



Grandes avanços tecnológicos são importantes fatores de mudança social. No século XV, Gutenberg, com a invenção da prensa, possibilitou a distribuição de informação em forma de livros, jornais, etc. Na segunda metade do século XIX e início do século XX, outras invenções, como o telégrafo, o rádio e o cinema modificaram mais uma vez o conceito de comunicação. Bem mais tarde, a chegada da televisão revolucionou de vez o conceito de comunicação.

Hoje, a evolução rápida e contínua da tecnologia da Internet e Intranets está possibilitando a superação de limitações e abrindo caminho para uma interatividade cada vez mais acentuada.

E-LEARNING

**Willian Tadeu Rodrigues
Renata Souza Guerra**

Várias empresas e universidades já estão utilizando-se dos benefícios do e-learning em alguns de seus setores.

A evolução também faz parte de nossas vidas. As pessoas estão conquistando e assumindo novas funções e posições nas empresas, e isso tudo demanda treinamento, que, por sua vez, desenvolve as habilidades e capacidades dos funcionários para que se tornem peças importantes num mercado cada vez mais globalizado e possam continuar trabalhando. O e-learning¹ está revolucionando a forma de desenvolvimento des-

¹ Do inglês, *electronic learning*: aprendizado eletrônico.

sas habilidades e capacidade nas empresas, já que faz do treinamento um programa de aprendizado *on-line*.

Entretanto, para uma empresa implantar um programa de aprendizado pela Internet, Intranet ou rede, exige-se sempre uma justificativa comercial, avaliação, conhecimento de termos relacionados com o programa, além do conhecimento dos pacotes de sistemas disponíveis no mercado.

Segundo Brandon Hall:²

Uma das maneiras de elaborar uma justificativa para o e-learning é analisar os casos bem-sucedidos, com base nos seguintes conselhos: examine as reduções de custo oferecidas pelo treinamento baseado em tecnologia; reveja os estudos de caso e pesquise o que já foi feito em sua área; defina como avaliar o retorno sobre o investimento; faça uma planilha comparativa de custos do curso no qual você pretende investir; identifique vantagens para os funcionários além das reduções de custo, inclusive a conveniência de lhes dar acesso a qualquer momento e em qualquer lugar, a cursos pela Internet ou Intranet. (*HSM*

Management, 29 novembro/dezembro 2001, p.79-80)

Após a elaboração de uma justificativa comercial, vale a pena analisar algumas vantagens do e-learning, como: a) redução significativa de custos;³ b) redução de tempo de treinamento;⁴ c) as atualizações são obtidas dinamicamente pela Internet ou Intranet; d) o tempo de aprendizado pode ser diminuído; e) é universal, isto é, todas as pessoas podem receber virtualmente o mesmo material da mesma maneira.

Várias empresas e universidades já estão utilizando os benefícios do e-learning em alguns de seus setores.

Na Accenture, uma multinacional de consultoria, dos trainees aos sócios-diretores, todos lançam mão do e-learning⁵ quando necessitam fazer algum curso.

Em pronunciamento à *Standard Magazine*,⁶ Katy Barclay, vice-presidente de Recursos Humanos Globais da General Motors, anunciou

2 Doutor em Psicologia Educacional, considerado um dos maiores especialistas em e-learning da atualidade.

3 A Storage Technology reduziu seus custos com treinamento em 47% abandonando o treinamento tradicional, que durava de quatro a dez dias. (*HSM Management*, 29 novembro/dezembro 2001, p. 79)

4 A fabricante de processadores Intel substituiu as salas de aula por e-learning, reduzindo o tempo de treinamento em dez horas e utilizando esse tempo no aumento de sua produção. (*HSM Management*, 29 novembro/dezembro 2001, p. 79)

5 O programa de e-learning da Accenture é o MyLearning, criado com software Docent Enterprise, da Docent. (*InfoExame*, setembro 2001)

6 *Standard Magazine* (abril, 2001). www.thestandard.com/article/0.1902.23350.00.html

uma aliança para os próximos quatro anos com a Unext's Cardean University, de Illinois, EUA, para o fornecimento de cursos MBA para seus executivos e gerentes, além de cursos rápidos para funcionários de outros setores.

Duas outras conceituadas universidades, Harvard e Stanford, estão trabalhando em conjunto no desenvolvimento de programas de educação a distância, com o objetivo de difundir sua técnica e qualidade de ensino pelo mundo todo, o que deve gerar US\$1,1 bilhão, proveniente de quinhentos mil estudantes, somente no ano de 2002.

No Brasil, especificamente em Minas Gerais, além da Fundação Dom Cabral, que já utiliza o e-learning, a FUMEC – Fundação Mineira de Educação e Cultura, através de sua Faculdade de Engenharia e Arquitetura, em parceria com a Usiminas – Usinas Siderúrgicas de Minas Gerais, está implantando o Curso de Pós-graduação *lato sensu* em Construções Metálicas.

Mas não só de boas perspectivas vive o e-learning, que elimina o contato direto com outros indivíduos.

O contato pessoal, a atividade grupal, o espírito de equipe, o intercâmbio de idéias e experiências, as relações informais e o livre acesso à informação constituem meios mais eficazes de compartilhar e alavancar o conhecimento corporativo. (Idalberto Chiavenato)⁷

E, como Chiavenato, várias outras pessoas e estudiosos questionam o sucesso do e-learning.

Feita a análise das vantagens, deve-se levar em conta alguns obstáculos enfrentados pelas empresas no momento da elaboração e aplicação de uma estratégia de e-learning, tais como as condições de acesso à Internet (quanto mais veloz, mais rápido é o acesso e maior é a interatividade) e a falta de incentivo dos responsáveis.

Segundo Marc J. Rosemberg,⁸ em entrevista a *HSM Management*, um grande obstáculo é a resistência das pessoas a qualquer inovação. "As pessoas estão habituadas aos métodos tradicionais de aprendizado; não vêem nem entendem a necessidade de mudá-los", diz Rosemberg, que defende o incentivo a uma cultura de aprendizado nas empresas.

Essa cultura, evidentemente, depende de cada empresa, deven-

7 Mestre e Doutor em Administração de Empresas, autor de vários livros, incluindo *Teoria Geral da Administração*.

8 Especialista em aprendizado organizacional e autor do best-seller *E-learning: strategies for delivering knowledge in the digital age* (McGraw-Hill, 2001).

do ser incentivada nos setores que, segundo as necessidades da empresa, conseguirão melhores resultados, como os gerentes e o pessoal técnico.

Referências Bibliográficas

CHIAVENATO, Idalberto (2002) *Gestão do conhecimento e sistemas de informação*. <http://www.chiavenato.com>

COHN, Bob (2000) *The ABC's of e-learning*. <http://www.thestandard.com/article/0,1902,17889,00.html>

HALL, Brandon. A receita do e-learning. *HSM Management*, novembro/dezembro, 2001.

HAMMER, Ben (2001) *GM send employees to e-school*. <http://www.thestandard.com/article/0,1902,23350,00.html>

MOREIRA, Maria Isabel. Conhecimento é poder. *Info-Exame*, setembro, 2001.

ROSENBERG, Marc J.: Pilares de uma estratégia de sucesso. *HSM Management*, novembro/dezembro, 2001.

SHUCHMAN, Lisa (2000) *Harvard, Stanford to enroll in e-learning*. <http://www.the-standard.com/article/0,1902,20519,00.html>

Willian Tadeu Rodrigues é aluno do curso de administração da Face-Fumec

Renata Souza Guerra é professora da Face-Fumec e Mestre em Engenharia da Produção
