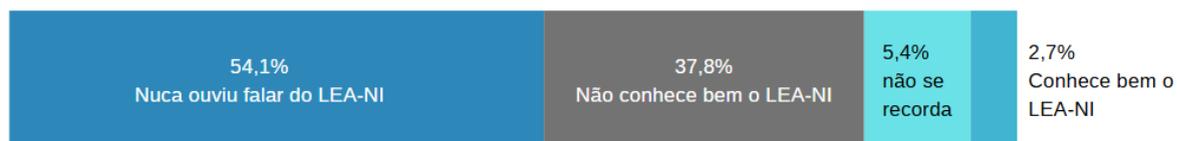
Quando analisado o tempo de experiência dos entrevistados na área de recursos humanos, 37,8% ocupam cargos sêniores tendo mais de 10 anos de experiência, 27% estão em níveis juniores com tempo de experiência entre 2 e 5 anos, e 16,2% entre 5 e 10 anos. Esses dados nos ajudam a entender o tamanho e posição das empresas junto com o tempo de atuação no mercado de trabalho dos recrutadores para, assim, contextualizar a pesquisa e os dados aqui apresentados.

7.2.2 Conhecimento sobre o curso de LEA-NI

Ao iniciar a análise dos questionários, os dados nos revelam que 59,5% dos profissionais de RH ouvidos (praticamente 60%, ou 6 em cada 10, ou quase 2/3) nunca ouviram falar do curso de LEA-NI ou não se recordam, enquanto 37,8% afirmam que já ouviram falar, mas não conhecem profundamente a formação oferecida. Se somados 59,5% e 37,8%, tem-se um percentual 87,3% que não conhecem ou conhecem apenas superficialmente a existência do Curso. Esse

desconhecimento pode estar diretamente relacionado à baixa incidência de egressos e alunos do Curso participando de processos seletivos na região: 83,8% dos entrevistados afirmaram nunca ter entrevistado um candidato formado em LEA-NI, e 86,5% relatam nunca ter contratado um profissional desse Curso.

Figura 2 - Gráfico sobre o nível de conhecimento dos profissionais de RH em relação ao Curso.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Entre os 37 entrevistados, apenas dois afirmaram ter entrevistado candidatos e apenas um declarou ter contratado um egresso. Considerando que o Curso já tem mais de 15 anos de existência na UFPB, tendo concluintes desde 2013 com mais de uma centena de egressos, é um percentual significativo esse desconhecimento. Os motivos da baixa participação dos alunos/egressos nos processos seletivos podem seguir como hipótese o desconhecimento do Curso, já que praticamente 90% dos entrevistados não conhecem a fundo do que se trata essa graduação.

7.2.3 Percepção sobre as possibilidades de atuação dos egressos

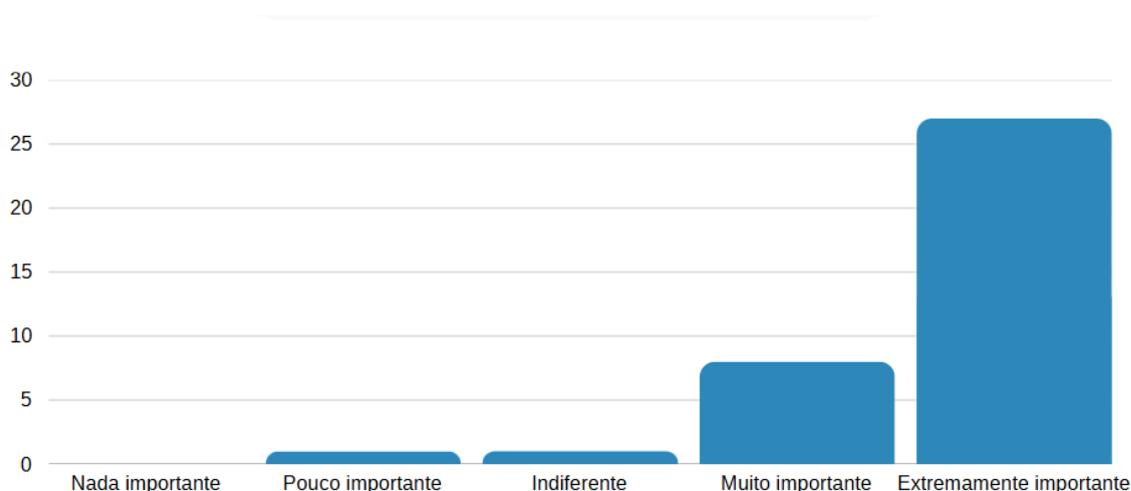
Visto que a maior parte dos entrevistados não conhecem o Curso, pedimos para que de forma empírica os respondentes listassem as áreas onde acreditam que os profissionais formados em LEA-NI podem atuar. Então, dessa forma, os recrutadores mencionaram setores como: compras, atendimento bilíngue, RH, hotelaria, marketing, consulado, licitações, licenciatura, relações públicas, estudo de mercado, comércio exterior, tradução e diplomacia. A maior parte se adequa, mesmo que de maneira sutil, ao que é proposto no plano de desenvolvimento do Curso.

Quando questionados sobre o que imaginam que o curso aborda em sua grade curricular, seis entrevistados responderam que não sabem informar, enquanto os demais mencionaram temas como: política, persuasão, economia, matemática financeira, relações internacionais, técnicas de comunicação, diversidade cultural, mercado, turismo, leis internacionais, linguística e, mais frequentemente, idiomas e negociação.

