

Educaçoes  
gerais

## TALENTOS &amp; CARREIRAS

GAZETA MERCANTIL

RIO DE JANEIRO, SEGUNDA-FEIRA, 21 DE JULHO DE 1997

Página D-1

## Um MBA de boa escola, sem sair de casa

Amplia-se o leque de opções, dentro do conceito de "educação à distância", com cursos que duram de 18 meses até sete anos

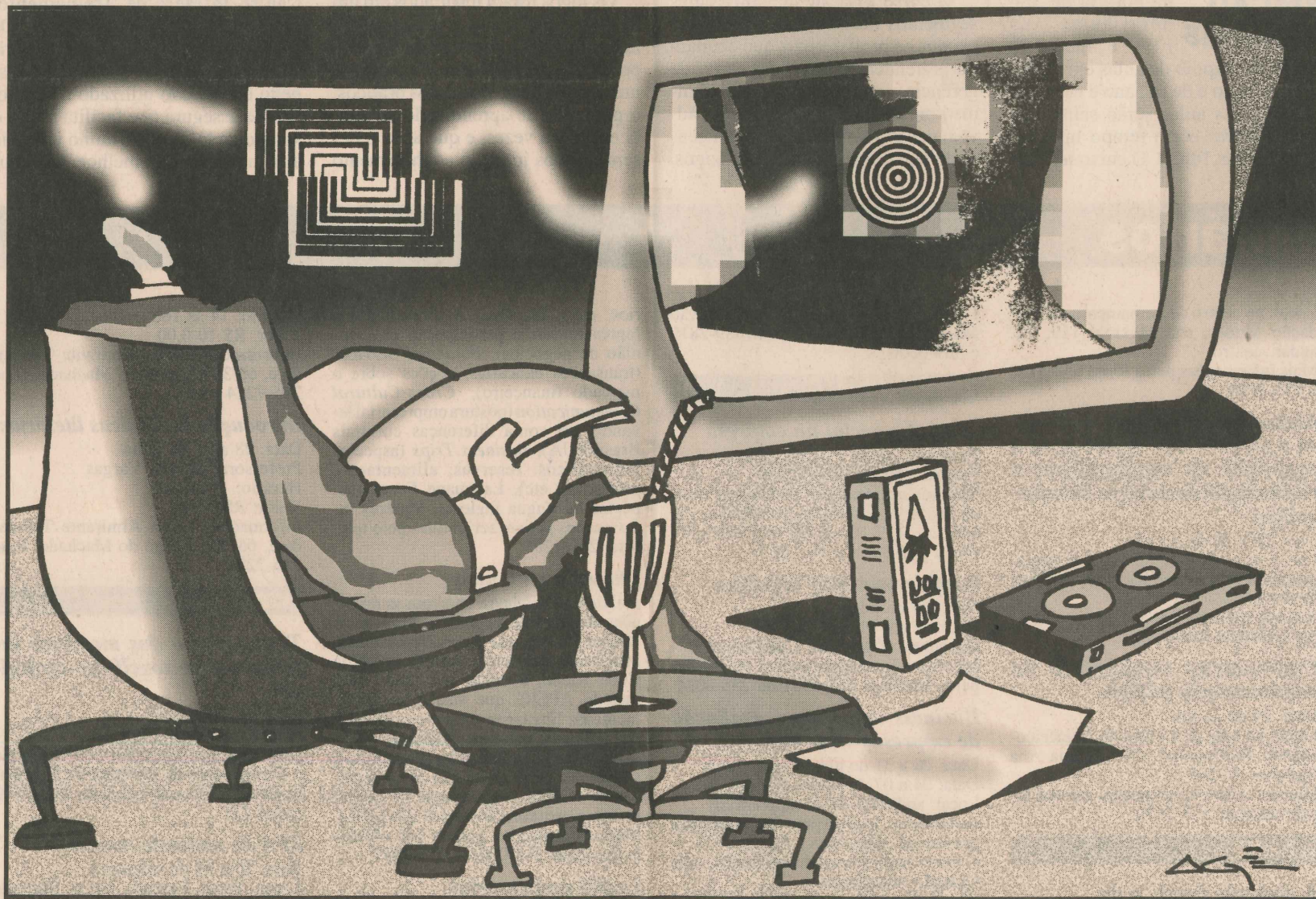
Fábio Lopes  
de São Paulo

Em tempos de educação continuada e dos cuidados com a empregabilidade, uma coisa que não se pode deixar de fazer é aprender. Falta de tempo ou dificuldade para se deslocar até uma universidade ou escola são desculpas comuns do executivo para não fazer um curso. Mas muitos se esquecem da chamada "educação à distância", que dá total liberdade para o aluno escolher a hora e o lugar para fazer o curso.

Aumentaram nos últimos anos as opções para essa modalidade de ensino. Os avanços da tecnologia vêm facilitando cada vez mais a comunicação entre as pessoas e também a educação longe das escolas. As teleconferências, por exemplo, já são amplamente utilizadas.

No Brasil, porém, a quantidade de cursos e o uso da educação à distância ainda está muito aquém dos níveis dos países europeus e dos Estados Unidos, onde ela é amplamente utilizada no aprimoramento contínuo dos talentos dos profissionais das empresas.

Mesmo outros países latino-americanos estão mais adiantados nessa modalidade de ensino que o Brasil. A Universidade Autónoma do México, por exemplo, conta com uma rede de 20 salas para teleconferência espalhadas pelo país. O Instituto Tecnológico Monterey, também do México,



Edinburgh Business School exemplifica até que ponto essa modalidade de ensino já está difundida no mundo. São, hoje, mais de 15 mil alunos fazendo o curso em 150 países, todos à distância. Até agora, 977 pessoas já concluíram o curso.

O aluno não é obrigado a comparecer nem uma vez sequer ao campus da universidade, em Edimburgo. Mas, se ele quiser ir para lá, vai pagar o mesmo preço que paga pelo curso à distância, sendo acrescentado apenas as despesas de viagem e acomodação.

