

**03- EPCDA- ENSINO, PESQUISA E CAPACITAÇÃO DOCENTE EM  
ADMINISTRAÇÃO**

**UMA INICIATIVA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL PARA A CONSTRUÇÃO DE  
CARREIRA DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRRJ: A EXPERIÊNCIA DA  
SEMANA ACADÊMICA SIGICAR**

## **Resumo**

A Semana Acadêmica SIGICar - *Semana Acadêmica de Integração, Gestão e Insights de Carreira* é uma ação de extensão desenvolvida por professores e outros atores da UFRRJ, campus Seropédica / RJ. A SIGICar foi proposta como um espaço de diálogo e compartilhamento de experiências entre os diversos profissionais da UFRRJ e do mercado de trabalho, pautado pela liberdade de expressão, para desenvolver o senso crítico e proporcionar uma formação responsável no aluno de Administração e, por extensão, em todos os alunos convidados do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas – ICESA / UFRRJ. A questão de pesquisa do trabalho foi: - Quais formatos, temas e ideários de carreira poderiam ser oferecidos a estudantes de IES, no curso de Administração, para que o seu envolvimento seja mais participativo e essa ação de extensão consiga promover uma contribuição na formação profissional e pessoal dos alunos? A nova edição da SIGICar deverá apresentar um misto entre professores do curso e profissionais de mercado, variedade de atividades propostas, atividades em horários vespertinos e noturnos e abordar principalmente os seguintes temas: Gestão de Carreiras e mercado e trabalho, Gestão de Pessoas e de Empresas e Carreira do Administrador.

**Palavras-chave:** Semana Acadêmica; Educação Profissional, Carreira.

## **ABSTRACT**

The Academic Week SIGICar - Academic Week for Integration, Management and Career Insights is an extension action developed by professors and other actors from UFRRJ, Seropédica / RJ campus. SIGICar was proposed as a space for dialogue and sharing of experiences between the various professionals of UFRRJ and the labor market, guided by freedom of expression, to develop a critical sense and provide responsible training to the Administration student and, by extension, in all invited students of the Institute of Applied Social Sciences - ICESA / UFRRJ. The research question of the work was: - What formats, themes and career ideas could be offered to HEI students, in the Administration course, so that their involvement is more participatory and this extension action is able to promote a contribution in professional training and student staff? The new edition of SIGICar should present a mix of course professors and market professionals, a variety of proposed activities, activities in the evening and evening hours and mainly address the following themes: Career and market management and work, People and Business Management and Manager's Career.

**KEY-WORDS:** Academic week; Professional Education, Career

## 1. INTRODUÇÃO

Temas interdisciplinares são fundamentais para estabelecer o sucesso no trabalho e na vida no Século XXI, preparando os estudantes para aprimorar habilidades e competências sobre informação, empregabilidade, tecnologia e profissionalização, permitindo o seu aprimoramento e a oferta de experiências adequadas em seu atual ou futuro ambiente de trabalho, em seu o desenvolvimento humano e profissional (PARTNERSHIP FOR 21st CENTURY LEARNING [P21], 2019; LUO, 2020).

A nova geração de alunos [indivíduos] busca, em uma espécie de 'programa' inconsciente de ajuda pessoal, respostas para processos de cunho social, econômico e cultural, buscando eliminar conflitos, realizar ideais, coordenar contradições, estabelecer relações, desenvolver-se, capacitar-se melhor para novos desafios e ser aprimorados, de forma diferente das gerações anteriores. Em parte porque não se espelham e nem são compreendidos completamente por teoria(s) que suporte ou represente às suas aspirações como geração laboral e conflitos existenciais (SEUFERT *et al.*, 2020; PUTRIASTUTI; STASI, 2019), em parte pela natureza dos tempos atuais, com abundância de informações, mudanças rápidas em tecnologia e ferramentas de representação social e uma nova expressividade ainda não medida ou compreendida de realizar contribuições individuais em uma escala diferente das gerações anteriores e suas necessidades de exprimir opiniões (P21, 2019; CALVOSA, 2020), fatos que justificam que sejam ouvidos e analisados como grupo, em seus anseios e aspirações, desde o seu momento de profissionalização, ao longo da graduação (CALVOSA, 2008).

Nenhuma teoria de liderança ou de gestão parece ser adequada, até o momento, após análise de teorias vigentes, para liderar a geração do milênio de maneira ideal (PUTRIASTUTI; STASI, 2019). Por outro lado, quando há interação com outras pessoas e com o mundo, mesmo sem uma teoria balizante, as experiências geradas poderão contribuir para desenvolver um indivíduo de forma pessoal e profissional e permitir um olhar crítico em relação ao futuro, à visão de mundo e para dentro de si mesmo. Somos seres em construção que, quando devidamente estimulados, podemos ter nossos anseios e necessidades atendidos. A experiência de ingressar, cursar e conviver em uma instituição de ensino superior (IES) pode gerar um alto impacto, nesse sentido. Gerando vivências, conhecimentos, práticas, novas amizades (TEIXEIRA *et al.*, 2008), aprendizado sistemático ou não, comparações sociais, formação de metamodelos profissionais e de vida, que vão muito além da formação profissional, desencadeando diversas transformações nesse indivíduo.

Com essa visão, este trabalho propõe apresentar e analisar um instrumento de socialização de conhecimento, mapeamento de carreira e aumento de interação entre os alunos (formação de rede) e os próprios alunos e alunos e profissionais de mercado, como forma de os preparar e os desenvolver, por meio para a sua formação profissional e pessoal plena. A Semana Acadêmica SIGICar - *Semana Acadêmica de Integração, Gestão e Insights de Carreira* é uma ação de extensão desenvolvida por professores (por meio de uma equipe acadêmica e uma equipe técnica), organizadores, Curso de Administração da UFRRJ e o Departamento de Ciências Administrativas – DCAAd da UFRRJ, campus Seropédica / RJ.