7.2.4 Importância das competências multilíngues e interculturais

Um dos pontos relevantes da pesquisa foi a percepção sobre a importância do conhecimento de múltiplos idiomas e habilidades interculturais para o mercado de trabalho. 73% dos entrevistados atribuíram nota 5 (extremamente importante) para essas competências, 21,6% atribuíram nota 4 (importante), e apenas 5,4% classificaram como indiferente ou pouco importante.

Figura 3 - Gráfico sobre o nível de importância do profissional plurilingue e multicultural, segundo os respondentes.



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Já o setor mais citado como beneficiado por profissionais com múltiplos conhecimentos foi o marketing, seguido pela área comercial por requererem uma visão ampla do mercado e uma gama de referências para rápidos *insights* de vendas e posicionamento no mercado.

7.2.5 Comentários e *insights* dos participantes

Para finalizar a pesquisa, foi disponibilizado um campo para comentários espontâneos. Alguns entrevistados mencionaram que ouviram falar do Curso ao buscar pós-graduação na UFPB, mas que fora dessa busca ativa e do contexto acadêmico, isso não aconteceria. Outros destacaram o caso da empresa Elizabeth, conhecida na região, que foi adquirida por um grupo americano, aumentando a demanda por profissionais políglotas e multiculturais. Além disso, foi ressaltada a importância de iniciativas como essa pesquisa para aproximar a academia do mercado de trabalho, promovendo maior integração entre formação acadêmica e demanda profissional da região.

8 PROPOSIÇÃO DE AÇÕES PARA A PROMOÇÃO DO CURSO E DA PROFISSÃO DE MEDIADOR INTERCULTURAL OU NEGOCIADOR INTERNACIONAL DE MERCADO FORMADO PELO LEA-NI

A partir dos resultados dessa pesquisa, fica evidente a necessidade de fortalecer a comunicação entre a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), especialmente do Curso LEA-NI, as empresas da região e os profissionais de Recursos Humanos para ampliar o conhecimento sobre o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) e suas aplicações no mercado de trabalho.

Por isso, propõe-se algumas ações para melhorar a visibilidade do Curso e dos egressos do Curso LEA-NI na Paraíba, sendo fundamental o desenvolvimento de projetos de extensão ou pesquisa universitária para o mapeamento de vagas da região compatíveis com o perfil das competências desenvolvidas durante a graduação. Como exemplo de ação nesse sentido essa formanda traz o modelo de ação é a promovida pelo curso de Relações Internacionais da Universidade Estadual de São Paulo (UNESP) do campus de Marília, sob a coordenação da Prof.^a Dr.^a Noemia Ramos Vieira, que iniciou em, 2015, o projeto de pesquisa e extensão chamado “RI Works”, que está disponível nas redes sociais Facebook, Instagram e LinkedIn. Segundo a descrição do programa nas redes sociais, o objetivo principal é ampliar a quantidade de vagas de estágio e emprego em organizações públicas e privadas na região de Marília para os alunos do curso. O grupo também escreve que obteve um aumento qualitativo e quantitativo de empregabilidade profissional dos discentes. Dessa forma, em 2016, conquistando um espaço importante nas empresas da cidade, o grupo começou a integrar o Instituto de Políticas Públicas de Marília (IPPMar) e expandiu a sua atuação unindo o desenvolvimento de pesquisas na área, divulgação de vagas de estágio, concursos e empregos CLTs, além de um intenso contato com empresas, universidades e órgãos públicos da região para viabilizar o projeto. A RI Works conta com presença forte em diversas plataformas digitais divulgando vagas na área de Relações Internacionais em todo o país. Sua

conta no LinkedIn¹ possui 41 mil seguidores; No Facebook², 12 mil; e no Instagram³ são 31,5 mil seguidores.

A partir de projetos como esse, que conectam os alunos e egressos às empresas, que algumas ações podem ser estabelecidas em território paraibano como firmar parcerias estratégicas da coordenação do Curso com empresas de grande e médio porte, promovendo encontros institucionais para apresentar o perfil do egresso e identificar oportunidades de contratação e negociação das vagas ofertadas, levando em conta o horário disponível (se aluno), para que seja compatível com o turno inverso que a grade de aula é oferecida, que ocorrem no período vespertino. Então, para encontrar essas empresas abertas a essas negociações, é preciso uma participação ativa do Curso em feiras de carreiras, eventos da área e fóruns empresariais que permitam o estabelecimento de *networks* na região.

Paralelamente, é essencial uma campanha de comunicação digital para abranger o conhecimento sobre a graduação ao público em geral e sensibilizar recrutadores e empresários sobre a relevância do curso. Em outras palavras, a percepção é que o LEA-NI por inicialmente não ser bem compreendido dentro da própria IES, o esforço foi em fazê-lo ser reconhecido neste ambiente. Na atualidade o Curso já é reconhecido, inclusive tem nota 5 na avaliação dos Cursos do INEP/MEC e já consegue comunicar bem para dentro (para docentes, discentes e demais membros e setores da própria UFPB) e que está faltando comunicar mais e melhor para fora, junto ao mercado profissional. A criação de conteúdos informativos nas redes sociais, artigos institucionais e parcerias com os veículos de comunicação locais podem ser ferramentas eficazes para esclarecer como os profissionais formados no LEA-NI podem atender às demandas do mercado. Além disso, promover rodadas de networking entre alunos, egressos e empresários da região contribuiria para ampliar a percepção sobre a aplicabilidade do curso, assim como o

¹ RI WORKS, Grupo de pesquisa e extensão com foco na atuação profissional da área de Relações Internacionais UNESP Marília. **LinkedIn**, disponível em: <https://www.linkedin.com/company/riworksunesp/>. Acesso em: 21 mar. 2025.