Poder fazer o curso no Brasil não significa que não precisa dominar o inglês. Todos os trabalhos e as apostilas são feitos em inglês.

No total, o aluno paga cerca de US\$ 8 mil pelo curso. São sete módulos obrigatórios e mais dois que o aluno escolhe. No mínimo, o curso dura um ano e meio, mas pode ser feito em até sete anos. Na conclusão, o aluno recebe o título de mestre, já que o curso é "stricto sensu".

**Demanda alta**

Além da liberdade de horário e duração, a educação à distância significa também uma certa democratização do conhecimento, por possibilitar que estude quem mora longe de universidades ou centros de ensino para executivos. No caso dos alunos do MBA oferecido pela Mind-Quest, entre 10% e 15% estão no Ceará, em cidades que não

co Monterey, também do México, está criando a Universidade Virtual da América Latina. Ajudado pela predominância da língua espanhola, a instituição pretende atender alunos de todo o continente.

A Escola de Economia da Universidade de Buenos Aires recebe cerca de 5 mil novos alunos à distância por semestre. "Isto para ficarmos no nosso contexto da América Latina", comenta Pedro Luiz de Oliveira Costa Neto, diretor-presidente da Fundação Carlos Alberto Vanzolini, ligada à Universidade de São Paulo.

A instituição dirigida por Costa Neto é uma das poucas que oferece cursos à distância no País. Têm uma programação anual de teleconferências internacionais que são ministradas por professores da San Diego University, dos Estados Unidos.

Recentemente lançou um curso sobre terceirização em vídeo, acompanhado de uma apostila com exercícios. Quando o aluno achar que está apto, ele faz uma

prova e recebe um certificado de conclusão do curso.

"Nós, que lutamos pela adoção da educação à distância e pelo uso intensivo das novas tecnologias disponíveis como forma alternativa de promover a difusão do conhecimento, sentimos as dificuldades existentes. Como toda novidade que implica mudanças, a educação à distância sofre resistências. É preciso olhar com atenção para os exemplos de sucesso de outros países para deixarmos de lado os preconceitos", diz Costa Neto.