Socialmente e culturalmente, o que justifica a questão de pesquisa e a relevância do projeto e da pesquisa, os alunos de IES públicas não possuem variadas oportunidades de capacitação e de interação com profissionais do mercado de trabalho ou mesmo, com alunos de outros períodos, que podem ser referenciais para a sua adequada formação, por motivos que não cabem, por não ser o foco desse trabalho, desenvolver tal discussão. Entre outros desafios para promover a integração dos estudantes e lhes proporcionar impactos positivos na direção de mudanças transformadoras, apropriação de novos saberes e identificação de possíveis contradições inerentes à gestão de sua carreira, alguns mostram-se pujantes: as condições e restrições de conseguir espaço público adequado, a indevida divulgação do evento pela escassez de canais apropriados, as limitações tecnológicas da própria IES pública, a falta de verba para custear a vinda de profissionais (leia-se reembolso de transporte ou acomodação), o tempo não cedido pelos atores da própria IES, falta de engajamento, interesse e comprometimento de professores e alunos *etc.* Outra dificuldade também encontra-se na escassez de literatura acadêmica e científica sobre experiências de extensão e, sobretudo, análises de projetos e eventos envolvendo uma ação como uma semana acadêmica. Isso foi um fato motivador para os pesquisadores e atesta a originalidade do estudo.

Diante disso, a seguinte questão de pesquisa foi lançada: Quais formatos, temas e ideários de carreira poderiam ser oferecidos a estudantes de IES, no curso de Administração, para que o seu envolvimento seja mais participativo e essa ação de extensão consiga promover uma contribuição na formação profissional e pessoal dos alunos? O objetivo principal do trabalho foi identificar, entre os estudantes de Administração da UFRRJ, campus Seropédica, qual o modelo adequado, segundo as suas percepções, para a oferta de uma semana acadêmica que tivesse significado para a sua construção de carreira e seu desenvolvimento pessoal.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. Educação Profissional e o Modelo Mental do Estudante de IES**

Ingressar em uma IES pode ser uma experiência transformadora para um estudante, gerando repercussões de ordem psicológica e experiências importantes que podem impactar o seu sucesso acadêmico e o seu nível de profissionalização, mas também, outras camadas da vida. A forma como o aluno irá se integrar e participar de atividades no contexto do ensino superior farão diferença em sua formação profissional e em seu desenvolvimento psicossocial (TEIXEIRA *et al.*, 2008). A nova geração de alunos de ensino superior, nascidos sobretudo entre as décadas de 1990 e início da década de 2000, possuem como características dinâmicas questões como valores de autopreservação, necessidade de exprimir suas opiniões, alta competitividade e individualismo, em escala maior e mais significativa que as gerações anteriores (LUO, 2020), além de uma característica, já estudada, de relegar as suas decisões iniciais de carreira e de seu desenvolvimento para terceiros, como um mentor, um professor ou um gestor (CALVOSA, 2008).

O avanço tecnológico, as mudanças na sociedade, os eventos culturais e os próprios esforços governamentais estão transformando a dinâmica do processo ensino/aprendizagem e o contexto educacional. O cenário proposto para uma educação

superior participativa e empenhada com as novas tendências tecnológicas, sociais e profissionais deverá apresentar dinâmicas e oportunidades para ser atrativo para os estudantes das novas gerações, com suas idiossincrasias, gerando um ambiente de trocas, disponibilidade de múltiplas modalidades e plataformas de educação profissional, evitando frustrações, distâncias ou rupturas psicológicas e evasões. Os educadores deverão se adaptar às novas realidades, necessidades e circunstâncias em nome de um processo de ensino/aprendizagem de qualidade, de responsabilidade e de inclusão.

Os próprios estudantes, em uma visão abrangente e adequada, poderão fazer parte do processo de construção de diferentes espaços de aprendizagem, tendo como objetivo discutir a articulação entre as tecnologias educacionais (de SANTANA, 2020). Nessa nova relação demandada pela nova geração de alunos, o professor não atua (pelo menos no modelo mental do próprio aluno) como um informador ou um repositório de informações e conhecimentos. Antes, o professor apresenta-se (ou deveria se apresentar) como um facilitador, satisfazer ou levar o estudante a uma curiosidade, gerar um *insight* (dos SANTOS, 2019; CALVOSA, 2008).

O conhecimento passa a ser construído a partir da compreensão das novas formas de comunicação e de como se produz e comunica valor. A tecnologia apresenta-se como um meio para gerar o conhecimento e adicionar interesse. O papel do professor de IES de acordo com o novo modelo mental dos estudantes também vem mudando. Para Santana (2020), a relação convencional entre professor e aluno requer atualizações. Apresentando resultados que vão ao encontro do esperado, dos Santos (2019), em sua pesquisa, afirma que o uso constante dos recursos tecnológicos em atividades docentes permitem o favorecimento da construção do conhecimento. Diante de todo o exposto, os atuais desafios da educação e as novas demandas em IES podem a seguir:

#### **Quadro 1: Quinze Principais Desafios Atuais e Demandas da Educação em IES**

1	Propor ambientes e espaços atrativos de interação para a coletividade de alunos
2	Estabelecer e divulgar as tecnologias a serem utilizadas na relação de construção do conhecimento
3	Ser um professor facilitador, não informador
4	Gerar <i>insights</i> de carreira e instigar a curiosidade
5	Comunicar valor e significado por meio de ações e iniciativas de aprendizagem
6	Direcionar para o crescimento e desenvolvimento pessoal e profissional conjuntos
7	Realizar mentoria
8	Desenvolver um processo de educação profissional, com participação de atores de mercado de trabalho e da sociedade
9	Permitir que o estudante faça parte do processo de criação e articulação do conhecimento
10	Gerar um espaço para a expressão de opiniões e vontades, mas que iniba o caráter individualista
11	Orientar a competitividade do aluno para um projeto profissional ou acadêmico
12	Fomentar a integração dos alunos com outros alunos, de sua IES e de outras instituições
13	Construir processos inovadores de ensino/aprendizagem
14	Estimular o estudante a uma formação mais plena, além do ensino, envolvendo oportunidades de pesquisa de extensão
15	Interagir com um modelo mental dos estudantes ainda em construção e não explicado por teoria que esgote o assunto ou aponte em uma direção confiável ou majoritária

Fonte: Autores com base em Calvosa (2020), Luo (2020), de Santana (2020), Seufert e cols. (2020), dos Santos (2019), Teixeira e cols. (2008), Calvosa (2008).

Apesar de não ser classificado como uma política ou modalidade educacional de EPT, projetos e eventos de extensão, em um primeiro momento, parecem contribuir ou se alinhar com as novas propostas e desafios da educação superior em IES. Entre outros motivos, pela sua fluidez, por sua temporalidade, pela sua flexibilidade e seu caráter introdutório e socialmente contemplativo, no qual o seu conteúdo, formato, atividades, ingresso ou saída de atores, dinâmica e interações podem ser facilmente mudados e convertidos em formas mais interessantes e adaptadas a um público específico.