² RI WORKS, Grupo de pesquisa e extensão com foco na atuação profissional da área de Relações Internacionais UNESP Marília. **Facebook**, disponível em: <https://www.facebook.com/riworksunesp/>. Acesso em: 21 mar. 2025.

³ RI WORKS, Grupo de pesquisa e extensão com foco na atuação profissional da área de Relações Internacionais UNESP Marília. **Instagram**, disponível em: <https://www.instagram.com/riworksunesp/>. Acesso em: 21 mar. 2025.

fortalecimento da parceria da universidade com associações como a Conecta RH e a Associação Brasileira de Recursos Humanos da Paraíba (ABRH PB) que podem atuar como pontes para novas oportunidades profissionais. Inclusive essa pesquisa é um esforço para isso em que fomos ouvir quem atua diretamente no recrutamento e seleção de recursos humanos sobre o Curso em si.

Outra vertente da proposta é o de realizar um trabalho interno de engajamento e manutenção da cultura organizacional do Curso. Dessa maneira, é possível estabelecer um canal de comunicação interna, como comunidades do whatsapp, entre o curso e os alunos/egressos possibilitando a divulgação de vagas e oportunidades alinhadas às competências dos alunos, cascadeando a informação entre RH, passando para a coordenação/grupo e, por fim, alunos/egressos/futuros candidatos. Hoje, o curso de LEA-NI da UFPB conta com dois grupos criados de forma experimental. São eles o “Universo LEANI - UFPB”, criado em 15/03/2023, que atualmente no semestre 2024.2 conta com 112 participantes, tem o propósito de fornecer informações de editais da UFPB e promoção de palestras, cursos e eventos que envolvem a área do LEA-NI. O modelo de comunicação é unilateral, ou seja, para evitar ruídos e sobrecarga de informação, apenas os administradores - hoje, os responsáveis pela comunicação do Centro Acadêmico de LEA-NI - tem a permissão de enviar os comunicados. Na descrição desse grupo, o aluno também encontra links no site oficial da UFPB com documentações como o regulamento de estágio, os modelos de relatório e carta de apresentação às empresas. Também há uma lista de cursos gratuitos, online e com certificados para fortalecer os currículos e agregar às horas complementares da universidade. E, por fim, há um link para o grupo de vagas. O “Vagas LEANI” é um grupo aberto, criado em 26/10/2023, para que todos os integrantes - atualmente, 73 membros - possam compartilhar vagas na região de João Pessoa que atendam aos interesses dos alunos/egressos LEA-NI. O funcionamento desse grupo se dá por meio da camaradagem entre os integrantes e tem o propósito de fortalecer o *networking* entre os alunos, mas o ideal seria a formalização dessas ferramentas, principalmente do “Vagas LEANI”, como projeto oficial do Curso para fomentar a movimentação das publicações.

Outro ponto importante quando falamos do fortalecimento da identidade LEA-NI é a valorização dos egressos como embaixadores do Curso. Ex-alunos bem-sucedidos no mercado podem atuar como porta-vozes, compartilhando suas experiências em eventos e materiais promocionais, tornando mais tangível o impacto

positivo da formação. Esses egressos também podem ser um instrumento para oferecerem *workshops* e palestras na Universidade com ampla divulgação e abertura para participação do público em geral. Essa pode ser uma forma eficiente de criar uma conexão com a sociedade, falar sobre temas pertinentes ao Curso e, assim, apresentar suas disciplinas, competências desenvolvidas e as áreas em que os alunos podem atuar.

Ao implementar essas ações, o curso de LEA-NI poderá se tornar mais conhecido e valorizado pelo mercado, criando novas oportunidades para seus alunos e egressos e contribuindo para o desenvolvimento econômico da região ao formar profissionais qualificados e preparados para atuar em um ambiente cada vez mais globalizado. Dessa forma, impactar-se-á positivamente a cadeia de aquisição de mão de obra de João Pessoa.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa indicam um grande desafio e uma oportunidade para a divulgação do curso de LEA-NI no mercado local. Apesar da percepção positiva sobre a importância das habilidades multilíngues e interculturais, o desconhecimento sobre o curso entre os recrutadores é um obstáculo para a inserção dos egressos no mercado da Paraíba. Dessa maneira, estratégias precisam ser estabelecidas como, por exemplo, parcerias entre a universidade e empresas, eventos de networking e maior presença dos alunos e egressos em processos seletivos para, assim, contribuir com o aumento da visibilidade do curso e suas potencialidades.

Além disso, é essencial que a universidade adote iniciativas proativas para aproximar a academia do setor empresarial, promovendo palestras, workshops e ações de extensão que demonstrem na prática as competências desenvolvidas pelos estudantes. A criação de um canal oficial de comunicação entre um projeto de extensão com o foco em divulgação de vagas e alunos/egressos pode facilitar a disseminação de informações sobre as oportunidades e demandas do mercado de trabalho da região.

A baixa contratação de alunos e egressos também sugere a necessidade de ações voltadas à capacitação dos estudantes para os processos seletivos, como mentoria de carreira, workshops de construção de currículo e treinamentos específicos para áreas estratégicas. Além disso, estimular a participação em eventos de empregabilidade e feiras de recrutamento pode ampliar as oportunidades de inserção profissional.

Diante desse cenário, fica evidente que a divulgação mais estruturada do curso e a criação de oportunidades de interação entre alunos, egressos e empregadores são fundamentais para fortalecer a presença do LEA-NI no mercado local. Com ações coordenadas entre a universidade e as empresas, é possível reverter o atual desconhecimento e consolidar o curso como uma formação estratégica para a atuação em um ambiente profissional cada vez mais globalizado.