### **Liberdade**

Maurício Wendling Lopes, diretor da MindQuest Multimedia Educação Empresarial, representante no Brasil do The Heriot-Watt MBA by Distance Learning da Edinburgh Business School, da Escócia, diz que o preconceito quanto aos cursos feitos à distância é maior entre os acadêmicos, mas que os executivos costumam receber bem os produtos que sua empresa vende.

"Talvez em cursos técnicos ainda seja necessário a presença de um professor. Mas um executivo quer conhecimentos para aplicá-los no dia-a-dia. Ele não está procurando tornar-se um pensador ou acadêmico sobre o assunto", diz Lopes.

Ainda falta as pessoas se acostumarem com a ausência do professor, comenta o diretor da MindQuest. Mas a liberdade de tempo e espaço que a educação à distância proporciona são uma grande vantagem.

"Educação à distância significa acesso fácil ao conhecimento. Sendo inteiramente voltada ao cliente – assinala Lopes –, ela permite que ele defina o assunto que lhe interessa, qual a quantidade de informações que deseja, por quanto tempo, a que hora e em que lugar."

Aliás, ele prefere o termo "educação não-presencial", isto é, sem um professor presente. "Ela é à distância de quem está oferecendo mas acontece perto de quem compra", justifica.

Poder continuar trabalhando

normalmente é outra vantagem apontada por Lopes. Além de não atrapalhar a carreira do executivo, a educação à distância permite que ele aplique imediatamente os conceitos que aprende em seu trabalho cotidiano.

### **15 mil alunos**

Além do MBA, a MindQuest têm uma série de vídeos sobre diversos temas de administração para educação à distância. Todos vêm acompanhados de uma apostila e custam, em média, R\$ 589.

Lopes informa que mais de 300 empresas compraram seus vídeos. Os preferidos são os que tratam da gestão estratégica das empresas. Os executivos que ocupam cargos de diretoria e presidência são responsáveis por 47% das compras das fitas e os gerentes por 26%. Na quase totalidade dos casos (90%) o vídeo é usado para o auto-desenvolvimento profissional. Outros usos são a abertura ou complementação de seminários ou para o início de discussões em reunião.

Já no MBA à distância, o perfil dos alunos é um pouco diferente. Dos 35 participantes atuais do curso, 38% são gerentes e 25% são diretores ou presidentes. "Quem já ocupa um cargo de diretoria ou presidência não está tão preocupado em ter títulos para crescer na carreira. O que eles querem é informação acadêmica sobre um assunto relacionado ao seu trabalho. Por isso preferem os vídeos", comenta Lopes.

Tanto os vídeos como o MBA oferecidos pela MindQuest foram desenvolvidos por professores universitários de diversos países. Os professores que mais aparecem nos vídeos são os da Wharton Business School, de Filadélfia (EUA), e do Isead, da França. Os da série "Video Management" tratam cases de empresas, com depoimentos dos principais executivos de cada uma delas.

O MBA foi criado por professores das Universidade Stanford (Califórnia), da London Business School e do Isead. O programa da

no Ceará, em cidades que não oferecem cursos desse tipo.

Uma pesquisa realizada recentemente para a Cultura Inglesa, que desde o início do ano está oferecendo o MBA à distância do Henley Management College, da Inglaterra, mostrou que há grande demanda no Brasil para esse tipo de curso, mesmo nos grandes centros.

Em São Paulo, por exemplo, a demanda potencial seria de 9,5 mil alunos, considerando-se todas as pessoas que se formaram em Engenharia, Administração ou Economia nos últimos 15 anos e que teriam condições de fazer o curso. As vagas ofertadas por todos os cursos MBA no município somam 1.870. Portanto, apenas 20% da demanda potencial está sendo atendida na cidade.

"Os depoimentos colhidos pela pesquisa confirmam essa tendência", diz Cristina Daibert, responsável pela área internacional da Cultura Inglesa do Rio de Janeiro. "Tanto coordenadores dos cursos quanto professores e alunos dizem que há vagas insuficientes." ■