## **2.2. Ações de Extensão como Suporte e Incentivo às Iniciativas de Educação**

Professores de IES enfrentam diversos desafios para tentar propor e alcançar um sistema de educação atrativa e de qualidade, o que envolve, entre outras questões, o próprio desinteresse atual do aluno (SEUFERT *et al.*, 2020). Não é tarefa fácil criar, com quantidade limitada de recursos, iniciativas isoladas, falta de apoio da própria instituição (em alguns casos), escassez de insumos, entre outros fatores, um ambiente de atratividade e de estímulo para os estudantes. Ao professor de IES não cabe “ensinar”, pois aprendizagem em adultos é um processo de individual e voluntário – o estudante deve, primeiro, querer aprender, para que o processo seja iniciado. Porém, é possível e adequado que o professor lhe gere interesse, o estimule e comunique valor no conhecimento que passou a ser circulado em sala de aula ou em outro meio.

Para dos Santos (2019), o professor deverá ajudar “o estudante a desafiar regras, descobrir novos padrões de relações, improvisar e até adicionar novos detalhes a outros trabalhos, tornando-os inovadores e diferenciados, somando assim a sua aprendizagem” e, também, “conduzir o processo educacional, pois possuem práticas de produzir informação e divulgação em rede, construindo de forma sistemática e crítica o conhecimento”.

Silliman e seus colaboradores (2020) apontam em sua pesquisa que a aprendizagem experiencial e a reflexão crítica são mecanismos com maior probabilidade de resultar em mudanças de comportamento que promovem a transição e eficácia na carreira de um aluno, por exemplo, em um profissional eficaz. Nessa linha, Teixeira e seus colaboradores (2020) destacam que as atividades acadêmicas não obrigatórias podem ocupar um destaque e ser uma estratégia para a adaptação do aluno de IES na nova realidade e experiência no qual passou a estar envolvido: a vida universitária. As atividades acadêmicas extras exigem e destacam um carácter de responsabilidade, estimulam a interação do aluno com outros alunos e com professores, apresentam projetos de pesquisa e de extensão, possibilita conhecer novas realidades e motiva os alunos em relação à vida acadêmica.

Nesse sentido, encontra-se nas ações de extensão, no âmbito de uma IES, espaço, oportunidade e flexibilidade para a proposição e sugestões de iniciativas que possam dar a liberdade aos professores de decisões de implantação de educacionais e tecnológicas. A Extensão, de forma geral, é a interação da universidade com a sociedade, na qual a primeira transmite conhecimentos acadêmico-científicos e a segunda transmite experiências vivenciais. As ações de extensão devem buscar solucionar problemas existentes, de interesse e necessidade da sociedade, ampliando a relação dessa com a Universidade. Podem envolver ações de conscientização, capacitação, difusão de informação, tecnologia e cultura, consultorias, emissão de laudos, entre outras. Segundo o MEC (2020):

“[...]a Extensão Universitária sustenta-se principalmente em metodologias participativas, no formato investigação-ação (ou pesquisa-ação), que priorizam métodos de análise inovadores, a participação dos atores sociais e o diálogo” e que “A primeira diretriz do Plano Nacional de Extensão diz respeito à indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, ela ‘reafirma a Extensão Universitária como processo acadêmico’. Nessa perspectiva, o suposto é que as ações de extensão adquirem maior efetividade se estiverem vinculadas ao processo de formação de pessoas [...]” (Política Nacional de Extensão Universitária).

As ações de extensão deverão conter informações sobre a sua relevância e argumentação que as justifiquem, motivação para sua concretização e impactos esperados. Em uma ação de extensão bem-sucedida, tanto a academia quanto a sociedade aprendem, a interação incrementa o desenvolvimento de ambas, estabelecendo um ciclo virtuoso. Com essa visão, Castro Jr e seus colaboradores (2020) defendem que projetos de extensão, palestras, contato com associações comerciais, realização de semanas acadêmicas ou científicas são práticas que deveriam ser comuns nos cursos de graduação e agregam valor a todos os participantes, além de receberem bem novos alunos nas IES.

Dos Santos (2019) defende que a interatividade entre teoria e prática, envolvendo alunos e professores geram possibilidades de circulação de conhecimento, diminui as barreiras de aprendizagem, permite uma comunicação efetiva e positiva, promove caminhos valiosos e geram uma educação de qualidade. Nesse sentido, de Santana (2020) mostra que uma visão pedagógica inovadora e bem aceita passa por estabelecer uma relação de afinidade com os alunos, procurando conhecê-los, seus gostos, visão futura e estímulo à participação, oportunidades que estão em evidência em ações de extensão. Ações de extensão dentro de um ambiente de uma IES pode desenvolver uma visão crítica dos conhecimentos teóricos aprendidos ao longo do curso, a medida que os alunos “medem” os seus conhecimentos, habilidades e atitudes, com as competências trazidas de fora da seu convívio acadêmico, por profissionais de mercado, professores de outras IES, professores ou agentes que estão a própria IES, mas não convivem academicamente com esses alunos, por ocuparem cargos administrativos ou serem de outros cursos. Existe também um ganho social, em formação de rede, e cultural, em conhecer novas realidades, saberes, visões de mundo. O participante pode passar a ter um olhar mais contemplativo e profundo sobre a sua profissão, sobre a sociedade ou sobre si mesmo.

O objeto de estudo dessa proposta e da visão contida nesse trabalho foi a análise de um projeto de extensão com evento agregado chamado Semana Acadêmica SIGICar - *Semana Acadêmica de Integração, Gestão e Insights de Carreira*. Uma ação de extensão recente, instituída no ano de 2020, por meio de do Programa de Extensão DEGECAR – Núcleo de Desenvolvimento e Gestão de Carreiras da UFRRJ. A sua proposição, dentre os fatores já citados, também envolveu gerar um espaço de construção de carreira, competências necessárias para a formação de administrador eficaz e aumento da empregabilidade do aluno de Administração da UFRRJ.