REFERÊNCIAS

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA – CEFET/RJ. Unidade Sede – Maracanã. **Projeto Pedagógico:** Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais. Rio de Janeiro, 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento, Recrutamento e Seleção de Pessoal: Como Agregar Talentos à Empresa.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

FILGUEIRA, Sarah Priscila; SATUR, Roberto Vilmar. **Profissão de negociador internacional no Brasil: regulamentar ou não regulamentar?** João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais; Livro 07.

FRAGA, Kátia Ferreira. **A criação do bacharelado em línguas estrangeiras aplicadas na UFPB: Passado, Presente e Futuro.** In: SATUR, Roberto Vilmar; RODRIGUES, Cláudia Caminha; CHACON, Alyanne de Freitas (Org.). *Uma década de LEA-NI no ponto extremo das Américas: Interculturalidade.* João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais; Livro 1).

KOTLER, P. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MELO, Amanda Cruz de; ANDRADE, Jailza do Nascimento Tomas. **Recrutamento e seleção: do analógico ao digital.** ID on line - Revista de Psicologia, v. 17, n. 66, p. 126-142, maio 2023.

NOSÉ JÚNIOR, A. **Marketing internacional: uma estratégia empresarial.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SATUR, Roberto Vilmar. A intercultura, a tecnologia e a cultura digital “invadiram” a negociação: haja competência. In: SATUR, Roberto Vilmar. **Negociações e negociadores no mercado internacional: reflexões sobre epistemologia, interculturalidade e cultura digital.** João Pessoa, PB: Editora do CCTA, 2021. (Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais, Livro 11, e-book), Cap. 3.5.

SATUR, Roberto Vilmar. **Profissões e organizações conectadas e profissionais desconectados: quatro novas competências necessárias.** Revista IBICT, 2024. Disponível em: <<https://revista.ibict.br/p2p/article/view/71117>>. Acesso em: 23 set. 2024.

SATUR, Roberto Vilmar e DUARTE, Emeide Nóbrega. **Negociadores Internacionais: atuação profissional com competência.** João Pessoa, PB: Editora do CCTA, 2020. (Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais, Livro 6, e-book).

SIEUTJES, Maria Helena Silva Costa. **Refletindo sobre os três pilares de sustentação das universidades: ensino, pesquisa, extensão.** Rio de Janeiro, n. p., p. 99-111, jun. 1999.

SILVA, Pedro Paulo Nunes da. **Antes da travessia transatlântica:** A criação da formação em Langue Étrangère Appliquée (LEA) na França. In: SATUR, Roberto Vilmar; RODRIGUES, Cláudia Caminha; CHACON, Alyanne de Freitas (Org.). *Uma década de LEA-NI no ponto extremo das Américas: Interculturalidade.* João Pessoa: Editora do CCTA, 2020. (Coleção Mediações Interculturais & Negociações Internacionais; Livro 1).

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. **Das redes sociais à inovação. Ciência da Informação,** v. 34, n. 2, p. 93–104, ago. 2005.

UESC, Universidade Estadual de Santa Cruz, Departamento de Letras e Artes. **Projeto Pedagógico do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.** Ilhéus, 2020.

UFPB, Universidade Federal da Paraíba, Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão. **Projeto Pedagógico do Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.** João Pessoa, 2017.

UnB, Universidade de Brasília, Instituto de Letras. Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução. **Projeto Político-Pedagógico:** Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação LEA-MSI. Brasília, 2010.

APÊNDICES

Apêndice A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Título da Pesquisa: Barreiras à inserção profissional: O (des)conhecimento dos RHs sobre o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais na Paraíba.

Nome do Pesquisador e orientador: Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur

Nome do membro da equipe de pesquisa: Melissa Santos Gameleira

Nome do(a) participante da pesquisa: _____

1. Natureza da pesquisa: Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa que busca compreender como o desconhecimento dos profissionais de Recursos Humanos sobre o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) impacta a inserção dos egressos no mercado de trabalho da região metropolitana de João Pessoa. A pesquisa, de caráter bibliográfico, descritivo e exploratório, analisa se os profissionais de recrutamento e seleção conhecem o curso e como isso interfere na contratação.

2. Participantes da pesquisa: Os participantes da presente pesquisa são profissionais que atuam na área de Recursos Humanos em empresas localizadas na região metropolitana de João Pessoa.

3. Envolvimento na pesquisa: ao participar deste estudo o(a) sr.(a) permitirá que os pesquisadores possam obter os dados necessários para realização da pesquisa de conclusão de curso, desenvolvido no curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, UFPB, em 2025. O(a) sr.(a) tem liberdade para se recusar a participar ou a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para o(a) sr.(a). Sempre que julgar necessário, poderá pedir maiores esclarecimentos sobre a pesquisa através do telefone da Pesquisadora do projeto, bem como através do telefone do Orientador.

4. Sobre os dados coletados: os dados da pesquisa que serão coletados por meio de questionário semiestruturado, com questões fechadas em sua maioria e analisados posteriormente, por meio da metodologia mista.

5. Riscos e desconforto: a participação nesta pesquisa não traz complicações legais. No entanto, podemos classificar como riscos e desconfortos, algum tipo de constrangimento ideológico proveniente relacionado a não conseguir responder uma

pergunta, por achar que ainda não tem experiência ou conhecimento suficiente. Para minimizar esses riscos, os pesquisadores irão selecionar as respostas que forem interessantes para análise e, principalmente, que não causem constrangimentos.

