

25/11/2014 - 05:00

Inovação e criatividade estão na pauta do futuro

Por **Dauro Veras**

Personalização, mobilidade, abordagem internacionalizada e foco em resultados. Essas são algumas características que sintetizam os rumos da educação executiva no Brasil para os próximos anos, na avaliação de especialistas ouvidos pelo **Valor**. O desenvolvimento de líderes no meio da pirâmide hierárquica das organizações tende a ganhar mais relevância. Entre os temas emergentes nos currículos dos cursos, despontam criatividade e inovação, ética, pensamento crítico, questões sucessórias, governança corporativa e responsabilidade social.

"O treinamento convencional em salas de aula, com professores doutores ditando conteúdo, acabou", diz a consultora organizacional Maria Augusta Orofino, que, nos últimos três anos, ministrou palestras e seminários sobre modelos de negócios para mais de 6 mil pessoas. "O que vemos hoje é a atenção para os princípios da andragogia, a arte e ciência de auxiliar o adulto a aprender". Esses princípios se baseiam principalmente na autodireção do aprendizado a partir das experiências do aluno e da conscientização sobre a necessidade do saber.

"Teremos também a ampliação de conteúdos entregues através de uma variedade de novas plataformas on-line e móveis, tais como os MOOCs (sigla em inglês para cursos on-line abertos e massivos)", acrescenta. Outra tendência observada pela consultora é o desenvolvimento do espírito intraempreendedor, isto é, o estímulo para moldar a carreira a partir de desafios internos e metas específicas da organização. A capacitação com esse enfoque abrange aulas e dinâmicas de grupo sobre liderança, cultura para inovação e resiliência para suportar adversidades.

"Escolas de negócios têm de ser voltadas para a prática de gestão, levando em conta as dimensões de saber, fazer e ser", afirma o presidente da HSM Educação, do Grupo Ânima, Rivadávia Drummond. Uma das mudanças que ele detecta no setor se dá no perfil do aluno, cada vez mais protagonista de seu aprendizado. Os cursos tendem a ser mais rápidos e personalizados para grupos menores.

Temas como ética, sustentabilidade e comunicação ganham espaço. Outra transformação em andamento é a preferência crescente das instituições por um perfil de professor que agregue quatro competências: formação acadêmica sólida, experiência profissional, repertório pedagógico variado e criatividade para engajar os alunos.

A Universidade Estácio de Sá, que inaugurou no início de 2013 uma área de educação corporativa, tem focado em cursos para um público-alvo ainda pouco atendido no país: supervisores, coordenadores e gerentes iniciantes. "O meio da pirâmide é exatamente o que faz a máquina girar, mas ainda é deixado de lado, o que distorce o conceito de sucessão", lembra o diretor de Soluções Corporativas do grupo, Eduardo Pitombo.

O executivo enfatiza a necessidade de comprometimento dos parceiros com a construção conjunta dos conteúdos e com os resultados: "É importante pensar na integração dos cursos ao processo de trabalho da empresa". No futuro,

acrescenta, deve ganhar mais espaço o método da aprendizagem adaptativa, em que o aluno usa os recursos tecnológicos para trilhar seus próprios caminhos.

Internacionalização será uma característica cada vez mais presente na educação executiva. "Os cursos precisam ter um viés global", destaca o diretor acadêmico do grupo Ibmec Educacional, Antonio Carlos Kronemberger.

"Aqui, por exemplo, temos disciplinas ministradas totalmente em inglês e programas opcionais de extensão com parceiros de outros países", afirma. Outra tendência é a exigência maior dos clientes quanto ao retorno sobre investimento (ROI na sigla em inglês): "Em todos os nossos cursos de média e longa duração, os alunos fazem um trabalho aplicativo em grupo, no qual apresentam uma solução para a empresa, envolvendo novas receitas ou redução de custos".

A adoção total ou parcial de metodologias de ensino a distância (EAD) também vem crescendo, impulsionada pelos avanços tecnológicos, em especial a disseminação dos dispositivos móveis conectados à internet. Economia de recursos é outro fator decisivo. "Em um país com grande extensão territorial como é o Brasil, até 50% do orçamento das grandes empresas em educação executiva chegam a ser destinados à logística", diz o presidente da Saint Paul Escola de Negócios, José Cláudio Securato. "O formato EAD veio para ficar e há métodos bastante eficazes de garantir sua qualidade", afirma.

Securato tem observado três comportamentos semelhantes entre os dez maiores clientes da Saint Paul: o forte crescimento das universidades corporativas; a diminuição dos treinamentos esporádicos em favor de cursos mais estruturados, com ênfase na formação continuada para a construção da carreira no longo prazo; e a preocupação dos clientes em mensurar os resultados dos investimentos, postura que já é adotada há anos pelas organizações nos Estados Unidos e também na Europa.

"Antigamente se falava em treinamento, mas isso é coisa do passado", comenta o diretor acadêmico de educação executiva do Insper, Luca Borroni. "Uma grande tendência para os próximos anos é o estímulo ao pensamento crítico na tomada de decisões - este é um tema transversal em todos os nossos programas".