

### **3.1 Artigos Originais**

3.1.1 - Heutagogia e geração millennials: como os jovens encaram essa mudança de aprendizagem

Ana Paula Lopes dos Santos, Dennis Humberto Tinelli Dabul Massera e Rosilene Andréa Santos Alvarenga.

Heutagogia e geração millennials: como os jovens encaram essa mudança de imagem.

**A. P. L. SANTOS:** [catarseana@gmail.com](mailto:catarseana@gmail.com). Aluna da Pós Graduação em Pedagogia empresarial – Faculdade Metropolitanas Unidas FMU.

**D. H. T. D. MASSERA:** [dennistinelli@gmail.com](mailto:dennistinelli@gmail.com). Aluno da Pós Graduação em Pedagogia empresarial – Faculdade Metropolitanas Unidas FMU.

**R. A. S. ALVARENGA** – [rosileneandrea@gmail.com](mailto:rosileneandrea@gmail.com) – Docente Orientadora da Pós Graduação em Pedagogia Empresarial – Faculdades Metropolitanas Unidas FMU.

#### **COMO CITAR O ARTIGO:**

SANTOS, A. P. L.; MASSERA, D. H. T. D. e ALVARENGA, R. A. S. **Heutagogia e geração millennials: como os jovens encaram essa mudança de imagem.** URL: [www.italo.com.br/portal/cepep/revista eletrônica.html](http://www.italo.com.br/portal/cepep/revista_eletronica.html). São Paulo SP, v.10, n.3, p.108-119 , jul /2020.

## RESUMO

Diante de um contexto social cada vez mais dinâmico, ágil e versátil, envolvidos em um sistema corporativo, surge o interesse em compreender como essas relações estão sendo estabelecidas e conseqüentemente como a pedagogia empresarial pode impactar positivamente esse contexto. Focando na geração Millennials identificou-se que o grupo estudado tem acompanhado as mudanças no que se refere as formas de aprendizagem. Foi utilizado para desenvolvimento da pesquisa o formato qualitativo por meio de questionário estruturado. Concluiu-se que a geração Millennials tem adotado um novo repertório de aprendizagem.

**Palavras-chave:** Heutagogia; Pedagogia empresarial; Millennials.

## **1 Introdução: Evolução do Aprendizado - Da criança ao adulto, sempre aprendendo a reaprender**

É muito comum ouvir sobre pedagogia além do espaço reservado às escolas e instituições de ensino. A pedagogia é resumidamente a ciência que estuda como as crianças aprendem.

Levando em consideração sua importância conceitual, a andragogia, corresponde ao campo de pesquisa no qual os adultos aprendem. Apoiados por Bellan (2008, p.17), o qual afirma que a andragogia é vista “[...] como ciência que estuda a educação de adultos.

De acordo com Knowles corresponde ao: (1980, apud ASFORAS, 2015, p. 48):

- a) desejo de independência e autodirecionamento, b) a experiência de vida como a base, a partir da qual deve ser construída a aprendizagem; c) uma íntima associação entre sua prontidão para aprender com as tarefas de desenvolvimento de papéis sociais;

É notório que a andragogia veio em resposta à necessidade de trazer novos elementos, técnicas e soluções para dar continuidade ao processo de educação dos adultos.

Pautados em um cenário dinâmico, vivo e mutável, chega no ano 2000, cunhado por Hase e Kenyon na obra: *From andragogy to heutagogy* (2000), a heutagogia, definida pelos autores:

[...] como o estudo da aprendizagem autodeterminada, e segundo a obra, seria uma abordagem da aprendizagem muito alinhada com as necessidades de aprendizagem do séc.XXI, dentro do contexto das novas tecnologias, internet e ambientes virtuais de aprendizagem. (HASE; KENYON, 2000apud ASFORAS, 2015, p. 49)<sup>4</sup>.

A heutagogia surge em resposta a um cenário dinâmico e repleto de novidades em diferentes contextos, pautado essencialmente pelas mudanças tecnológicas e velocidade na qual acontecem, impactando o modo como se aprende.

A heutagogia é caracterizada como um melhor aproveitamento da aprendizagem por meio do mundo digital. Esse novo formato de aprendizagem se destaca por suas características que estão associadas à flexibilidade quanto ao modo de aprendizagem, liberdade de escolha quanto aos diferentes temas que podem ser aprendidos, economia de tempo e de dinheiro e pela opção em decidir quais ferramentas realmente funcionam no processo de aprendizagem. Para Coelho, Dutra e Marieli (2016, p. 2): “Basicamente, a Heutagogia contempla o fato de o aluno administrar sua própria aprendizagem, com flexibilidade, delimitando as formas e os modelos comportamentais que facilitam sua busca pelo conhecimento.”