6. Confidencialidade: todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente as pesquisadoras terão livre acesso aos dados que serão profissionalmente analisados de acordo com as categorias de análise da pesquisa e serão utilizados pseudônimos para se referir aos participantes, caso seja necessário especificar alguma resposta.

7. Benefícios: Ao participar desta pesquisa, espera-se que os profissionais de Recursos Humanos, principalmente da área de Recrutamento e Seleção, que desconhecem o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) sejam apresentados a uma nova fonte para a captura de talentos multiculturais e plurilingues. Isso pode facilitar o processo de seleção, reduzindo o tempo necessário para preencher vagas com perfis compatíveis com as habilidades desenvolvidas durante a graduação. Acreditamos que o conhecimento gerado por esta pesquisa trará benefícios claros, ao destacar a importância de uma formação interdisciplinar que integra competências linguísticas e culturais, otimizando as práticas de recrutamento.

8. Pagamento: O sr.(a) não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada será pago por sua participação.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto, preencha, por favor, os itens que se seguem:

Confiro que recebi uma via deste termo de consentimento e autorizo a execução do trabalho de pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo.

Obs: Não assine esse termo se ainda tiver dúvida a respeito.

Consentimento Livre e Esclarecido

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa: Barreiras à inserção profissional: O (des)conhecimento dos RHs sobre o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais na Paraíba.

“Assino o presente documento em duas vias de igual teor e forma, ficando uma em minha posse.”

Roberto Vilmar Satur

João Pessoa, 06 de fevereiro de 2025

Nome e assinatura do Pesquisador e orientador responsável

Melissa Santos Gameleira

Nova Iguaçu, 06 de fevereiro de 2024

Nome e assinatura do membro da equipe de pesquisa

João Pessoa, ____/____/____

Nome e assinatura do Participante da Pesquisa

NOME E O TELEFONE PARA CONTATO

Orientador: Roberto Vilmar Satur

E-mail: roberto.satur@academico.ufpb.br

Pesquisadora: Melissa Santos Gameleira

E-mail: Melissagameleira@hotmail.com

COMITÊ DE ÉTICA CCSA – UFPB

Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1o Andar

Bairro: Cidade Universitária

CEP: 58.051-900

Telefone: (83)3216-7791

UF: PB Município: JOÃO PESSOA

Fax: (83)3216-779

E-mail: comitedeetica@ccs.ufpb.br

Apêndice B: ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA O QUESTIONÁRIO A SER APLICADO

Parte 01: Perfil da Empresa e do Profissional de RH

1. Qual o ramo de atuação da sua empresa atual?

- Indústria
- Comércio
- Serviços
- Tecnologia
- Não estou vinculado a nenhuma empresa no momento.
- Outro: _____

2. Qual o porte da sua empresa atual?

- Microempresa (até 19 funcionários)
- Pequena empresa (20 a 99 funcionários)
- Média empresa (100 a 499 funcionários)
- Grande empresa (500 ou mais funcionários)
- Não estou vinculado a nenhuma empresa no momento.

3. Sua empresa atual possui operações em quais mercados? (Marque uma ou mais opções)

- Mercado local (João pessoa)
- Mercado regional (Nordeste)
- Mercado nacional (Brasil)
- Mercado internacional
- Não estou vinculado a nenhuma empresa no momento.

4. Quanto tempo de experiência você possui na área de Recrutamento e Seleção?

- Menos de 2 anos
- 2 a 5 anos
- 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos
- Trabalho no RH, mas não lido com Recrutamento e seleção

Parte 2: Conhecimento sobre o Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI)

5. Você já ouviu falar sobre o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI)?

- Sim e conheço muito bem
- Sim, mas não conheço bem
- Não, nunca ouvi falar
- Não me recordo

6. Já entrevistou algum candidato que fosse aluno ou egresso do curso de LEA-NI?

- Sim
- Não
- Não sei dizer

7. Já contratou algum profissional formado no curso de LEA-NI?

- Sim
- Não
- Não sei dizer

Parte 3: Percepções sobre o Curso e os Egressos

8. Na sua opinião, quais são as áreas de atuação em que os egressos do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais podem trabalhar?

Mesmo que você não tenha conhecimento sobre o curso, a partir do nome da graduação, diga quais áreas de atuação você diria que os alunos/egressos podem atuar.

9. O que você imagina que o curso de LEA-NI aborda em sua grade curricular?

Mesmo que você não tenha conhecimento sobre o curso, a partir do nome da graduação, diga quais áreas de estudo você acredita que está presente na grade curricular.

10. De 0 a 5, o quanto você acredita que o conhecimento em múltiplas línguas e habilidades interculturais é importante para a atuação no mercado de trabalho atual?

0 1 2 3 4 5

11. Qual setor de uma empresa você acredita que mais se beneficiaria de profissionais com conhecimentos em diversas áreas, como contabilidade, marketing, estudos de mercado, direito além de ter habilidades sociais de mediação?

Parte 4: Considerações Finais

12. Você vê a possibilidade da sua empresa atual criar ou expandir uma área voltada para área internacional no futuro?

Sim

Não

Talvez

A empresa já possui áreas que atuam internacionalmente.

Não estou vinculado a nenhuma empresa no momento.

15. Gostaria de deixar algum comentário ou sugestão sobre o tema abordado?

Apêndice C: ENTREVISTA NA ÍNTEGRA - ELIANE CRISTINA SILVA DE JESUS - VICE PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECURSOS HUMANOS NA PARAÍBA - 15/01/2025

Melissa: Oi, Eliane! Vamos começar nosso bate-papo? Me diz uma coisa: **Você já tinha ouvido falar do curso de línguas estrangeiras aplicadas às negociações internacionais?**

Eliane: Eu acho que eu já tinha ouvido falar, tá, mas também nada que fosse assim, nossa, é uma coisa bem viva e que a gente tem tamanho conhecimento sobre.

