



LIFELONG LEARNING

Por **GUSTAVO REIS**

O aumento da competitividade, o surgimento de novos modelos de negócios, a crescente presença da tecnologia e a necessidade de aplicar modelos diferentes de gestão (especialmente em ambientes de trabalhos híbridos ou totalmente remotos) têm tirado o sono de boa parte da liderança executiva das empresas.

Nos últimos trinta anos, o mercado de trabalho mudou muito. A relação entre aprendizado e ganhos seguia uma regra simples: obter o máximo de educação formal possível no início da vida e colher recompensas correspondentes pelo resto da carreira. Segundo estudo publicado pela revista *The Econo-*

mist, em países desenvolvidos, cada ano adicional de escolaridade estava associado a um aumento de 8 a 13% nos salários por hora. Ou seja, havia uma relação direta entre o nível educacional formal e remuneração, mas é cada vez menos evidente essa relação de causa-efeito.

Não quero passar uma impressão errada. Educação formal, como graduação, pós, mestrado, doutorado é de extrema importância e continuam sendo pilares sociais e econômicos essenciais. Porém, para se manterem competitivas, empresas e trabalhadores precisam investir no desenvolvimento contínuo, oferecendo/obtendo treinamento e educação

centrados na carreira ao longo da vida profissional das pessoas. Uma nação próspera passa pela capacidade de conectar educação e emprego, permitindo que as pessoas aprendam novas habilidades ao longo de suas carreiras.

Empresas têm investido em um grande leque de tecnologias e ferramentas para desenvolver e refinar as habilidades dos colaboradores. Nos últimos meses vi iniciativas muito interessantes como:

- Realidade aumentada e virtual para experiências imersivas, que melhoram a compreensão e a retenção do conteúdo;
- Inteligência Artificial para customizar o conteúdo, dar feedbacks adaptativos e sugerir recursos personalizados;
- Plataformas de Gamificação para tornar o aprendizado mais envolvente;
- Plataformas de Colaboração online que aumentam a interatividade em tempo real;
- Plataformas de aprendizado adaptativo, que usam algoritmos para ajustar o conteúdo com base no processo individual;
- Podcasts e vídeos interativos para transmitir formações com uma narrativa envolvente e de fácil consumo; e
- Plataformas de simulação e laboratórios virtuais

para fortalecer a prática em disciplinas técnicas.

Neste contexto, um dos dilemas mais comuns que aparecem durante a concepção de iniciativas de educação é sobre o formato. A adoção de tecnologias (como as citadas acima) é interessante, mas existem *trade-offs*:

Enquanto treinamentos online trazem flexibilidade de horário, são acessíveis de qualquer lugar do mundo, possuem custos potencialmente menores e permitem ter uma grande variedade de temas de múltiplas fontes e instituições; os treinamentos presenciais conferem uma maior interação pessoal (tornando a troca de experiências mais rica), amplificam o networking pessoal, geralmente são modelados com estruturas mais rígidas de ensino com rotinas claras e pré-definidas e possuem maior supervisão do corpo docente com feedbacks imediatos.

Mas, o maior desafio não está na tecnologia adotada, tampouco no formato (presencial ou online), mas na perenidade. O seu conhecimento passado não é sinônimo de sucesso futuro. E com tantas transformações ocorrendo em tão pouco tempo, a chance de ficarmos obsoletos rapidamente é grande. *Bem-vindos ao Lifelong Learning.* 🚀

Gustavo Reis é Diretor de Marketing Growth na Clickbus, maior marketplace de passagens rodoviárias do Brasil, Co-founder da Carbon408 (empresa especializada digital, growth marketing), professor de Digital e Inovação no Insper, ESPM e FIAP.

Possui mais de 20 anos de experiência em marketing digital, com passagens por iG, Predicta e Universal McCann. De 2012 a 2021 atuou nas áreas de marketing, digital e inovação na Tecnisa, uma das maiores e mais importantes empresas de capital aberto do Brasil (TCSA3). É Bacharel em Comunicação Social, Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM, com pós-graduado pela Harvard Business School e com especializações em Inovação e Digital pela Stanford University.

As colunas mantidas pela ABRADIT NEWS têm por objetivo trazer diferentes pontos de vista e informações aos executivos da Rede. As opiniões são de responsabilidade dos articulistas, não refletindo necessariamente o posicionamento da Associação ou da Rede Toyota do Brasil.