### **3. Semana Acadêmica em Administração: o caso da UFRRJ**

Semana Acadêmica é uma ação de extensão que possui como objetivo primário gerar uma maior integração entre professores, alunos, profissionais de mercado e a comunidade acadêmica, em geral. Ela pode apresentar atividades com ênfase no ensino, na interatividade e na capacitação, tais como: palestras, mesas redondas, fóruns, seminários, simpósios, estudos de caso, dinâmicas, apresentação de projetos de pesquisa e de extensão, entre outras iniciativas, por meio de atividades programadas. Tais atividades são ministradas pelos professores da IES proponente e convidados (ex-alunos, consultores de mercado, gestores, representantes de vários seguimentos, professores de outros cursos ou outras IES, professores que ocupam cargos administrativos *etc.*) Possui um tema central e um local definido, geralmente, no interior da IES proponente. Algumas funcionam em um formato misto, entre atividades presenciais e virtuais, o que agrada grande parcela da atual geração de estudantes. Suas atividades são planejadas por meio de uma proposta pedagógica definida pela organização do evento. Pode (e deve) ter a participação dos próprios alunos da instituição em sua concepção e organização.

A Semana Acadêmica SIGICar é um evento realizado em substituição ao formato anterior, sazonal, promovido eventualmente e sem a adesão de grande parte do corpo docente do Departamento de Ciências Administrativas (DCAAd-UFRRJ). Nesse novo formato, os proponentes do projeto, os professores do DCAAd em conjunto com o Diretório Estudantil do Curso e com a Coordenação do Curso de Administração, propõe e promovem, com convidados externos, ex-alunos, palestrantes de mercado, professores de outras instituições e representantes de órgãos públicos e privados, temas e aplicações de assuntos ligados às práticas de Administração e ao desenvolvimento de carreira dos alunos de Administração. O evento é gratuito e direcionado aos alunos dos cursos diurno e noturno de Administração, mas extensível a toda a comunidade acadêmica, principalmente para os alunos do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas – ICISA-UFRRJ. Entre os seus objetivos estão: aumentar a interação dos alunos entre si e com os professores, difundir os estudos da área de Ciências Administrativas, divulgar conhecimento científico e acadêmico de fronteira, com a divulgação das pesquisas e projetos de pesquisas vigentes no depto, aumentar a empregabilidade do estudante, ajudar na construção e no desenvolvimento de carreira, divulgar oportunidades de estágio, entre outros.

#### **4. MÉTODO**

Os cursos de Administração da UFRRJ contam com cerca de 420 alunos, no *campus* Seropédica, na modalidade presencial. O formulário eletrônico foi disponibilizado pelo *mailing* da coordenação, em formato de *survey*, convidando a totalidade dos alunos para a participação, nas semanas seguintes ao término da Semana Acadêmica. Pelo levantamento da coordenação, aproximadamente 55 alunos (13%) participaram de uma ou mais atividades da SIGICar na edição 2020.I. Apesar de um grande estímulo e o reforço da para a participação tanto na semana acadêmica, quanto na participação dessa pesquisa, apenas 13 alunos (24%) dos participantes compuseram a amostra respondente válida (que preencheram o formulário proposto de forma completa e adequada). Alguns fatores analisados que justificaram a baixa adesão de participação podem ter sido o início da pandemia global de COVID 19 (a semana acadêmica foi realizada na segunda semana de março.2020), a incerteza se o período letivo seria iniciado nas universidades federais



e o impacto psicológico e emocional da própria pandemia sobre os participantes da semana acadêmica, estimulados a participarem da pesquisa nos meses de abril e maio de 2020).

Outra pesquisa foi estimulada e realizada com membros não-participantes da SIGICar, para que os resultados fossem comparados e apontassem uma direção compartilhada para a elaboração da edição 2020. II desse evento. Essa segunda amostra foi composta de 26 alunos de Administração da UFRRJ (*campus* Seropédica), perfazendo o total de 39 alunos entrevistados (9,3% do total de alunos dos cursos diurno e noturno).

A pesquisa teve um caráter qualitativo, para a compreensão e também versou sobre a desconstrução das características técnicas e comportamentais ligadas às personagens e personalidades admiradas pelos alunos. Além de uma estatística descritiva sobre os dados sócio demográficos e acadêmicos, uma Análise de Conteúdo foi promovida, com o objetivo de interpretar e gerar inferências sobre a opinião e perspectivas dos alunos sobre os objetos de observação semana acadêmica e construção de carreira, entre os participantes e os não participantes da SIGICar (BARDIN, 2010).

## 5. ANÁLISES E CONSIDERAÇÕES

### 5.1. Os participantes da Semana Acadêmica SIGICar

A Tabela 1 aponta as principais características da amostra de participantes:

**Tabela 1: Características da Amostra dos Participantes da Semana Acadêmica**

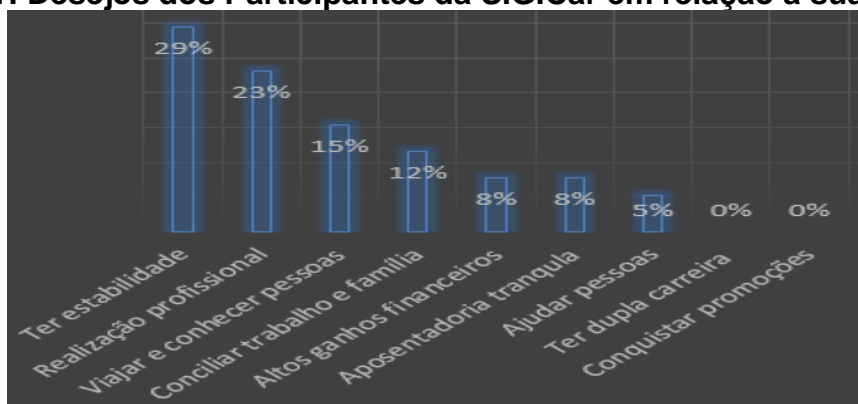
Gênero	FEMININO		MASCULINO		TOTAL
		8 (61,5%)		5 (38,5%)	
Idade do Amostra	Média	Moda	Média	Moda	Média / moda
	20,4	19	22,0	19	21,0 / 19
Experiência profissional	Meses		Meses		Média
	5		14		8
Movimentações de carreira para atingir o seu objetivo profissional	Média		Média		Média
	3		4		3,4

Fonte: dados da pesquisa.