Melissa: Então eu vou te contextualizar pra poder avançar aqui nas perguntas e respostas, OK? O curso veio lá da França, ele é recente e chegou no Brasil no início dos anos 2000. E aí na UFPB ele está desde 2010. Então, é um curso que, embora tenha esse nome muito grande, ele não é nem letras, porque ele não forma para ser um professor. E ele também não é relações internacionais, porque relações internacionais está voltado para estudar conflitos de guerra, acordo entre países... Esse curso está voltado a estudar as áreas de administração, economia, contabilidade, direito e 3 idiomas básicos. São o inglês, o francês, o espanhol. Então a gente tem esse profissional que é multi capacitado que você pode colocar ele para atuar tanto na área do marketing, quanto na área da contabilidade, quanto em vendas e colocar ele para atuar no âmbito nacional ou Internacional. **Quando a gente fala em um profissional com formação superior, na Paraíba, teria alguma área de destaque do mercado paraibano?**

Eliane: A gente hoje é muito bem servido, justamente por conta dessa visão que você traz de diversidade. Então, hoje, a gente tem uma diversidade de cursos, certo? De nível superior. E as coisas hoje são muito acessíveis, tanto de nível superior em termos de graduação, quanto tecnólogos. Então, hoje, os tecnólogos, eles já são muito bem aceitos dentro do mercado de trabalho. Então hoje a gente tem uma vastidão de formações. Quando a gente pega um currículo, se você colocasse inclusive um filtro de nível superior, se eu só colocar esse esse filtro, então hoje eu tenho uma diversidade numa gama de currículos que eu já consigo trazer quando eu penso nas áreas específicas também. Hoje eu penso que também o nosso mercado de trabalho, aqui na Paraíba, já é muito bem servido em termos de

formação, em termos de informação, diploma, estou falando da competência técnica, certo?

Melissa: Na sua opinião, você acha que o mercado de trabalho está voltado para essa questão de um profissional múltiplo? De várias formações, várias áreas de conhecimento... E quais os principais benefícios você acha que isso pode agregar para a empresa?

Eliane: Vamos lá, é, dias atrás, eu tive uma conversa, não lembro nem com quem, justamente sobre isso, né? E hoje, é o que a gente vai chamar de um profissional generalista, né? O especialista e o generalista. E as vantagens desvantagens? Cada um deles tem. Porquê? Porque quando a gente fala sobre a questão do profissional generalista a gente está falando de um profissional que ele tem múltiplos conhecimentos, mas se eu não tiver um suporte de um especialista, a atuação, ela se torna mais limitada. Por quê? Aí inclusive trago meu próprio exemplo, por exemplo, quando a gente fala dentro da área de gente e gestão, então dentro da área de gestão para a minha área de gestão, ela é composta de 4, no mínimo de 4 áreas, tá? É a área de administração de pessoal, a área de desenvolvimento humano, a área de comunicação interna e a área de medicina e segurança do trabalho. Se não tiver múltiplos conhecimentos, a minha atuação se torna limitada, certo? E é muito importante para mim ter esses múltiplos conhecimentos. Mas, no entanto, eu não consigo ser específica em cada um desses subsistemas. Eu vou precisar de um suporte dos especialistas e vice e versa.

Melissa: Estamos em uma era tecnológica com carreiras mais dinâmicas e diferenciadas no mercado de trabalho. Como você enxerga a aderência a essas experiências multidisciplinares no mercado de trabalho local?

O desenho da carreira é determinado pelo profissional. Às vezes a gente pode ter uma questão aqui que é assim, afinal de contas, não é o que esse profissional pretende para a sua carreira e o que de fato ele entende que ele pode agregar ao mercado e para ele mesmo, né? Porque assim, o que todas essas construções podem trazer para ele, né? Como um direcionamento sólido para ele, para sua carreira. E aí pode ser que isso realmente não seja visto. Claro que a gente hoje a gente, né, trabalhando tudo isso, te conhecer para entender por que que você construiu, né, a sua carreira dessa forma, né? Ou por que você vem construindo a

sua capacitação técnica dessa forma, né? Então, assim, vai ter um motivo, é óbvio. Até porque o mercado está se transformando a cada minuto, a cada minuto estão surgindo profissões novas, a cada minuto está surgindo. É diversas atuações diferenciadas dentro do mercado. Então eu preciso compreender o que que você está vendo dentro do mercado que te fez buscar essas coisas, né? E aí, obviamente, isso não é uma Barreira para não conversar com esse profissional que possui uma formação não tradicional. Mas, de fato, esse profissional precisa tecer uma história que realmente seja coerente para essa construção. Porque se não as vezes quando ele amplia demais também esse esse leque de conhecimento, muitas vezes o profissional se perde dentro desse próprio leque. E aí, quando você vai colocar esse profissional em ação? Muitas vezes ele acaba não tendo conhecimento e habilidade necessária para ter uma boa desenvoltura dentro do mercado de trabalho. Ele é formado em engenharia e nutrição, ao mesmo tempo, entende, né? As formações precisam ter uma conexão.

Melissa: Então, já seguindo nesse caminho, eu queria saber o seguinte, hoje, na sua visão, quais são as principais soft skills para o mercado de trabalho?

