



JOURNAL OF  
GLOBAL STUDIES

ISSN 1518-1219

<http://www.meridiano47.info>

**Fernanda Cristina Nanci  
Izidro Gonçalves**

Instituto de Ciências Sociais e Políticos,  
Programa de Pós-Graduação em Ciência  
Política, Rio de Janeiro – RJ, Brazil  
(fnanci@gmail.com).

**Patrícia Nasser de Carvalho**

Universidade Federal de Minas Gerais,  
Faculdade de Ciências Econômicas,  
Belo Horizonte – MG, Brazil (patricia.  
nasser.carvalho@gmail.com).

**Rafael Pinheiro de Araújo**

Centro Universitário La Salle,  
Departamento de Relações Internacionais,  
Niterói – RJ, Brazil (rafa.ara@gmail.com).

**Copyright:**

- This is an open-access article distributed under the terms of a Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided that the original author and source are credited.
- Este é um artigo publicado em acesso aberto e distribuído sob os termos da Licença de Atribuição Creative Commons, que permite uso irrestrito, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que o autor e a fonte originais sejam creditados.



## Desafios e oportunidades no ensino-aprendizagem das Relações Internacionais: uma experiência prática em Comércio Internacional

### Challenges and opportunities in International Relations teaching-learning: a practical experience in International Trade

DOI: <http://dx.doi.org/10.20889/M47e18021>

Meridiano 47, 18: e18021, 2017

#### Resumo

Este artigo discute como associar o ensino do Comércio Internacional à preparação dos estudantes para o mercado de trabalho por meio de atividades em inteligência comercial. Assim, apresenta-se uma experiência bem-sucedida em nível de graduação que congrega o ensino de Comércio Internacional ao desenvolvimento de um projeto de pesquisa, cujo objetivo é apoiar a formulação de políticas públicas voltadas para a promoção do comércio do Estado do Rio de Janeiro.

#### Abstract

This article discusses how to associate the teaching of the International Trade as a subject with the preparation of students for the labor market through activities of commercial intelligence. For this purpose, it presents a successful experience at undergraduate level that brings the teaching of International Trade to the development of a research project that supports the formulation of public policies focused on the promotion of trade of the State of Rio de Janeiro.

**Palavras Chaves:** Comércio Internacional; Ensino-Aprendizagem; Projeto de Pesquisa; Relações Internacionais.

**Keywords:** International Trade; Teaching-Learning; Research Project; International Relations.

Recebido em 03 de Março de 2017

Aprovado em 04 de Abril de 2017

#### Introdução

**N**os últimos anos, estudos sobre o Ensino e a Pesquisa em Relações Internacionais no Brasil vêm destacando o desenvolvimento e a institucionalização da área acadêmica, a criação e a expansão de inúmeros cursos de graduação, pós-graduação

e extensão, o histórico da produção científica e do debate intelectual, além dos desafios e perspectivas existentes no ensino e na inserção dos estudantes no mercado de trabalho (Herz, 2002; Miyamoto, 2003; Lessa, 2005; Ribeiro, Kato & Rainer, 2013; Vigevani, Thomáz & Leite, 2014). A criação de um subcampo temático sobre Ensino e Pesquisa na Associação Brasileira de Relações Internacionais (ABRI), que congrega acadêmicos e pesquisadores em prol do estímulo à produção científica no Brasil na área de Relações Internacionais, é um sinal do esforço que vem sendo feito no país para estimular discussões e trocas de experiências, permitindo que o ensino seja aperfeiçoado.

No entanto, comparativamente a temáticas mais sedimentadas, como Segurança Internacional, Análise de Política Externa, História das Relações Internacionais, Economia Política Internacional, entre outras, os estudos investigativos sobre métodos de ensino em Relações Internacionais ainda são poucos.

Compreendendo a relevância de ampliar as discussões acerca dos desafios e caminhos do Ensino e da Pesquisa em Relações Internacionais no Brasil, este artigo busca contribuir para a disseminação de práticas positivas de ensino-aprendizagem. O objetivo deste trabalho é apresentar um estudo de caso de uma experiência em nível de graduação que congrega atividades relacionadas ao conteúdo acadêmico da disciplina Comércio Internacional com o desenvolvimento de uma pesquisa de caráter técnico, cujo fim é apoiar a formulação de políticas públicas. Assim, pretende-se discutir como é possível associar o ensino de Comércio Internacional à preparação dos estudantes para o mercado de trabalho por meio de atividades práticas na área de inteligência comercial.

O estudo de caso apresentado é desenvolvido em uma instituição de ensino privada no Estado do Rio de Janeiro, onde o curso de Relações Internacionais existe há 13 anos. Neste centro de ensino é desenvolvido, desde 2015, um projeto de pesquisa fruto de uma parceria com a Subsecretaria de Relações Internacionais do Estado do Rio de Janeiro (SSRI), financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ). O projeto originou a Unidade de Inteligência Comercial na instituição, formada por alunos do curso de Relações Internacionais que integram uma equipe de pesquisadores orientada por docentes. O trabalho deste grupo abarca a elaboração de estudos técnicos, como análises do desempenho comercial de bens e de setores-chave da economia do Estado do Rio de Janeiro ao longo dos anos, a fim de apoiar o planejamento e a execução de política comercial e industrial em nível subnacional, além da prospecção de novos mercados, de modo a alavancar as exportações fluminenses. Desse modo, os produtos da pesquisa têm o objetivo de identificar as condições para que o Estado do Rio de Janeiro continue a aprofundar as suas relações com parceiros comerciais, elemento fundamental para o seu crescimento econômico e a sua positiva reinserção internacional.

Diante da excelente oportunidade de unir o ensino teórico de sala de aula às atividades práticas em um modelo mais dinâmico de ensino, no qual os alunos desenvolveriam pesquisas e elaborariam estudos para auxiliar a tomada de decisão dos gestores públicos do Estado do Rio de Janeiro, os professores da instituição apostaram no projeto, lançado no final de 2014 pela SSRI. De imediato, entenderam que a pesquisa técnica complementar a formação acadêmica do alunado, auxiliando a preparação dos estudantes para o mercado de trabalho, a partir do treinamento de análise e da

elaboração de pesquisas em inteligência comercial, área em expansão e com inúmeras oportunidades nos setores público e privado.

Se na visão dos professores, a pesquisa foi e está sendo positiva para a transmissão de conhecimento teórico e conceitual em Comércio Internacional, uma vez que aproxima a teoria da realidade, a análise apresentada ao final deste trabalho, acerca da percepção dos estudantes que participam ou já participaram do projeto, permite avaliar o quanto a investigação foi ou está sendo proveitosa em termos de aprendizado, formação e preparação para as exigências acadêmicas e do mercado de trabalho. Assim, acredita-se que a experiência descrita neste trabalho poderá ser emulada e aperfeiçoada por outras instituições, tanto para o aprimoramento do ensino-aprendizagem em Comércio Internacional, contribuindo para a maior interação academia-mercado de trabalho, quanto para oferecer aos alunos atividades práticas que somente em sala de aula não teriam.