Para contextualizar a discussão e visando a atender o objetivo da pesquisa, foi estrategicamente escolhido trazer elementos sobre os Millennials, ou geração Y, que “[...] de acordo com o U.S. Census Bureau, o número de americanos nascidos entre 1982 e 2000 é um pouco superior a 83 milhões, o que torna essa faixa etária o maior segmento da população total.” (GRUBB, 2018, p. 37).

Talvez o leitor se questione qual seria a relação entre a geração Millennials e a heutagogia, mas essa relação fica clara e justificada ao trazer um trecho de Grubb, no qual o autor descreve “[...] Com a internet e os computadores pessoais assumindo a frente do palco durante a infância dessa geração, os Millennials cresceram com a tecnologia, (GRUBB, 2018, p. 39).

É diante desse contexto dinâmico e de novas propostas para aprendizagem que surgiu o desejo em investigar a relação entre a heutagogia e sua relação com a geração Millennials.

## **2 Metodologia**

Para obter os resultados e respostas acerca das hipóteses levantadas neste artigo, foi utilizada a pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa.

A finalidade é entender se este é o momento propício da disseminação da heutagogia na educação corporativa e, no pressuposto afirmativo, qual geração é mais impactada culturalmente por essa metodologia e, por fim, mais responsável por essa mudança e processo de adaptação.

## **3 Desenvolvimento**

É relativamente simples entender a evolução do modo de aprendizagem. Como já disse Magaldi e Salibi Neto (2018, p. 140): “Os modelos educacionais são um reflexo das demandas da sociedade.”

Apesar das crises econômicas e políticas do século XXI, a constante evolução do mundo digital difundiu informações até então polarizadas.

No cenário heutagógico o aluno tem o papel de buscar, aperfeiçoar e aplicar novos aprendizados a sua realidade, reduzindo sua relação de dependência diante do sistema vigente. Para alcance desse objetivo, o comportamento heutagógico prevê que ele tenha acesso a instrumentos

de baixo custo, tecnologia diversa e, principalmente, liberdade para decidir o que quer estudar e interesses.

O advento da internet, a interação das redes sociais e a facilidade de acesso as tecnologias, antecipou a maturidade de conhecimento dos Millennials e da Geração Z. As novas gerações têm a necessidade de romper com o que talvez seja a premissa número um da pedagogia: a dependência de um sistema ultrapassado de educação.

Cada vez mais questionadores, participativos e inquietos, os jovens questionam o tradicional sistema educacional, exigindo maior flexibilidade, inovação, dinamismo e uma postura também heurística dos educadores.

Há um descompasso claro entre as demandas de aprendizado requeridas no século XXI e o que é oferecido pelo sistema educacional atual, [...]. É premente que sejam dados passos rumo a um novo modelo de aprendizado de administração, abandonando premissas ultrapassadas. (MAGALDI; SALIBI NETO, 2018, p. 141).

Nota-se que diante do atual sistema de educação, os jovens que hoje compõem a maior força de trabalho. Esse grupo se confronta com algumas dificuldades de adaptação quanto ao sistema de ensino tradicional, muitos jovens buscam cursos de pós graduação, especialização e outras formações para cumprir com exigências corporativas, entretanto, frustram-se e, por vezes, desistem por identificar que as aulas são pouco dinâmicas e exigem complexa logística. Ferramentas como “YouTube”, cursos online de curta ou longa duração fomentam o autoaprendizado e o aprendizado para a vida toda (*lifelong learning*).

A forte demanda por essas novas opções aponta que o desejo pelo aprendizado continua latente, talvez mais forte e necessário que nunca. O fato concreto, porém, é que as

alternativas tradicionais são incompletas. (MAGALDI; SALIBI NETO, 2018, p. 145).

Este artigo não é pioneiro em expressar a importância da heurística no mundo corporativo. Segundo Jucá (2014, p. 20): “Peter Drucker, provavelmente o mais respeitado pensador da história da administração, já disse que um executivo da era do conhecimento precisa de apenas uma coisa: aprender a aprender”.

## **5 Resultados e Discussão**

]

A pesquisa foi desenvolvida com a colaboração de 150 respondentes voluntários. Na amostra pesquisada 61,3% se enquadram na categoria como Millennials.

No que tange à esfera econômica do amostra, foi identificado que 33,8% dos participantes da pesquisa possuem renda mensal de até R\$ 3.000,00. O maior percentual corresponde a 25,8% da amostra que apresenta renda entre R\$ 5.000. Esses dados são de grande relevância e levam a questionamentos quanto aos valores que são investidos em educação.

Os dados relacionados à renda mensal confrontados com os dados relacionados ao valor investido em educação indicam que 51,6% das pessoas investiram até R\$ 4.000,00 em educação nos últimos dois anos. Conclui-se que os valores investidos pelos indivíduos são relativamente baixos, o que pode ser influenciado pelo acesso facilitado a novas tecnologias, além da democratização da educação ou dependência das corporações, a média de investimento em autoaprendizagem não passa de 7% da renda bruta dos Millennials, como demonstrado na pesquisa.