Eliane: Hoje a gente foca, né, demais, na inteligência emocional. Então, a inteligência emocional, ela é uma das das questões mais importantes, né, do que a gente tem hoje dentro do mercado, porque só dela, né? Deriva, daí, diversas outras sub competências, vamos dizer assim. Porque o relacionar-se hoje, dentro do mercado, traz a questão da atuação na comunicação, inclusive, né, porque isso te faz comunicar. E aí isso pode ser com superiores e pares. A questão da comunicação é realmente uma habilidade. Hoje ela é de extrema importância. Dentro da questão, temos o trabalhar do auto conhecimento. Quando o profissional trabalha o autoconhecimento, ele tem autogestão que é bastante importante. Essas 3, elas dão todo um direcionamento, inclusive para que você possa ter realmente esse foco no resultado.

Melissa: A pergunta agora é a seguinte: Você acha que tem alguma estratégia de comunicação para que a gente possa divulgar esse curso e posicionar esses alunos como uma solução para o mercado de trabalho?

Eliane: Há também a questão do outro lado da atração de talentos. Não é o lado do recrutamento e seleção. Ele também sofre para poder encontrar alguém que dê

match com a vaga. Inclusive essa relação é importante para que a gente também realmente se conheça mais, porque assim, é quando você começou a falar, foi interessante, né? Foi falando sobre o curso e eu automaticamente fui buscando aqui os conceitos. Eu só imaginei assim: já entendi o que é e quando você começou a falar a minha cabeça ficou confusa. Eu e então eu entendi o que que é, o que eu já sei de negociações, porque ultimamente, inclusive na empresa eu trabalho existe,, uma pessoa que trabalha com essa questão de negociações de compra e venda e para o mercado hoje em dia a habilidade importa muito, né? Tem muita coisa nesse sentido pra você. Essa pessoa é formada justamente para trabalhar com isso. Então assim, aí quando você começou falando - o profissional de LEA faz isso... - pensei: então espera aí! Então zera o valor. Traz tudinho de volta. Porque na verdade, realmente eu não tô sabendo nada do que é isso que ela está falando, né? Então, assim, eu acho o meio mais prático, porque assim, acho que não é só uma questão de divulgação. Vamos estampar isso em algum lugar, porque, se não, você vai mencionar o LEA e a gente vai continuar sem entender. Então precisa realmente ter esses meios de aproximação com instituições como a nossa, né, como ABRH, como outras instituições especificamente quando você está estudando o nosso mercado. Então, existem esses eventos de negócios que são importantes para nós. E aí já até trago isso realmente como uma oportunidade. Se você fala de uma, de uma associação, como é a nossa? Que também tem como objetivo realmente trabalhar essa questão de fazer essa aproximação do mercado com academia, porque são os profissionais do futuro, né? Então, assim, é buscar realmente essas parcerias para esses alinhamentos. Não só com ABRH, por exemplo, como as associações de administração. Da mesma forma que você conseguiu elencar pra mim: Oh, isso aqui faz vínculo com isso, isso e com isso. Então assim, vocês tem clareza do que faz vínculo. Então quem são as instituições que estão fazendo uma interface entre que podem fazer? A interface entre academia e o mercado de trabalho estão vinculadas ao mercado de trabalho. Das coisas a gente consegue se aproximar e potencializar isso para que a gente consiga essa visibilidade dentro da entrada de trabalho. Então, estar conectados a essas, a essas instituições ou associações, ou seja o que for, fazer esse mapeamento, entender quem é esse pessoal e buscar essa aproximação é um ponto bastante importante, tá? Eu acho que só isso já dá. Por quê? Porque daí a gente vai conectar pra saber esse espaço de fato onde faz essa apresentação, porque eu acho que falta. Sabe quando você apontou os detalhes do

curso, falei, OPA, na verdade está faltando essa apresentação. Quem são vocês, né? Eu não, não, sabia quem eram vocês e que tipo de trabalho vocês estão aptos para desenvolver dentro do mercado de trabalho. Aqui é um pouco do que você falou. Se eu pegasse um currículo, eu não ia pensar em algumas vagas para encaixar. Me lembrei, sabe de que também agora? Da primeira vez que eu vi um currículo de ciências atuariais. Até hoje eu não sei o que esse pessoal faz, entendeu? Primeira vez que eu peguei esse currículo, na verdade era pra uma vaga de aprendiz, pensei que como era para aprendiz, o currículo passa, né? Eu passo aí quando ele chegou no trabalho perguntei o que é que é atuarial? - Eu trabalhava na Unimed na época - E ele me explicou que quase todas as empresas de seguros contratam e explicou o que era. Falei: caramba, vocês fazem tudo isso? A gente começou dizendo que assim como o mercado está se transformando, as ações também estão se transformando. Então estão surgindo informações novas, que são muitas vezes específicas para uma determinada área. A gente até conhece a área, mas assim, a gente não está acompanhando hoje o que é que a academia está fazendo, talvez para atender algum ponto que muitas vezes também é importante no mercado de trabalho, que inclusive o próprio pessoal de atuarial sofre também. Para esse ingresso no mercado de trabalho também não era tão simples para eles. Por conta desse gap aí que você está identificando agora e está estudando, eu acho que assim é uma enorme contribuição que você realmente está fazendo para sua área, porque se preocupar, sim, beleza, a gente está formado, mas e aí, como faz a conexão, né? Cadê a galera agora? É um negócio tão legal aqui, bacana, mas como faz a conexão? Se fosse para qualquer outra coisa atuarial, a minha cabeça é pensar, pera aí, deve ser aquele pessoal muito teórico que faz não sei o quê... Não fica aqui, porque esse currículo não vou levar à frente. E aí, na hora que a pessoa começou a falar, OPA, talvez eu até nem tenha tanto espaço para o atuarial dentro da própria área atuarial, mas eu tenho as áreas de aproximação e aí você consegue também entender aonde. Aquele conhecimento pode ser valioso. Então, buscar essas instituições, fazer isso e tentar mostrar mais em frente ao mercado de trabalho, eu acho que é um caminho.