Na primeira seção deste artigo, discute-se os desafios e as oportunidades no Ensino das Relações Internacionais no Brasil no bojo das transformações que marcaram as relações internacionais no pós-Guerra Fria e da crescente internacionalização da economia brasileira a partir dos anos 1990. Na segunda seção são debatidos os principais desafios do ensino-aprendizagem, especificamente na disciplina de Comércio Internacional no curso de Relações Internacionais. Na terceira seção são apresentadas as diretrizes do Projeto de Cooperação em Pesquisa sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro da SSRI com a referida instituição de ensino superior e os seus resultados nos dois primeiros anos do projeto (ainda em curso). Na quinta seção, debatem-se as percepções dos estudantes-pesquisadores no que se refere à importância da pesquisa para o aprendizado em Comércio Internacional, formação e preparação para vida profissional.

## Desafios e oportunidades no ensino das Relações Internacionais

A área de Relações Internacionais é relativamente nova no Brasil. O primeiro curso de graduação surgiu em 1974 na Universidade de Brasília (UNB) e até então, os estudos da área estavam associados a outros correlatos no campo das Ciências Sociais, como História, Economia, Ciência Política (Vigevani, Thomáz & Leite, 2014). Com efeito, a proliferação dos cursos de graduação na área se deu durante os anos 1990 e 2000 no bojo das transformações que marcaram as relações internacionais no pós-Guerra Fria e da crescente internacionalização da economia brasileira (Miyamoto, 2003; Lessa, 2005).

Nesse contexto, o interesse por compreender a inserção internacional do Brasil e preparar massa crítica para as oportunidades criadas em organizações internacionais e não-governamentais, na carreira diplomática, em assessorias internacionais do setor público e privado, em comércio exterior e negócios internacionais, na academia e em setores que fazem análises de riscos e de investimentos para empresas estimularam a criação de diversos cursos de graduação em Relações Internacionais em todo o território nacional. Esses cursos, que possuem bases multidisciplinares e ênfases diversas (como comércio exterior ou estudos diplomáticos, por exemplo), buscavam – e buscam – preparar profissionais com formação competitiva no mercado de trabalho, de forma que pudessem atuar

em múltiplas frentes. Na esteira da expansão da graduação e aproveitando a maior visibilidade da política externa brasileira e o crescente interesse internacional sobre a emergência do Brasil como potência econômica e política, além da atração de investimentos estrangeiros, diversos cursos de pós-graduação em Relações Internacionais, apoiados pelas agências federais e estaduais de fomento ao ensino e à pesquisa, também se proliferaram no país a partir dos anos 2000. Desse modo, o campo das Relações Internacionais começou a se estruturar e a se expandir no Brasil.

Todavia, como aponta Miyamoto (2003), a multidisciplinaridade dos cursos de Relações Internacionais gerou questionamentos sobre a inserção do profissional formado na área no mercado de trabalho, visto que não existia uma profissão específica para o chamado “internacionalista”, mas um leque de opções na área (Almeida, 2006). O profissional com formação plural de um curso acadêmico relativamente recente, como é o caso do bacharel em Relações Internacionais, teve e ainda tem de competir com os formados em cursos de graduação mais tradicionais às vistas dos empregadores do mercado de trabalho, como Administração de Empresas e Direito. Além disso, constantemente ele foi, e ainda é cobrado, para mostrar suas competências e diferenciais nos recrutamentos e seleções. Aos poucos, o profissional formado em Relações Internacionais marca seu espaço no rol das carreiras da área de Ciências Sociais Aplicadas.

Se os estudantes enfrentam esses desafios, os professores precisam estar preparados para orientar alunos capazes de se integrar de forma competitiva no mercado de trabalho, tarefa que envolve diversas questões de natureza institucional e acadêmica. No âmbito institucional, nem todos os centros de ensino possuem estrutura adequada (como bibliotecas atualizadas, laboratórios equipados) e corpo docente especializado e com experiência profissional na área (Miyamoto, 2003). Na seara acadêmica, o modelo de ensino-aprendizagem, ainda muito atrelado ao padrão de ensino adotado no Ensino Fundamental e Médio, com alunos pouco participativos e padrões de avaliação engessadores da capacidade criativa e crítica dos discentes, como provas e trabalhos acadêmicos, constitui um verdadeiro desafio à formação adequada de quadros que participarão de empresas e instituições que têm que lidar de forma analítica e ágil às mudanças que ocorrem nas relações internacionais e nos negócios internacionais. Desse modo, instigar o senso crítico, a capacidade analítica e propositiva dos discentes, a criatividade e o trabalho em equipe são desafios que se impõem aos docentes que integram os cursos da área.

No campo das Relações Internacionais, um incitamento adicional se impõe: lida-se com o internacional, o que aparentemente está muito distante do cotidiano e da realidade dos estudantes. É comum que os discentes questionem seus professores sobre a aplicabilidade dos conteúdos discutidos em sala de aula. Nesse sentido, é necessário que haja um esforço para aproximar o conteúdo apresentado aos estudantes – sobretudo no que tange às teorias, das Relações Internacionais ou de Comércio Internacional – aos acontecimentos reais da política internacional, aos efeitos da política exterior desenvolvida por um país e aos impactos da política comercial no comércio exterior de cada nação. Esse esforço pode se dar de diferentes maneiras, seja tanto através da discussão e análise de filmes, documentários e notícias de jornais, de atividades em laboratórios de pesquisa, da realização de visitas técnicas em instituições diversas como Embaixadas, Consulados, organizações internacionais

e empresas multinacionais, quanto da realização de simulações e jogos, iniciativas que algumas instituições e docentes já têm feito. Assim, cabe aos professores e às instituições aplicarem novos métodos de ensino que desenvolvam habilidades e ofereçam aprendizado sobre ferramentas de trabalho úteis aos alunos a fim de que possam assimilar o conteúdo e aprimorarem suas habilidades de análise sem simplesmente memorizarem fatos e dados. Por meio de formas mais criativas e experiências práticas de ensino, eles aprenderão em que circunstâncias e áreas podem aplicar seus conhecimentos.

Na instituição referida neste artigo, uma das formas encontradas para superar esses desafios foi aliar o ensino da disciplina Comércio Internacional às demandas práticas do projeto realizado na Unidade de Inteligência Comercial, conforme apresentado na seção a seguir. Entende-se que o Projeto de Pesquisa foi uma oportunidade para que os estudantes desenvolvessem sua capacidade investigativa, analítica e lógica, além de aprimorarem competências requeridas de um profissional competitivo, como capacidade de trabalho em grupo, cumprimento das tarefas e prazos, solução de problemas e superação de situações de insucesso. Embora o projeto não conte com a participação de todos os alunos que cursam a disciplina Comércio Internacional, visto o número limitado de vagas para pesquisador-estudante, entende-se que a experiência foi positiva para os que participaram, como mostrado na seção 5 deste artigo, sendo considerada válida sua exposição para a comunidade acadêmica.