Algumas características da amostra de participantes da Semana Acadêmica são: essa amostra é constituída de (i) solteiros, brasileiros e sem filhos (100%); (ii) pertencem ao curso de graduação em Administração (100%); (iii) residem no Estado do Rio de Janeiro (100%); (iv) nunca haviam participado de uma semana acadêmica (100%); e (v) nunca exerceram atividade de gestão, coordenação ou chefia (100%). Dez respondentes (76,9%) encontram-se no primeiro período do curso e onze (84,6%) ainda não realizaram estágio supervisionado em empresas ou organizações de mercado ou tiveram experiência profissional. Fatos esses, que em conjunto, mostram uma visão idealizada ou não estruturada sobre a interação com o mercado de trabalho e o planejamento de carreira.

A Figura 1 apresenta os desejos dos participante da SIGICar em relação à sua projeção de carreira, após formados.

**Figura 1: Desejos dos Participantes da SIGICar em relação à sua Carreira**



Fonte: dados da pesquisa.

A falta de rendimentos e à expectativa em relação ao primeiro emprego formal podem ter contribuído para que o resultado da variável ‘ter estabilidade’ aparecesse em primeiro lugar. Tradicionalmente, por ser uma amostra oriunda da Geração Z, variáveis como ‘viajar e conhecer pessoas’ e ‘altos ganhos financeiros’ costumam aparecer dentre as primeiras opções (XAVIER *et al.*, 2012). Outro fator ligado à variável considerada primária, dentre os elementos da amostra, parece atender “às preocupações mais prementes do estudante de Administração, que são o receio de ficar desempregado ou não saber qual rumo tomar após o término da graduação” (CALVOSA, 2008, p. 201). A variável ‘realização profissional’ aparecer com um percentual alto, em segundo lugar, está dentro dos parâmetros esperados e costuma figurar entre as primeiras opções, apesar de o estudante de Administração relegar as suas decisões iniciais de carreira para terceiros, como um mentor, professor ou gestor (XAVIER *et al.*, 2011, CALVOSA, 2008).

Com o objetivo de avaliar a iniciativa de educação profissional e sua tecnologia de execução pelos próprios participantes da Semana Acadêmica, a pesquisa contemplou variáveis que metrificaram a predileção de pontos fundamentais de sua realização (da edição 2020.I) e relevantes para as próximas edições, com o objetivo de ajudar na composição das novas edições. Os principais resultados encontram-se no Quadro 2:

**Quadro 2: Avaliação da Semana Acadêmica SIGICar pelos próprios Participantes**

Proposição	Percentual
Achei o formato e a programação ideais para uma Semana Acadêmica	100%
Achei o conteúdo totalmente adequado para uma Semana Acadêmica	92%
Os palestrantes foram pontuais e estavam presentes, permitindo a interação com o público	85%
Participei de até 60% das atividades que gostaria de participar	70%
Os tipos de atividades atingiram totalmente às minhas expectativas	69%
A qualidade dos palestrantes atingiu totalmente às minhas expectativas	69%
Penso ser adequado uma Semana Acadêmica com programação na parte da tarde (preferencialmente) ou à noite.	54%
As Atividades Programadas (excetuando as palestras) atenderam totalmente às minhas expectativas	46%

Fonte: dados da pesquisa.

Na avaliação dos alunos, sobre a programação e a realização da SIGICar, edição 2020.I, a pontualidade, interação e qualidade dos palestrantes, a programação, o formato e o conteúdo apresentado nas palestras e demais atividades foram os maiores acertos e pontos altos desse evento de extensão. Por outro lado, os menores índices da aprovação concentraram-se no período estabelecido para a execução das atividades e palestras programadas, principalmente noturnos, uma vez que a IES possui cursos diurno e noturno de Administração, e a principal preocupação do projeto, dos organizadores e da coordenação foi atender aos alunos de ambos os cursos. Os respondentes, explicado pela maior parte da amostra ser do primeiro período e não estar inserido no mercado de trabalho, gostariam que as atividades e palestras fossem concentradas senão somente, pelo menos de forma majoritária, no período vespertino. Na prática, as atividades programadas não tiveram boa adesão dos participantes, sendo algumas canceladas por falta de público, diretriz que servirá para ajudar na composição da oferta das próximas atividades programadas, na SIGICar 2020.II, como a revisão de temas a serem oferecidos, formato e período do dia de suas realizações.

Os participantes da Semana Acadêmica SIGICar, segundo a pesquisa, esperam encontrar os seguintes temas nas palestras, seminários e atividades programadas nas próximas edições: gestão empresarial e empreendedorismo, mercado de trabalho e carreira do futuro administrador, como tirar proveito da graduação, curiosidades sobre a área acadêmica e a pós-graduação, mercado financeiro e economia, nessa ordem. Para todos os participantes, a SIGICar atingiu seus objetivos de capacitação. Entre eles 46% possuem o interesse de que na próxima edição, os temas 'mercado de trabalho' ou 'gestão de carreira' sejam evidenciados. A Análise de Conteúdo realizada com a amostra de participantes registrou, entre outras opiniões, a contagem frequencial (unidade de significação a codificar correspondente ao segmento de conteúdo a considerar como unidade base) e a exploração do material (para possibilitar as interpretações e inferências, de forma analítica, a respeito do material textual coletado) – *corpus* (BARDIN, 2010; MOZZATO, GRZYBOVSKI, 2011), para melhor compreensão da capacidade instrucional dessa iniciativa de educação profissional.

De forma reducionista e simplificada, os seus principais pontos foram registrados no Quadro 3:

**Quadro 3: Principais Pontos da Análise de Conteúdo dos Participantes da SIGICar**

Conteúdo da Questão	Contagem Frequencial	Unidade de Contexto
Sobre o período da tarde ser o mais adequado para a realização de atividades da SIGICar	7	"[...] as palestras eram um pouco tardes e infelizmente não pude comparecer em todas por esse motivo".
Sobre a maior concentração de atividades no formato de palestras ou seminários	5	"[...] poderiam ter formatos diferentes de atividades, além de principalmente palestras".
Sobre a não participação em atividades que gostariam de envolver-se	4	"[...] palestras em horários difíceis para quem mora longe e precisa voltar pra casa". "[...] alguns professores mantiveram as aulas". "[...] dúvida em participar de uma palestra ou com a integração com os veteranos".

Fonte: dados da pesquisa.