Melissa: Eu queria saber o seguinte: na sua visão entre as empresas paraibanas, o mercado de trabalho paraibano, está apto para abraçar uma vertente para o mercado Internacional? Só para contextualizar: a gente tem como principal

importadora da Paraíba a Havaianas, uma grande potência em Santa Rita, que tem unidades em vários lugares do mundo. E aí eu questionei como é que funciona essa conexão com as outras unidades. Então, me responderam que aqui (na Paraíba) não tem uma ligação direta, a gente aqui (na Paraíba) só produz, empacota e exporta. Toda a operação de importação, negociação e marketing fica em São Paulo. Então, quando a gente olha para esse cenário, a gente tem profissionais aptos a trabalharem com marketing Internacional, exportação, comércio exterior, mas que não tem mercado numa grande empresa, numa grande potência como a Alpargatas. **Então, na sua visão, pelo conhecimento das empresas que circunda João Pessoa, existiria uma possibilidade futura dessas empresas identificarem que existem profissionais aptos e trazerem as operações para reduzir possíveis custos de aluguéis em grandes cidades como São Paulo, por exemplo?**

Eliane: A gente tem várias outras empresas de grande porte aqui também. Mas se você pensar numa empresa como Alpargatas ou como essas outras, normalmente elas vão ter de fato esses escritórios corporativos e a parte corporativa raramente vai ficar aqui. São poucas as que tem aqui. E aí obviamente por centralização e que isso para eles acaba sendo mais econômico. Até eles vão se centralizar em outros lugares, mas o que eu trago de visão pra você é: nós temos hoje várias empresas trabalhando com importação aqui dentro. Por isso que eu digo que essa aproximação ela é muito importante e é inclusive, talvez eu nem tenha uma visão da magnitude realmente que a gente tem. Por quê? Porque hoje aqui, a minha empresa importa. Tem outra empresa que eu prestei consultoria que trabalha com a distribuição de equipamentos eletrônicos e ela importa. Eu conheço uma outra distribuidora de pneus que importa. Então você entende que hoje essa questão do mercado traz aproximação das Fronteiras, né? Então assim, tem muito mais gente aqui fazendo esse tipo de negócio do que sonha nossa vã filosofia. Compreender também esse mercado, entender quem são esses importadores e quem são essas empresas que assim que você vê, você fala assim “qual é o nome dessa empresa?”. Se eu falar o nome, não é um nome tão conhecido, mas elas estão fazendo esses negócios. Então, hoje esse é nosso mercado, e aí te falo também porque foi uma visão quando eu saí da Unimed e uma das coisas que eu fiz, e eu busquei entender como é que está o mercado melhor hoje. E o que eu pude perceber é que o mercado deu um grande boom. Então surgiram diversas outras empresas com tantas possibilidades de negócio... Que assim, não tem um nome representativo

como Alpargatas, mas estão fazendo muito negócio, estão movimentando muito dinheiro aqui dentro. Há espaço sim a ser ocupado, tá? Porque de toda forma é um pouco do problema é a visibilidade desse profissional de LEA hoje. Porque, como você falou: quando você pensa em relações internacionais, você vai pensar em outra coisa, aquela coisa mais diplomática, né? Então assim, OPA, o LEA é uma outra vertente, então. Eu estou formando profissionais para estar dentro do mundo corporativo e para trabalhar justamente dentro dessas relações, né? É internacional, mas focada dentro do mercado. Se você me perguntar, o mundo do negócio sabe disso? Então é criar, fazer esse mapeamento de empresas hoje que estão aqui dentro e em que elas trabalham, né? Isso volta, inclusive ainda pra outra pergunta que você tinha feito, é assim, agora você trouxe para essa? Então assim, só agora? Eu pensei rapidamente em 3 empresas que eu sei que com certeza estão fazendo negócios, estão comprando daqui, estão negociando, eles hoje tem muito mais gente que estão trabalhando com essa questão da importação e fazendo esse tipo de negociação além do que os olhos estão enxergando.

Melissa: Perfeito, Eliane! Aí a gente chega nessa conclusão que realmente tem muito caminho a traçar e eu espero muito que essa pesquisa ela não se finde. Então a gente tem essa formação também em Brasília, Ilhéus e aqui no Rio. E o ideal seria a proposta de expandir essa pesquisa para essas outras universidades também, porque, querendo ou não, é uma dor que vai caminhar por todas essas formações também. E quem sabe dar as mãos pra galera de ciência atuariais? Pois eles sofrem iguais. (risos). **Eu queria perguntar se tem mais alguma coisa para acrescentar, perguntar...**

Eliane: Não acho que assim ficou claro. Tem tudo que você traz, você falou como eles podem atuar... Eu não sei exatamente como é a formação de vocês, mas só o fato de você dizer as áreas que vocês podem trabalhar já ajuda, né? Nessa parte toda de negociações e vinculado realmente ao internacional tem tantas outras possibilidades de trabalho dentro da organização... Quando você fala sobre isso, eu fico imaginando que você conhece já um corporativo e enxerga essa possibilidade de aplicação.

Melissa: Eliane, muito obrigada por sua participação. Essa entrevista será fundamental para entender como as organizações enxergam a “utilidade” do aluno de LEA.