

## 6 Considerações finais

A velocidade do mundo em transformação gerou grandes mudanças naquilo que conhecíamos como educação à distância. A tecnologia de hoje nos permite atuar em tempo real, fornecendo treinamentos via Internet para uma vasta população.

As empresas, cujo foco está centrado no desenvolvimento de competências para a difusão dos seus negócios, tomam a frente da utilização do *e-learning* em suas estratégias de treinamento. A chave está em fornecer treinamentos no momento certo para atingir um grande número de funcionários a baixo custo. O objetivo é o de divulgar e distribuir conhecimentos que possam ser relevantes à melhoria dos negócios das companhias.

Os funcionários entrevistados na pesquisa que deu origem a esta dissertação estão a par deste movimento. Buscam cada vez mais estar sintonizados com o mundo em que vivem e com a empresa em que trabalham. Sabem da importância de realizar treinamentos. Por isso, além dos cursos tradicionais, buscam o *e-learning* como grande difusor de conhecimento.

O *e-learning* faz com eles tenham a tão desejada flexibilidade de horário e que possam estudar em casa, em um hotel, onde quer que estejam em qualquer lugar do mundo. Entretanto, estas pessoas ainda estão longe de trocar a sala de aula pelo ambiente virtual ou, ao menos, dar o mesmo valor a ambos. Faltam conteúdos adequados aos sujeitos que estão realizando o curso, ou seja, algo preparado para atender necessidades individuais. Falta um modelo instrucional atrativo que garanta o envolvimento e o compromisso dos alunos com o curso. Falta, especialmente, a interação humana. Esta interação é considerada como fundamental pelos entrevistados para a construção do conhecimento. Eles acreditam que só a troca de experiências, as discussões e diálogos podem fazer com que o seu aprendizado se torne concreto.

Num mundo onde o *e-mail* tranquilamente substituiu as cartas em papel, parece estranho falar que falta interação humana na Internet. A Internet tem como base a interação humana. Entretanto, os cursos virtuais que utilizam a Internet como plataforma parecem ignorar isso. Os cursos virtuais oferecidos nas empresas atualmente parecem ser planejados para estimular o relacionamento

do aluno com a máquina e não com professores e colegas. As pessoas sentem falta de pessoas nos treinamentos virtuais. As cartas foram substituídas pelo *e-mail* porque o seu objetivo final continua o mesmo: servir como meio de comunicação para pessoas que estão distantes.

Um curso não tem apenas um único objetivo nos dias de hoje. Não serve apenas para apresentar um novo conceito, uma nova definição. Serve para promover discussões, criação de novos conceitos, troca de experiências, criação de *networks*. E o *e-learning*, esta nova maneira de oferecer cursos, deve ser planejado para permitir tudo isso. Porque, caso contrário, vai continuar sendo conhecido como um meio de “ensinar o que não é importante.”

Os treinamentos, virtuais ou não, precisam de alunos e professores. E estes papéis são fundamentais. Não é porque é pela Internet que o sujeito não vai ter uma dúvida específica ou pessoal. Não é porque ele faz um curso por vontade própria, pelo desejo de estudar um tema e não por obrigação que ele não precisa de supervisão, incentivo e apoio para concluir um treinamento.

Sem repensar suas estratégias, as empresas vão investir milhões em novas formas de agilizar a transmissão de conhecimentos e não vão transmitir nada. É fundamental que o aprendizado obtido com as estratégias de uso de CD-rom seja aplicado na introdução do *e-learning*. Vale ressaltar que repensar estas estratégias significa também repensar o seu sucesso. Para sanar os problemas encontrados nesta pesquisa certamente são necessários investimentos monetários, o que acarreta maiores custos aos treinamentos. E para oferecer maior contato humano, a vantagem da flexibilidade e disponibilidade dos cursos poderá ser reduzida.

Por fim, o fundamental para as empresas terem sucesso em suas estratégias de *e-learning* é o envolvimento dos funcionários. Propor uma nova maneira de oferecer treinamentos onde o público alvo (no caso, os alunos) não está envolvido e não pode opinar, é uma estratégia fadada ao fracasso. O envolvimento deve ser garantido no desenho da estratégia. O funcionário é quem sabe como e quando quer, pode e precisa aprender.

Uma revisão na forma de aplicação desses treinamentos em *e-learning* é fundamental. Porque, caso contrário, seus usuários continuarão acreditando que o objetivo deste tipo de treinamento é o de oferecer cursos “que não agreguem valor”, que sejam meramente um “conteúdo técnico” ou que sejam “*top-down*” impostos pela empresa sem abertura para discussão. As questões de custo e flexibilidade devem ser balanceadas nas soluções para estes questionamentos.

Rosenberg (2002) afirma que tempo, custo e dinamismo são alguns dos fatores que fizeram com que as companhias repensassem seus treinamentos em sala de aula. E o *e-learning* foi introduzido para suprir estas necessidades. Entretanto, da maneira como estão sendo aplicados, utilizados e incentivados pelas organizações, os cursos virtuais não terão o sucesso almejado. E, infelizmente, será uma perda de tempo e, conseqüentemente, dinheiro.

Esta dissertação me deixa com diversas inquietações. Uma delas se refere ao anseio por flexibilidade e agilidade presente nos discursos. O que está acontecendo no mercado de trabalho? Por que as pessoas não têm tempo para realizar treinamentos? Será que esta velocidade é mesmo necessária? Me questiono em relação a este ritmo. São as empresas que geram esta literal “corrida” ou são os próprios funcionários que estabeleceram este novo modelo de vida? Será que é a empresa que vê com maus olhos o funcionário que faz cursos virtuais durante o trabalho ou será que é o próprio funcionário que se sente assim?

Além deste ritmo, fiquei bastante intrigada com uma parte da própria revisão bibliográfica que creio se refletir em toda a estratégia de *e-learning*. Como as empresas estão se organizando em relação aos seus departamentos? O departamento de informática, citado como o principal responsável pelas estratégias de treinamento em *e-learning* é, para mim, uma incógnita. Será que, com um mundo fortemente baseado em tecnologia se faz necessária uma reestruturação nas próprias áreas das empresas? Não seria agora esta a área que também deveria contar com especialistas em educação e psicologia?

Há muito que investigar. Acredito que esta dissertação é apenas um começo para entender este mundo corporativo em constante mudança. Afinal, as corporações são parte fundamental deste mundo em que vivemos, no qual temos apenas uma certeza – a da mudança constante.