## Dificuldades no ensino-aprendizagem na disciplina Comércio Internacional no curso de Relações Internacionais

Em geral, as disciplinas do núcleo de Economia são percebidas pelos alunos de Relações Internacionais como matérias que apresentam maior grau de dificuldade, sejam elas as introdutórias ou aquelas que exigem maior conexão com conceitos de Relações Internacionais e Política. Talvez isso ocorra porque muitos deles pensam que, ao escolher um curso essencialmente da área de Humanidades, ficarão longe dos números ou gráficos. Mostrar que, ao contrário, os números são instrumentais e absolutamente úteis e necessários para o aprendizado de um futuro analista de Relações Internacionais é um desafio para o professor que ministra a disciplina Comércio Internacional.

Outro desafio refere-se ao fato de que o aluno normalmente cursa a disciplina Comércio Internacional pensando que ele será um curso técnico de Comércio Exterior e que, por isso, aprenderá conteúdo que engloba legislação e rotina aduaneira, Sistema integrado de comércio exterior (SISCOMEX) e Códigos do comércio exterior, os *International Commercial Terms* (Incoterms), entre outros itens. Dessa forma, para evitar falsas expectativas, o professor precisa explicar desde o início do curso que o conteúdo da disciplina Comércio Internacional não é igual a de Comércio Exterior. O comércio exterior *per se* das nações está incluído no conteúdo da matéria Comércio Internacional, mas a parte técnico-operacional de Comércio Exterior é discutida em outra disciplina e tem caráter operacional.

A despeito das variações que existem no ementário das instituições, normalmente, o núcleo-duro da disciplina Comércio Internacional inclui: Teorias de Comércio Internacional; liberalismo e

protecionismo no comércio internacional e sua evolução histórica; instrumentos de política comercial; o Sistema Multilateral de Comércio Internacional: o Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT) e a Organização Mundial do Comércio (OMC); principais temas e obstáculos às negociações multilaterais; blocos econômicos regionais e acordos preferenciais de comércio internacional; análise do desempenho do comércio exterior brasileiro e de alguns dos principais *players* internacionais.

A introdução do curso aborda o debate sobre as trocas comerciais que, desde o século XV, realizaram-se cada vez mais no âmbito internacional à medida que o comércio se tornou de longa distância, quando as grandes navegações europeias moldaram as relações mercantis e o capitalismo selou seu modo de produção e funcionamento. Em seguida, parte-se para o item destinado às Teorias do Comércio Internacional: a Teoria das Vantagens Absolutas, a Teoria das Vantagens Comparativas e as Teorias Neoclássicas de Comércio. Neste ponto, precisa ficar claro para os estudantes que as primeiras são o germe analítico do liberalismo econômico e que dali se derivaram diversas outras teorias que tentaram explicar a realidade do comércio internacional e influenciar a formulação de políticas comerciais dos Estados em diversos períodos, sobretudo na Europa. Como esta parte introdutória tem um fundo histórico, está relacionada à ideologia hegemônica de cada momento e é essencialmente teórica, aos olhos dos alunos ela parece distante da realidade do século XXI.

Além disso, quando esses modelos são ensinados, é inevitável que se utilize cálculos dos custos de oportunidades para saber se há ou não comércio entre dois ou mais países, ainda que os modelos sejam simplificados. A fim de cativar a atenção e o interesse do discente, a todo o momento cabe ao professor remeter a exemplos mais recentes, ressaltando sempre o contexto em que cada pensador formulou tais abordagens, as críticas que elas sofreram posteriormente e as modificações implementadas ou as premissas refutadas. Nestas ocasiões, os alunos resistentes a fazer cálculos, mesmo que simples, podem compreender melhor a ideia central de cada teoria a partir da visualização de gráficos. Apesar de serem ilustrativos, os exercícios posteriores, que se recomenda que sejam feitos em grupo, são fundamentais para fixação do conteúdo.

Antes da discussão mais geral sobre o Sistema de Comércio Internacional do GATT/OMC, a conceituação de política comercial de um país e seus objetivos, a apresentação dos instrumentos de política comercial, tanto das barreiras para evitar as importações, quanto dos diversos tipos de subsídios para estimular as exportações, podem ser contemplados no debate em sala. Dado o grande número de barreiras ao comércio internacional, inclusive o de barreiras técnicas – muitas delas tão recentes e “camufladas” nas ações dos governos –, os exemplos reais são excelentes ferramentas para ilustração, uma vez que para o aluno é difícil memorizar tantos nomes ou mesmo identificar o que é uma barreira técnica ao comércio. Trazer para o debate em sala de aula exemplos dos instrumentos que o Brasil ou os Estados Unidos utilizam e que são mais explorados pela mídia para explicar como cada um desses países pode inibir a concorrência de bens e serviços estrangeiros ou estimular um ou outro setor exportador, e quais as implicações disso, constituem uma forma eficiente para mostrar para os estudantes que decorar tudo não é a melhor estratégia de aprendizado.

É importante que este conteúdo que não deixa de ter um caráter mais técnico, que geralmente é exigido em concursos de diversas carreiras da área pública, seja assimilado antes da discussão

sobre o Sistema de Comércio Internacional, que agrega desde os objetivos do surgimento do GATT, em 1947, até os entraves mais recentes enfrentados pela OMC para a conclusão da Rodada Doha, a última das rodadas de negociações multilaterais, embora não concluída após quase dezesseis anos de negociações. Isso porque o aluno precisará pensar as barreiras comerciais e em suas implicações nas negociações em cada uma das rodadas, de modo que tenha uma visão crítica do discurso do livre comércio e das políticas protecionistas colocadas em prática pelos principais *players* do comércio internacional. Portanto, para analisar o GATT e a OMC do ponto de vista da Economia Política Internacional, o aluno terá complicações para compreender por que algumas barreiras são tão difíceis de serem eliminadas ou acordos de serem fechados, caso não tenha entendido bem cada uma das barreiras previamente, ou seja, sem saber como o protecionismo, de fato, é colocado em prática pelos governos, apesar da retórica de muitos deles em favor do livre comércio.