A inferência e a interpretação das principais passagens da Análise de Conteúdo condensam a opinião e comunicam que a organização do evento deverá flexibilizar algumas atividades e adaptar-se, dentro do possível, para que essa parcela do público, caso a sua adesão seja altamente representativa, como foi na edição avaliada, seja melhor contemplada e atendida para novas edições do evento. Finalmente, sobre os variáveis de interesse para a empregabilidade do graduando em Administração da UFRRJ, a sua construção de carreira e as competências necessárias para a formação de uma gestão eficaz, segundo suas percepções, os resultados mais expressivos foram: (i) as principais características que um estudante precisa possuir são: exercer liderança, saber se comunicar, ser organizado e eficiente, nessa ordem; (ii) as principais características que um gestor precisa possuir são: ter empatia, ter foco e organização, ter conhecimento e bom relacionamento interpessoal, nessa ordem; (iii) Steve Jobs foi a principal personalidade citada pelo grupo, como modelo de gestão empresarial, enquanto a Apple, a empresa mais admirada.

## 5.2. Os Não-participantes da Semana Acadêmica SIGICar

O Tabela 2 aponta as principais características da amostra de não-participantes da edição 2020.I da referida semana acadêmica:

**Tabela 2: Características da Amostra de Não-participantes da SIGICar**

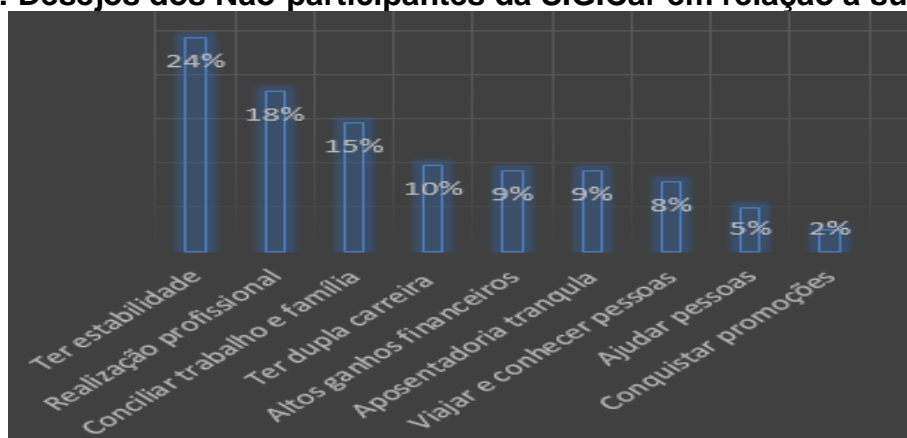
Gênero	FEMININO		MASCULINO		TOTAL	
		20 (77%)		6 (23%)		26 (100%)
Idade do Amostra	Média	Moda	Média	Moda	Média / moda	
	27,7	19	34,2	34	29,2 / 28	
Estado civil	Solteira	Casada	Solteiro	Casado	Solt.	Cas.
	16 (80%)	3 (15%)	4 (67%)	2 (33%)	20 (77%)	5 (19%)
Experiência profissional	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
	13 (65%)	7 (35%)	4 (67%)	2 (33%)	17 (65%)	9 (35%)
	Em anos		Em anos		Média	
	5,8		8,5		6,4	
Movimentações de carreira para atingir o seu objetivo profissional	Média	Moda	Média	Moda	Média / moda	
	1,3	1	1,8	3	1,4 / 2	

Fonte: dados da pesquisa.

Algumas características dessa amostra são: (i) brasileiros (100%), sobretudo solteiros e sem filhos (85%); (ii) pertencem ao curso de graduação em Administração (100%); (iii) quinze dos 26 respondentes (58%) estão matriculados até o quarto período do curso de Administração; (iv) 38% já participaram anteriormente de uma semana acadêmica; (v) seis respondentes (23%) possuem outra graduação completa ou pós-graduação; (vi) residem no Estado do Rio de Janeiro (100%); (vii) 23% acreditam que o seu gestor imediato participaria de um evento de extensão futuro na UFRRJ, caso convidado formalmente pelos organizadores; (viii) 65% possuem experiência profissional com uma média de 6,4 anos de ocupação em cargos formais no mercado de trabalho; (ix) 31% são atualmente gestores ou já foram em outra ocasião. Esses fatos, em conjunto, mostram uma visão da amostra mais realística do mercado trabalho e que compreendem melhor um programa direcionado de educação profissional e as suas tecnologias

educacionais envolvidas no planejamento e execução de um evento de extensão, quando comparado à outra. A Figura 2 apresenta os desejos dos não participante da Semana Acadêmica em relação à sua projeção de carreira, após formados em Administração.

**Figura 2: Desejos dos Não-participantes da SIGICar em relação à sua Carreira**



Fonte: dados da pesquisa.

As duas primeiras variáveis em ambas as amostras mantiveram as mesmas, apesar de uma diferença de idade média de oito anos entre as amostras e de 5,5 anos de experiência profissional. Talvez as diferenças entre as amostras de idade, experiência profissional e posicionamento no curso de Administração não sejam tão significativas a ponto de refletirem aspirações distintas. Outro fator que pode ter impactado a amostra total (39 respondentes) é o fato das informações terem sido coletadas ao longo do período de pandemia da COVID 19, em um cenário de alta instabilidade, alto ansiedade profissional e pessoal e baixa empregabilidade pelo mercado de trabalho. A principal diferença está na variável ‘ter dupla carreira’, que na amostra de não-participantes aparece em quarto lugar de interesse (enquanto na de participantes aparece em oitavo), ponto mais comum em indivíduos com carreira já consolidada e gestores (ou pessoas com a grande desenvolvimento organizacional) (CALVOSA, 2020). Contrariando a literatura, a amostra de não-participantes, pertencente à Geração Y, parece dar pouca importância para uma rápida promoção e projeção de carreira (XAVIER *et al.*, 2012).