As configurações mais recentes de poder no Sistema Internacional e como elas se refletem na OMC podem ser abordadas a partir de um debate aberto pelos alunos. Dada a dificuldade de acompanharem o noticiário internacional, tanto porque geralmente não têm o hábito da leitura quanto porque, de fato, as mudanças são muito rápidas e concomitantes a vários outros acontecimentos, o professor precisa, à medida do possível, chamar a atenção para as atualizações. Este é o caso, por exemplo, dos acordos preferenciais de comércio que se proliferam bilateral e minilateralmente e que coexistem com os acordos regionais de comércio mais antigos. A rapidez com que eles são negociados e promulgados, ou até mesmo desfeitos, e suas inovações constituem temas cada vez mais instigantes em comércio internacional na atualidade e, por isso, crescentemente debatidos e pesquisados. Decerto, mapas que ilustram como eles se distribuem e gráficos que mostram como se comportam e se espalham no mundo auxiliam esta etapa do aprendizado.

Por fim, apesar do interesse do alunado sobre o desempenho do comércio exterior da China e dos Estados Unidos, por exemplo, certamente ele deve ter domínio e crítica acerca do desempenho do comércio exterior brasileiro ao longo das décadas, considerando as mudanças em política comercial e as condições de competitividade internacional de bens, serviços e setores com melhor e pior *performance*, uma vez que eles estão diretamente relacionados às escolhas de política comercial e de política industrial dos governos eleitos e à conjuntura internacional.

Diante dos desafios que se impõem aos docentes para tornar o ensino de Comércio Internacional inteligível e interessante aos alunos, o estudo de caso apresentado a seguir expõe uma oportunidade de aproximar o conteúdo teórico discutido em sala de aula a atividades práticas de pesquisa em inteligência comercial, permitindo aos estudantes correlacionar conceitos, desenvolver capacidade analítica e outras habilidades valorizadas no mercado de trabalho. Quanto aos docentes, este projeto permite que conceitos abstratos possam ser ilustrados com exemplos práticos e que seja demonstrado que o trabalho na área de Comércio Internacional é mais amplo que Comércio Exterior e pode ser utilizado para apoiar a formulação de políticas comerciais que tenham impacto na economia, seja do Estado ou do país.

## Projeto de Cooperação em Pesquisa sobre Parcerias Comerciais do Estado do Rio de Janeiro: um estudo de caso

Em 2014, na esteira do bom desempenho da economia fluminense e da grande projeção nacional e internacional da cidade do Rio de Janeiro, a SSRI buscou realizar parcerias com instituições de ensino superior com o objetivo de apoiar seu trabalho de interlocução entre o Governo do Estado e atores internacionais, intensificando e solidificando a relação entre eles. À época, os mega-eventos internacionais, como a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), a Copa das Confederações, que aconteceu em junho de 2013, a Copa do Mundo de 2014, os preparativos para as Olimpíadas Rio 2016 e a forte ligação da economia fluminense à indústria do petróleo, que trouxe grandes empresas para o Estado, contribuíram positivamente para a inserção internacional da economia fluminense.

Diante de tantas responsabilidades, um dos maiores desafios da Assessoria de Comércio e Investimentos da SSRI<sup>1</sup> era conciliar o atendimento da forte demanda proveniente dos seus interlocutores externos e o seu trabalho de assessoramento da inserção do Estado do Rio de Janeiro na cena internacional, buscando parceiros públicos e privados que possibilitassem o Estado a concretizar o seu programa de desenvolvimento<sup>2</sup>.

Desde que foi criada, em 2007, as principais atribuições da SSRI são: a atração de investimentos externos diretos para o Estado e a promoção do comércio exterior e de atividades relacionadas à construção da imagem do Rio no exterior; o trabalho de inteligência comercial; a organização de *outreaches* (missões em que o Estado procura se aproximar das empresas, cuja presença no Rio é considerada interessante para determinados setores) e de *roadshows* (espécies de rodadas de negócios em que se convida as empresas para apresentar o estado). A Assessoria de Comércio e Investimentos ainda coordena o Plano Nacional da Cultura Exportadora (PNCE) no Estado. Este plano, lançado em 2012 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) – atual Ministério da Indústria, Comércio e Serviços –, desde 2016, está ligado ao Plano Nacional de Exportações, que consiste, segundo o novo governo, em uma estratégia pragmática de integração às redes internacionais de acordos e aos fluxos de comércio mundiais<sup>3</sup>. Na prática, ambos buscam oferecer aos Estados brasileiros ações ligadas à cultura exportadora por meio da mobilização e capacitação de gestores públicos, empresários de pequeno e médio porte, além de profissionais de comércio exterior. Sua finalidade é estimular a realização de diagnósticos setoriais, programar as ações de apoio às exportações dos Estados, visando a diversificação dos destinos, das origens e da pauta brasileira de exportações.

Em virtude da estrutura organizacional enxuta, do volume de trabalho e da natureza técnica investigativa da atividade de pesquisa proposta, ligada ao Comércio Internacional, a SSRI, por

1 A SSRI está dividida em cinco áreas: quatro Assessorias temáticas (Cooperação Internacional, Comércio e Investimentos, Financiamentos Externos, Relações Institucionais) e a Assessoria Especial.

2 Disponível na página da SSRI: <http://www.rj.gov.br/web/internacional/exibeconteudo?article-id=2480949>. Acesso em 13/02/2017.

3 Entre as prioridades para 2016 estão o acordo de livre comércio com a União Europeia, ampliação da facilitação de comércio com os EUA e acordos com os países da Bacia do Pacífico. Disponível na página oficial do Ministério da Indústria, Comércio e Serviços: <http://www.mdic.gov.br/galeria-de-videos?videoid=bLk9opqu4gw>. Acesso em 13/02/2017.

intermédio da FAPERJ, instituição de fomento do governo fluminense, abriu editais públicos de fomento de pesquisa técnica, no final de 2014, para a candidatura de instituições de ensino superior, de modo que elas ficassem responsáveis pelo trabalho de pesquisa em inteligência comercial no biênio seguinte, com possibilidade de renovação da parceria. A contrapartida do trabalho de pesquisa realizada pelas instituições vencedoras seria um aporte financeiro para a montagem de um Núcleo de Inteligência, que além de comércio, englobou as áreas de investimentos e cooperação para o desenvolvimento em outros dois centros de ensino superior.

A partir do anúncio dos vencedores, no princípio de 2015, teve início o trabalho estruturado e sistemático com os parceiros da SSRI. Para tanto, foi necessário que a Coordenação do Curso de Relações Internacionais da instituição fizesse um processo seletivo para preenchimento das vagas de pesquisador-estudante. Em princípio seis alunos foram selecionados para compor a Unidade de Inteligência Comercial, supervisionados por quatro professores. À medida que a equipe concluía suas tarefas, novas seleções de estudantes foram realizadas, totalizando 18 alunos envolvidos no projeto até o presente momento.

No que se refere ao comércio, a instituição acadêmica ganhadora ficou designada para trabalhar na área de Inteligência Comercial. Seu intuito era apontar novas maneiras de fazer negócios, a partir do fornecimento de informações contínuas e análises comparativas e setoriais sobre o desempenho do comércio exterior fluminense, apontando perspectivas em novos mercados. Em outras palavras, o objetivo específico da pesquisa era a transformação de dados brutos relativos ao comércio exterior do Estado do Rio de Janeiro em informações estratégicas, que gerassem conhecimento para subsidiar as decisões dos gestores públicos de diversas secretarias.

A cooperação com a SSRI, pouco tempo depois de firmada por acordo, rendeu para a instituição acadêmica a montagem de uma sala aparelhada com computadores com acesso anual à base de dados de comércio exterior – o Funcexdata – da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex). A partir daí, estava pronta para funcionar, em março de 2015, a Unidade de Inteligência Comercial, um espaço para o desenvolvimento da pesquisa e realização de reuniões pela equipe envolvida no projeto. Poucos meses depois, foram aprovadas duas bolsas de iniciação científica da FAPERJ para discentes do curso de Relações Internacionais, que compunham o grupo de pesquisadores.

Juntamente com os professores, os estudantes realizaram imediatamente curso de capacitação em base de dados de comércio ministrado por funcionário estatístico da Funcex e, em seguida, receberam treinamento dos assessores da própria SSRI sobre a utilização das bases de dados abertas de comércio disponíveis na internet: AliceWeb<sup>4</sup> e Radar Comercial<sup>5</sup>. Alguns deles haviam participado, em 2014, de outro curso de treinamento oferecido por um técnico do MDIC, no âmbito do Programa Redeagentes, com conteúdo focado no tema exportação<sup>6</sup>. O curso e o material didático foram totalmente gratuitos

4 O site do AliceWeb é: <http://aliceweb.mdic.gov.br/>. Acesso em 14/02/2017. A base é mantida pelo MDIC.

5 O site do RadarComercial, desenvolvido pela Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do Brasil, é: <http://radarcomercial.mdic.gov.br/o-que-e-o-radar>. Acesso em 10/02/2017.

6 As informações sobre o Programa estão disponíveis em: <http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/pnce/1626-redeagentes>. Acesso em 13/02/2017.

e, como contrapartida, o MDIC demandou local de treinamento e apoio administrativo durante a realização das atividades. Mais uma vez, a oportunidade foi alcançada com intermediação da SSRI, que colocou a Coordenação do Curso de Relações Internacionais em contato com o responsável pelo Programa Redeagentes, em Brasília.

Desde que a parceria entrou em vigor, foi acordada a entrega de sete “produtos” entre as partes, seguindo um cronograma definido de trabalho. O primeiro produto foi o *Panorama Comercial do Estado do Rio de Janeiro*, que envolvia análise mais abrangente das condições econômicas do Estado, levando-se em consideração as suas relações comerciais; análise dos parceiros comerciais; análise dos bens produzidos pelo Estado; análise das cidades produtoras e das Micro, Pequenas e Médias Empresas. O segundo produto era o *Boletim de Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro*, que consistia na apresentação dos principais acontecimentos no âmbito comercial, tendo como foco os anos de 2014, 2015 e 2016. O terceiro produto era composto pelos *Estudos Setoriais de Potenciais Mercados*, considerando os mercados de Jóias e Bijuterias, Bebidas Destiladas, Moda Praia, Moda Íntima, Rochas Ornamentais, Biotecnologia, Design, Artesanato, Metal-mecânico. Tais setores foram escolhidos pela SSRI em razão de estudos anteriores sobre seu potencial.

O quarto produto era o *Observatório de tradings*, cujo fim era o mapeamento das *tradings* e a análise do seu desempenho em termos comparativos entre os anos 2013, 2014 e 2015. O quinto produto versava sobre a *participação em eventos* para apresentação dos resultados, com o intuito de conferir visibilidade ao projeto. Embora os alunos tenham participado pouco dos eventos ocorridos na SSRI, as *publicações*, que compunham o sexto produto da pesquisa, renderam bons frutos. Além do Boletim de Comércio Exterior, a produção de artigos técnicos, elaborados a partir dos produtos supracitados, trouxe informações e dados inéditos e de interesse da comunidade de gestores do setor público e privado, de empresários do Rio de Janeiro e, ainda, de interessados em investir no Estado. Por fim, o último produto envolvia a *organização de eventos* de divulgação e discussão dos resultados.

No que tange à participação em eventos, a equipe do projeto participou da XI Semana de Relações Internacionais, em outubro de 2015, e da VI Semana de Prática e Pesquisa em Relações Internacionais, em maio de 2016, ambos aconteceram na própria instituição de ensino. Na primeira ocasião, os discentes puderam aprender com a exposição do Programa ExportaFácil dos Correios<sup>7</sup>. Na última, o coordenador do Projeto apresentou os principais resultados, bem como um aluno bolsista expôs sua hipótese e conclusões descritas em artigo acadêmico sobre os efeitos do choque do petróleo para o Estado do Rio de Janeiro, considerando a grande dependência fluminense deste produto em sua pauta de exportação e a crise econômica que afetou o Estado mais recentemente.

Os discentes também participaram do lançamento do PNCE na Casa do Empresário no Rio de Janeiro, em 2016, com o objetivo de representar o Projeto e principalmente compreender as implicações dele para o Estado do Rio de Janeiro. Participaram, ademais, do 3º Seminário de Relações Internacionais da ABRI, em setembro de 2016, em Florianópolis, apresentando pôster relacionado à pesquisa. Com relação às publicações, em 2015 e 2016 foram divulgados os resultados da pesquisa

7 Programa ExportaFácil dos Correios, disponível em: <http://www2.correios.com.br/exportafacil/interna.html>. Acesso em 13/02/2017.

na Revista Economia Rio, com artigos ilustrados. Atualmente, os discentes estão elaborando artigos científicos, visando à publicação em revistas acadêmicas e congressos.

Para cumprir o cronograma e desenvolver os produtos a serem entregues, durante os anos de 2015 e 2016 foram realizados encontros periódicos com membros da SSRI, a fim de delimitar os objetivos específicos de cada produto ou mesmo corrigi-los ou ainda adaptá-los às necessidades do órgão público, fosse alinhando-os às necessidades da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico ou das Subsecretarias da Casa Civil, da qual a SSRI faz parte. Também ocorreram reuniões quinzenais entre os docentes e discentes envolvidos no projeto, com a finalidade de organizar e desenvolver os relatórios de pesquisa, assim como readequar o calendário de entrega dos produtos, a divisão de tarefas e o modo de trabalho de acordo com os pedidos da SSRI. Nesse mesmo período, os discentes, sob supervisão dos professores, elaboraram Panoramas Comerciais do Estado do Rio de Janeiro dos anos 2014 e 2015, Boletins de Comércio Exterior com periodicidade mensal acerca do desempenho do comércio exterior do Estado em cada trimestre a partir de 2015, Estudos Setoriais de Potenciais Mercados para as Pequenas e Médias empresas do Rio de Janeiro, contemplando os setores Jóias e Bijuterias, Bebidas Destiladas, Moda Praia, Moda Íntima e Rochas Ornamentais.