Com o objetivo de avaliar uma proposta de educação profissional e sua tecnologia de execução para atender aos anseios de um futuro público participante (a ser implantada em 2020.II), a pesquisa contemplou variáveis que metrificaram a predileção de pontos fundamentais para realização da nova edição da SIGICar entre os não-participantes das semana acadêmica. Os principais resultados encontram-se no Quadro 4:

**Quadro 4: Intencionalidades sobre a SIGICar 2020.II**

Proposição	Percentual
Sobre a sua futura participação na semana acadêmica, o meu desejo seria participar senão de todas, pelo menos de 75% das atividades propostas	85%
Sobre o tipo de palestrante, o ideal seria uma proporcionalidade entre professores do curso e profissionais de mercado	85%
Uma programação com três dias de duração (em detrimento do formato anterior, de quatro dias de duração)	58%

Sobre as Atividades Programadas deveriam ocorrer presenciais no horário da tarde ou de forma virtuais	58%
A programação deverá promover, principalmente, palestras, oportunidades de estágio e palestrantes de mercado	46%
Principal forma de instruir na semana acadêmica deveria ser palestras proferidas com a interação do público	29%

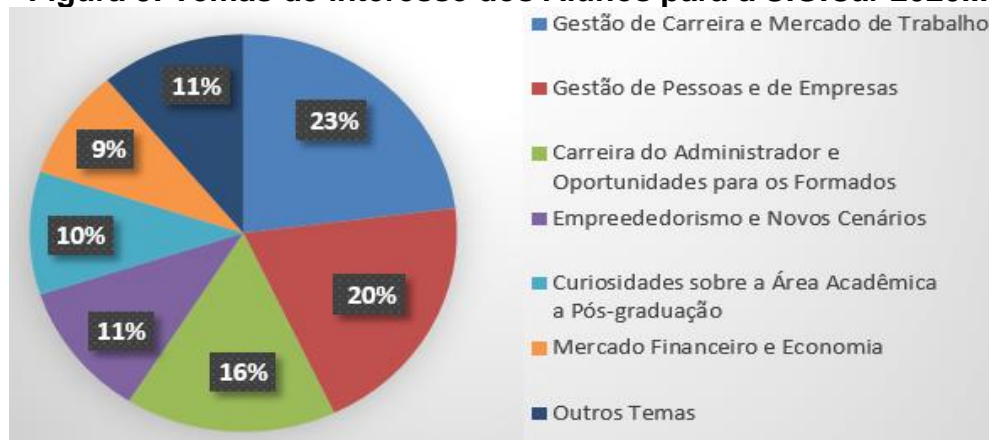
Fonte: dados da pesquisa.

Os futuros participantes da Semana Acadêmica SIGICar esperam encontrar os seguintes temas nas palestras, seminários e atividades programadas: gestão de carreira e mercado de trabalho; gestão de pessoas e empresarial; mercado financeiro; novos cenários e mercado pós-pandemia; oportunidades e desafios para o formando/formado em Administração, nessa ordem. As principais organizações citadas como relevantes a serem convidadas para a participação do próximo evento foram: AMBEV, Coca-Cola e empresas de pequeno porte (todas citadas pelo menos duas vezes). Para esse grupo, as personalidades conhecidas que expressam um modelo de gestão ou liderança ideal são Bill Gates e Nathalia Arcuri. E a empresa competitiva, orientada para o mercado, mais admirada no momento é o Facebook, no qual gostariam de trabalhar.

### 5.3. Achados e Tendências das Amostras

Com o objetivo de melhor construir um evento extensionista que possuísse significado e valor para os alunos do curso de Administração foi perguntado aos participantes e aos não-participantes (n=39) quais os principais temas de interesse para a composição do conteúdo da futura edição da SIGICar, em 2020.II. O resultado pode ser observado na Figura 3:

**Figura 3: Temas de interesse dos Alunos para a SIGICar 2020.II**



Fonte: dados da pesquisa.

Na análise de construção da carreira do estudante de Administração na UFRRJ foram analisados parâmetros de percepção e de metamodelos de criação de arquétipos (modelos a serem seguidos para o desenvolvimento de carreira), conforme evidenciado anteriormente. Os estudantes possuem alta expectativa em relação à condução de sua carreira (XAVIER *et al.*, 2011). Para realizar a desconstrução das características técnicas

e comportamentais ligadas às personagens e personalidades admiradas pelos alunos, após a Análise de Conteúdo, em questões abertas e de livre expressão, foram agrupados e emparelhados sinônimos (critério léxico de agrupar sintagmas por analogia) na fase de tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2010), para gerar uma comunicação coletiva da amostra sobre tal objeto de observação. Os principais achados podem ser observadas no Quadro 5, em uma visão simplificada:

**Quadro 5: Percepções da Amostra (n=39) sobre a sua Construção de Carreira**

Proposições	Resultados
Principais características presentes em um administrador de empresas eficaz:	1 <sup>a</sup> Exercer liderança
	2 <sup>a</sup> Comunicar-se bem
	3 <sup>a</sup> Ter visão de futuro
	4 <sup>a</sup> Ser eficiente ou organizado
Competências exigidas para a construção de carreira bem-sucedida de um administrador de empresas:	1 <sup>a</sup> Saber trabalhar em equipe
	2 <sup>a</sup> Ter a capacidade de liderar
	3 <sup>a</sup> Aprimorar a comunicação
	4 <sup>a</sup> Ser criativo
Competências relevantes para a construção de sua própria carreira:	1 <sup>a</sup> Saber se comunicar
	2 <sup>a</sup> Desenvolver liderança
	3 <sup>a</sup> Ser eficiente e organizado
	4 <sup>a</sup> Possuir conhecimentos específicos

Fonte: dados da pesquisa.

Exercer e desenvolver liderança e comunicação estão entre as principais competências aspirações de carreira para o estudante de Administração da UFRRJ. O que confirma os arquétipos citados por ambas as amostras como metamodelos de exercício de Administração, reconhecidamente, bons comunicadores e líderes empresariais em seus ramos de atuação. Outros fatores citados como criatividade e conhecimentos específicos mostram os valores e preocupações tradicionais das Gerações Y e Z na construção de sua carreira, tendo a amostra um posicionamento relativo que vai ao encontro da literatura específica sobre o tema. Saber trabalhar em equipe é um valor mais característico da Geração Y do que da Geração Z. Ele pode ter aparecido como um valor forte na amostra devido à idade média da amostra estar mais próxima da Geração Y do que da Z ou questões envolvendo o período pandêmico no qual a pesquisa fora realizada. Geralmente, mesmo na Geração Y, ele aparece como um valor mediano, devido ao carácter mais individualista dessas gerações laborais.

## 6. CONCLUSÃO

A ação de extensão SIGICar foi proposta como um espaço de diálogo e compartilhamento de experiências entre os diversos atores da UFRRJ e do mercado de trabalho, pautado pela liberdade de expressão, para desenvolver o senso crítico e proporcionar uma formação responsável no aluno de Administração e, por extensão, em todos os alunos convidados do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas – ICESA / UFRRJ.