Após apresentação do projeto e discussão de seus objetivos, principais produtos e resultados, a seção a seguir discute como o projeto está auxiliando e pode auxiliar os alunos a relacionarem os conceitos aprendidos em sala de aula, com a prática, conectando teoria com a elaboração da pesquisa na área de Inteligência Comercial.

## Avaliando o Projeto de Pesquisa a partir da perspectiva dos estudantes-pesquisadores

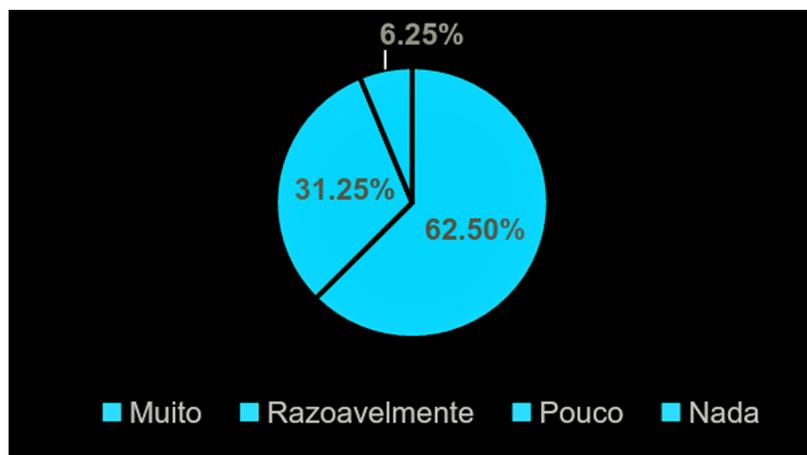
Como os alunos que participam ou já participaram do Projeto de Pesquisa o avaliam? Um questionário a respeito de alguns temas relacionados à pesquisa foi enviado para todos os 18 alunos que participaram do Projeto entre 2015 e 2016 ou que dele participam atualmente. Abaixo, foram agrupadas as respostas dos 16 alunos que responderam ao questionário. As questões foram relacionadas: a) à experiência prática e à formação acadêmica; b) ao aprendizado e à aplicação de Comércio Internacional; c) às perspectivas dos alunos. Para todas, as alternativas para resposta eram: *Muito*; *Razoavelmente*; *Pouco*; *Nada*. As respostas categorizadas como *Muito* significam alto grau de satisfação dos alunos; as respostas na categoria *Razoavelmente* significaram um resultado satisfatório, de impacto mediano. Em contraposição, as respostas na categoria *Pouco* demonstraram baixo grau de satisfação e na categoria *Nada* não houve impacto positivo para o estudante ou o resultado da pesquisa não foi satisfatório segundo suas percepções.

### Experiência prática e formação acadêmica

Sobre este tema, foram feitas quatro indagações. A primeira pergunta era: (i) como você avaliaria a sua participação no Projeto de Pesquisa para sua formação acadêmica geral em Relações Internacionais:

ela foi/é proveitosa? Como pode ser observado no gráfico 1, cerca de 60% dos alunos avaliaram como *Muito* proveitosa, cerca de 30% como *Razoavelmente*, aproximadamente 6% como *Pouco* e nenhum estudante avaliou como *Nada* proveitosa.

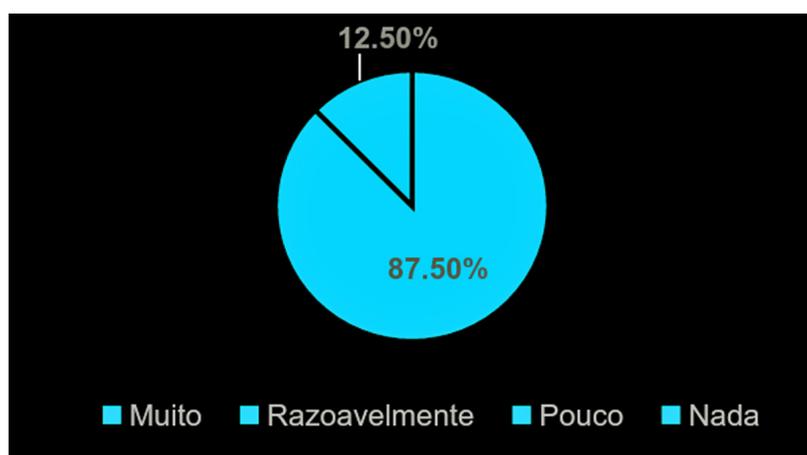
**Gráfico 1:** Avaliação da participação no Projeto para a formação acadêmica



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A segunda questão apresentada foi: (ii) como você avaliaria a sua participação no Projeto de Pesquisa para sua formação profissional: ela foi/é importante para ampliar seus conhecimentos e melhorar seu currículo? Conforme gráfico 2, aproximadamente 90% dos discentes responderam *Muito* e pouco mais de 10% *Razoavelmente*.

**Gráfico 2:** Avaliação da participação no Projeto para a formação profissional



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A terceira questão proposta foi: (iii) a sua experiência no Projeto de Pesquisa lhe instigou/instiga a querer trabalhar na área de Comércio Internacional/Comércio Exterior de uma forma geral e na área de inteligência comercial em particular? Cerca de 40% dos entrevistados responderam *Muito*, 50% *Razoavelmente* e próximo de 10% *Pouco*, como demonstrado no gráfico 3.

**Gráfico 3:** Avaliação sobre a vontade de trabalhar na área de Comércio Internacional

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A pergunta seguinte apresentada sobre o tema foi: (iv) após/ao participar do Projeto de Pesquisa você se sente mais preparado para trabalhar na área de inteligência comercial? Próximo de 40% dos alunos respondeu *Muito*, 50% *Razoavelmente* e pouco mais de 10% *Pouco*.

**Gráfico 4:** Avaliação sobre preparação para trabalhar na área de inteligência comercial

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A última pergunta sobre a temática foi: (v) o Projeto de Pesquisa lhe ajudou a melhorar suas aptidões para trabalhar em equipe, cumprir compromissos com prazos e enfrentar desafios quando os resultados não foram/são esperados? Como verificado no gráfico 5, mais de 80% dos estudantes respondeu muito, 12,5% *Razoavelmente* e 6,25% *Pouco*.

**Gráfico 5:** Avaliação sobre o quanto o Projeto ajudou a melhorar aptidões profissionais

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

Como visto, no que tange à experiência prática e formação acadêmica, os resultados do questionário apontam para uma avaliação positiva do Projeto. Todas as perguntas relacionadas à relevância da experiência para formação acadêmica e profissional e para vontade de trabalhar na área de Comércio Internacional ou sentir-se mais preparado para desenvolver atividades nesse campo obtiveram resultados satisfatórios, como apresentam as categorias predominantes de resposta (*Muito* e *Razoavelmente*) dos estudantes. Nesse sentido, entende-se que aproximar os discentes de atividades práticas pode auxiliar na descoberta de novas aptidões e campos de atuação, estimulando o aperfeiçoamento acadêmico e profissional.

### Aprendizado e aplicação de Comércio Internacional

Sobre o aprendizado e a aplicação dos conhecimentos em Comércio Internacional, os alunos foram questionados se: (vi) o projeto de pesquisa o auxiliou/auxilia no aprendizado prático sobre a matéria de Comércio Internacional dada em sala de aula? O gráfico 5 aponta que pouco mais de 50% dos estudantes responderam *Muito*, cerca de 30% *Razoavelmente* e aproximadamente 10% *Pouco*.

**Gráfico 6:** Avaliação sobre aprendizado relacionado à matéria de Comércio Internacional

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A segunda questão sobre o tema foi: (vii) a matéria de Comércio Internacional dada em sala aula lhe ajudou/ajuda na elaboração das tarefas técnicas do Projeto de Pesquisa? Conforme observado no gráfico 6, aproximadamente 40% responderam *Muito*, 25% *Razoavelmente* e cerca de 40% *Pouco*.

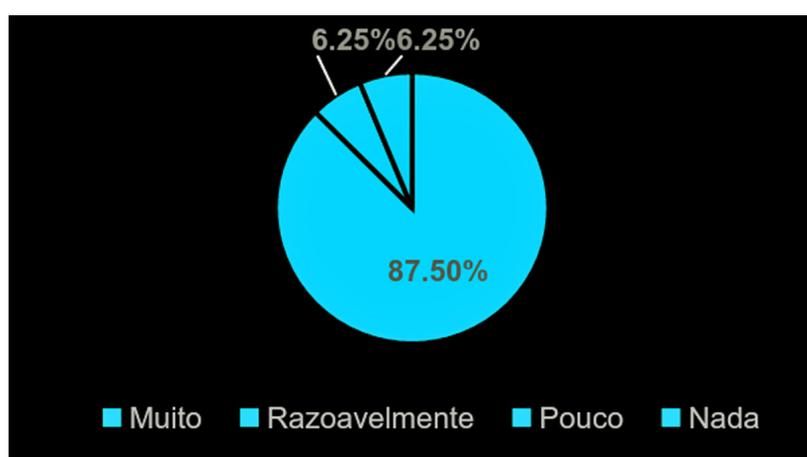
**Gráfico 7:** Avaliação sobre o quanto a matéria de Comércio Internacional ajudou nas tarefas do Projeto



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A última pergunta sobre a temática foi: (viii) a sua participação no Projeto de Pesquisa lhe ajudou/ajuda a compreender melhor e a ter uma visão mais crítica dos acontecimentos relacionados ao comércio internacional e a política comercial de um Estado ou país? Do total, 87,5% dos estudantes responderam *Muito*, enquanto 6,25% responderam *Razoavelmente* e *Pouco*, como verificado no gráfico a seguir.

**Gráfico 8:** Avaliação sobre o quanto a participação no Projeto ajudou a compreender melhor o Comércio Internacional



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

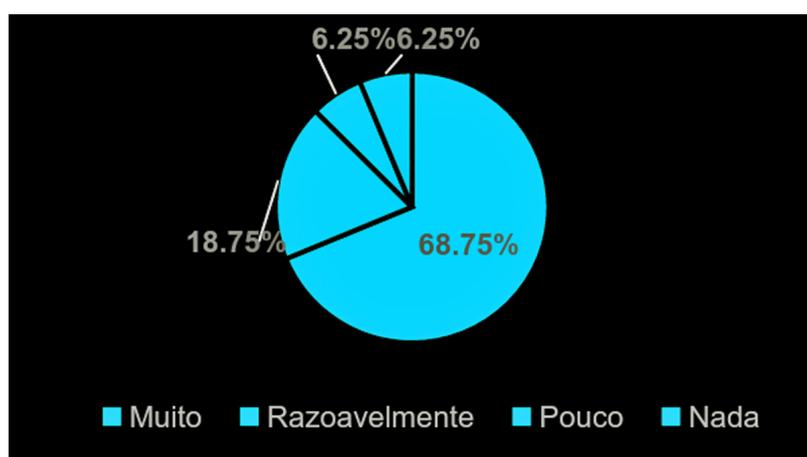
Inferese, a partir das respostas acima, que embora a experiência do Projeto de Pesquisa tenha sido percebida de forma otimista pelos alunos em termos gerais no quesito Aprendizado e Aplicação dos conhecimentos de Comércio Internacional, dado que *Muito* e *Razoavelmente* obtiveram os maiores

percentuais relativos nas respostas das três questões acima descritas – 58,66% na pergunta (vi); 62,5% na (vii) e 93,75% na (viii) –, percebe-se que parte do alunado participante entende que o projeto de pesquisa pouco os auxiliou no aprendizado prático sobre a matéria de Comércio Internacional dada em sala de aula (13,33%) e que os ensinamentos passados não foram tão proveitosos para a sua aplicação nas tarefas técnicas do Projeto de Pesquisa (37,5% respondeu *Pouco*). Essa compreensão reforça os desafios do docente ao relacionar o conteúdo programático da disciplina à sua aplicação, mesmo que inteligência comercial seja um tipo particular de trabalho possível no universo de um profissional formado em Relações Internacionais. Ele deve levar em consideração com maior cuidado o potencial prático do conteúdo e continuar encontrando caminhos para suprir suas dificuldades neste sentido. Por outro lado, sem dúvida, a confiança dos alunos de que a sua participação no Projeto de Pesquisa ajudou/ajuda a compreender melhor e a ter uma visão mais crítica dos acontecimentos relacionados ao comércio internacional e à política comercial de um Estado ou país é um dado positivo que assevera que a persistência do professor em encontrar soluções didáticas valem a pena e que o conteúdo teórico é necessário para instigar uma visão crítica e abrangente dos estudantes.