Diante disso, a seguinte questão de pesquisa do trabalho e do objetivo norteador da pesquisa, as seguintes conclusões podem ser geradas:

(i) Entre os participantes da SIGICar que não possuíam experiência de mercado, estarem no início da graduação e baixa faixa etária, como principais características, o que impactou, de forma geral, as suas decisões e observações sobre a semana acadêmica, por exemplo, buscando atividades no período vespertino e não participando de atividades programadas com profissionais de mercado e convidados externos, preferindo assistir as palestras de seus atuais ou futuros professores. Possuem como metamodelos personalidade e empresa amplamente divulgada na mídia, com relação com suas aspirações de consumo.

(ii) Entre os não-participantes da SIGICar, suas principais características foram ser uma amostra heterogênea, com maior experiência de mercado e de gestão, maior faixa etária e experiência em participação em semanas acadêmicas. Possuem os mesmos desejos de projeção de carreira que os participantes, porém, com maior interesse em adesão e participação de futuras atividades. Desejam atividades mistas entre presenciais (principalmente noturnas) e virtuais, com a participação de profissionais de mercado. Possuem como metamodelos personalidades reconhecidas por um modelo de gestão ou realização profissional recente. Admiram empresa de relacionamento e interação humana.

(iii) A nova edição da SIGICar deverá apresentar um misto entre professores do curso e profissionais de mercado, variedade de atividades propostas, atividades em horários vespertinos e noturnos e abordar principalmente os seguintes temas: Gestão de Carreiras e mercado e trabalho, Gestão de Pessoas e de Empresas e Carreira do Administrador.

Com isso, calcula-se que os eventos ajudarão na maior retenção, senso de pertencimento e identificação dos estudantes com o curso; direcionamento de ações de pesquisa e extensão; melhoria no rendimento acadêmico dos estudantes e melhor gerenciamento e autogestão da própria da carreira discente. As principais limitações do trabalho foram o tamanho amostral e a pesquisa ser realizada durante a pandemia, que pode ter um efeito subjetivo de enviesamento das respostas.

Os alunos, não raro, direcionam suas expectativas em busca de conselhos, orientações e *insights* para terceiros, como mentores, profissionais e mercado ou professores, que lhes possa apontar uma direção, mesmo após a formatura. Iniciativas como projetos de extensão, projetos educacionais e tecnologias em educação, quando orientadas e abrigadas dentro de uma metodologia adequada mostram-se, pelo menos no início da sua carreira, necessárias para a composição de carreira do estudante de Administração. Os estudantes anseiam por “líderes” que os ajudem a solidificar um caminho a ser seguido, quando, em um primeiro momento, o caminho parece obscuro e sem as devidas perspectivas.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. 4 ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

CALVOSA, Marcello. *Liderança Empresarial e Estratégica*. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2020.

CALVOSA, Marcello. As Competências e as Expectativas do Futuro Administrador: o estudo do perfil do estudante de Administração da UFRRJ. *Revista Universidade Rural. Serie Ciências Humanas*, v. 29, p. 201-218, 2008.

CASTRO JÚNIOR, Deosir; DELUCA, Marcelo; BARP, Adriano; de SOUZA, Irineu; de ABREU, Jean. Competências Gerenciais: estudo de caso das funções da coordenação



de curso superior em Administração. Revista Eletrônica Científica do CRA-PR – RECC, v. 6, n. 2, 2019.

LUO, GuangLi. A Study on the Value of New Generation Employee Help Scheme in Industrial Organization. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, v. 451. 2020.

**Ministério da Educação e Cultura - MEC.** 2020. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. Resolução Nº 7, de 18.dez.2018. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category\\_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192)>. Acesso: 10.set.2020

MOZZATO, Anelise; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea – RAC*, v. 15, n. 4. P. 731-741, Jul., 2011. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552011000400010>

*Partnership for 21st Century Learning - P21.* A Network of Battelle for Kids, Framework for 21st century learning definitions. 2019. Disponível em: [http://static.battelleforkids.org/documents/p21/P21\\_Framework\\_DefinitionsBFK.pdf](http://static.battelleforkids.org/documents/p21/P21_Framework_DefinitionsBFK.pdf). Acesso: 14.set.2020.

PUTRIASTUTI, Bernadeta; STASI, Alessandro. How to lead the millennials: a review of 5 major leadership theory groups. *Journal of Leadership in Organizations*, v.1, n. 2, p. 96-111, 2019. <https://doi.org/10.22146/jlo.46562>

de SANTANA, Raidalva. A Tecnologia Educacional e a Educação a Distância no Século XXI. *Revista Scientia*, Salvador, v. 5, n. 3, p. 77-101, set./dez. 2020

dos SANTOS, Silas. O Uso das Tecnologias na Formação Profissional e Tecnológica: um estudo de caso do Centro Territorial de Educação Profissional do Extremo Sul (CETEPES). *Revista IFES Ciência*, v. 5, n. 2, 2019. <https://doi.org/10.36524/ric.v5i2.446>

SEUFERT Sabine; GUGGEMOS Josef; SAILER, Michael. Technology-related knowledge, skills, and attitudes of pre- and in-service teachers: The current situation and emerging trends, *Computers in Human Behavior*, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106552>

SILLIMAN, Benjamin; EDWARDS, Harriett; JOHNSON, James. Long-term Effects of Youth Work Internship: The Project Youth Extension Service Approach, *Journal Pre-proof*, September, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105436>

TEIXEIRA, Marco *et al.* Adaptação à universidade em jovens calouros. *Psicologia Escolar e Educacional (Impr.)*, Campinas, v. 12, n. 1, p. 185-202, 2008. <https://doi.org/10.1590/S1413-85572008000100013>

XAVIER, Adne *et al.* M. *Desenvolvimento Pessoal e Profissional de Futuros Gestores: como a Geração Y encara as competências necessárias para o aumento da empregabilidade e para o sucesso no ambiente profissional.* In: Encontro da ANPAD - XXXVI ENANPAD. Rio de Janeiro, 2012.

XAVIER, Adne *et al.* *O Perfil do Estudante de Administração de Ensino Superior: um estudo comparativo entre amostras de uma universidade federal do Rio de Janeiro.* In: Seminários em Administração da USP – XIV SEMEAd. São Paulo, 2011.