### Perspectiva dos alunos

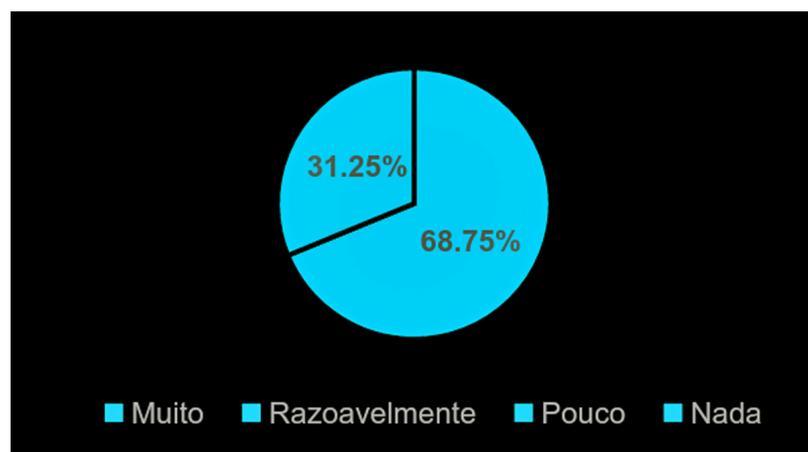
No que se refere às questões relacionadas às perspectivas dos alunos, eles foram indagados sobre duas questões. A primeira foi: (ix) o resultado do seu trabalho de pesquisa pode auxiliar a formulação de políticas públicas voltadas ao Comércio Exterior do Estado do Rio de Janeiro? Conforme gráfico 8, aproximadamente 70% dos estudantes responderam *Muito*, cerca de 20% *Razoavelmente*, cerca de 10% *Pouco* e próximo a 10% *Nada*.

**Gráfico 9:** Avaliação sobre a relação do Projeto de Pesquisa e a formulação de políticas públicas



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

A outra pergunta sobre o tema foi: (x) você considera inteligência comercial uma área promissora no mercado de trabalho nos próximos anos? Cerca de 70% dos alunos responderam *Muito* e pouco mais de 30% *Razoavelmente*, como verificado no gráfico 9.

**Gráfico 10:** Avaliação se a área de inteligência comercial é promissora no mercado de trabalho

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa

Neste último grupo temático, também é nítido que a experiência foi assertiva no sentido de que a maioria do alunado que participou dela constatou que o resultado do seu trabalho rendeu frutos reais e que pode influenciar as decisões de gestores públicos. Mesmo assim, destaca-se que essa avaliação positiva não tenha expressividade tão notória na avaliação da pergunta (ix), uma vez que alguns deles não percebem de forma contundente que o seu trabalho de análise auxiliará decisões que resultarão em ações práticas do poder público (categorias *Pouco* e *Nada* somam 20%). O mesmo se pode dizer sobre as opiniões sobre a área inteligência comercial como atividade promissora para o trabalho de um profissional formado em Relações Internacionais. Embora a maioria a veja como bons olhos, um percentual significativo (31,25%) parece não ter se convencido totalmente disso, como se observa no Gráfico 10.

## Conclusão

Ensinar para que os alunos alcancem formação sólida, ampla e crítica não é uma tarefa simples para educadores em qualquer nível. Ainda mais quando se trata de um curso de graduação relativamente recente no Brasil frente a uma gama enorme de novos cursos e de outros de forte tradição no país. Por isso, a todo o momento, o estudante e o bacharel em Relações Internacionais precisam buscar oportunidades que confirmem seu diferencial e seu nicho em um mundo que está em constante transformação e cujo mercado de trabalho se mostra cada vez mais exigente. Ao mesmo tempo, esse mesmo mercado demanda tarefas que não são estáticas ou triviais e tampouco pré-determinadas e rotineiras, como antigamente, mas estão em constante metamorfose e exigem ações rápidas, dinâmicas e eficientes de seus profissionais.

Neste âmbito, tanto ensinar quanto aprender são desafios cada vez maiores e que devem ser pensados e reformulados para evitar momentos monótonos em sala de aula e para superar a falta de interesse dos alunos por certos temas ou disciplinas. Assim, entende-se que é possível superar métodos ultrapassados e que estão muito longe da realidade dos alunos. Especialmente em razão

do enorme fluxo de informações e das mudanças sociais e comportamentais, mais do que nunca, é preciso refletir e trocar experiências exitosas que podem ser difundidas e até mesmo aperfeiçoadas por outras instituições de ensino e em outros campos de estudo.

Pensando neste contexto, o Projeto de Pesquisa conjunta com a SSRI foi apresentado e foram discutidos sua operacionalização e resultados. Ademais, destacaram-se os principais desafios e oportunidades no ensino e na aprendizagem no Curso de Relações Internacionais, de forma geral, e na disciplina Comércio Internacional, em particular, a partir de uma experiência exitosa na visão de alunos e professores participantes. Apesar das repercussões positivas, este é um estudo de caso que demonstra que, acima de tudo, deve ser constante a procura pela renovação do ensino, tanto em resposta aos estudantes na rotina das aulas, quanto ao rigoroso e competitivo mercado de trabalho.

## Referências Bibliográficas

- ALICEWEB. Disponível em: <http://aliceweb.mdic.gov.br/>. Acesso em 14/02/2017.
- ALMEIDA, Paulo Roberto. As relações internacionais como oportunidade profissional: Respostas a algumas das questões mais colocadas pelos jovens que se voltam para as carreiras de relações internacionais. *Meridiano 47*, v. 67, p. 5-10, 2006.
- EXPORTAFÁCIL. Disponível em: <<http://www2.correios.com.br/exportafacil/interna.html>>. Acesso em 13/02/2017.
- HERZ, Mônica. O Crescimento da Área de Relações Internacionais no Brasil. *Contexto Internacional*, v. 24, n.1, p.7-40, 2006.
- LESSA, Antônio Carlos. Instituições, atores e dinâmicas do ensino e da pesquisa em Relações Internacionais no Brasil: o diálogo entre a história, a ciência política e os novos paradigmas de interpretação (dos anos 90 aos nossos dias). *Revista Brasileira de Política Internacional*, v. 48, n. 2, p. 169-184, 2005.
- MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/galeria-de-videos?videoid=bLk9opqu4gw>>. Acesso em 13/02/2017.
- MIYAMOTO, Shiguenoli. O Ensino das Relações Internacionais no Brasil: problemas e perspectivas. *Revista de Sociologia e Política*, v. 20, p. 103-114. 2003.
- PROGRAMA REDEAGENTES. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/pnce/1626-redeagentes>>. Acesso em 13 de Fevereiro de 2017.
- RADARCOMERCIAL. Disponível em: <<http://radarcomercial.mdic.gov.br/o-que-e-o-radar>>. Acesso em 10 de Fevereiro de 2017.
- RIBEIRO, Pedro Feliú; KATO, Mariana; RAINER, Gary. Mercado de Trabalho e Relações Internacionais no Brasil: um estudo exploratório. *Boletim Meridiano 47*, v. 14, n. 135, p. 10-18. 2013.
- SUBSECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/web/internacional/exibeconteudo?article-id=2480949>>. Acesso em 13 de Fevereiro de 2017.
- VIGEVANI, Tullo; THOMÁZ, Laís Forti; LEITE Lucas Batista. As Relações Internacionais no Brasil: notas sobre o início de sua institucionalização. *Inter-Relações*, ano 14, n. 40, p. 5-11. 2014.