Na pesquisa realizada identificou-se que 54,3% dos participantes reconhecem que o investimento feito pela empresa tem um impacto positivo na carreira. Esse indicador surpreende, os participantes acreditam que boa parte dos valores investidos devem ser feitos pela organização e não pela pessoa, ou seja, questionasse se as pessoas estão mais dependentes das empresas para subsidiar os custos com educação.

É fundamental olhar para os indicadores relacionados à formação acadêmica. Identificou-se que 83% dos participantes possuem nível superior, ou seja, a maior parte dos Millennials já passou pela fase na qual existe um maior investimento em educação. Esses dados também nos ajudam a concluir que os respondentes da pesquisa investem menos em educação após o período de formação superior. Mas, levando em consideração os princípios da heudagogia, também é fundamental ressaltar que a aprendizagem é um processo contínuo (*lifelong learning*).

Baseado na amostra dos respondentes, foi identificado que 46,6% dos participantes nos últimos dois anos aprenderam entre dois e quatro temas diferentes. Esse indicador é importante para questionar se no período de dois anos, um profissional adulto e atuante no mercado de trabalho aprendeu apenas quatro conteúdos diferentes. Bellan(2008) enfatiza que a visão sobre aprendizagem corresponde à aquisição de conhecimento no qual as competências e habilidades são desenvolvidas. No atual cenário vivo e dinâmico, pautado na atual revolução digital, existe uma convicção de que as pessoas aprendem mais de 4 temas num período de dois anos.

Outro aspecto discutido na pesquisa são as ferramentas tecnológicas voltadas para aprendizagem mais usadas. Foi identificado

na amostragem que as mais usadas são: 65,5% por meio de livros, 55,6% os canais do Youtube e 53,3% é o número de profissionais que participam de workshops de curta duração.

Analisando o conteúdo, identificou-se que 82% dos Millennials se consideram digitais. Entretanto, 39,7% dos respondentes afirmam que não conhecem as plataformas apresentadas no questionário.

## **6 Conclusão**

Neste cenário dinâmico, ágil e tecnológico, as mudanças ligadas à educação e a adoção de um novo repertório de aprendizagem, constituem-se como essenciais para o desenvolvimento das pessoas e principalmente da geração Millennials nas organizações.

Identificou-se que o grupo estudado tem acompanhado as mudanças no que se refere às formas de aprendizagem e meios de acesso à educação. Entretanto, fica notório que é possível aperfeiçoar o processo de conhecimento/aprendizagem adotando um comportamento voltado para autogestão de carreira, ou seja, terceirizando menos a responsabilidade para a empresa e diminuindo a relação de dependência com as organizações.

O conteúdo proposto na pesquisa e minuciosamente analisado se constitui como inovador por trazer para discussão acadêmica a tríade: heutagogia-Millennials-organizações. Desse modo, faz-se fundamental aprofundar-se no tema.

Este é o momento de transição e adaptação, a heutagogia ainda é vista como um conceito novo para muitas pessoas. Contudo, aqueles

que não aderirem a essa realidade, que não estiverem aptos a "aprender a re-aprender" perdem diferentes oportunidades.

Para os próximos pesquisadores atentos a esse processo, recomenda-se o aperfeiçoamento de estudos sobre heutagogia, mas, para além do que está sendo estudado, existe uma nova metodologia, a parapedagogia, campo de pesquisa que deve ser desbravado e que tende a revolucionar o modo como se encara a educação.

## Referências

ASFORA, Silvia Cauás. **Fatores condicionantes da relação entre indivíduos e a lead**: hipercultura, Atitudes, desempenho e satisfação. Tese (Doutorado em Administração)–Programa de Pós-Graduação em Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

BELLAN, Zezina. **Heutagogia**: aprenda a aprender mais e melhor. São Paulo: Associação Religiosa Imprensa da Fé, 2008.

COELHO, Marcos Antônio P.; DUTRA, Lenise Ribeiro; MARIELI, Joane. **Andragogia e heutagogia**: práticas emergentes na educação. 8. ed. São Paulo. MB, 2016.

GRUBB, Valerie M. **Conflito de gerações**: desafios e estratégias para gerenciar quatro gerações no ambiente de trabalho. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. São Paulo: Autêntica Business, 2018.

JUCÁ, Fernando. **Expertise em aprender**: conheça o segredo dos melhores profissionais. Campinas: Papirus 7 Mares, 2014.

MAGALDI, Sandro; SALIBI NETO, José. **Gestão do amanhã**: tudo o que você precisa saber sobre gestão, inovação e liderança para vencer na 4ª Revolução Industrial. 7. ed. São Paulo: Gente, 2018.

MOSCARDINI, Ticiane Nunes; KLEIN, Amarolinda. Educação corporativa e desenvolvimento de lideranças em empresas multisite. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 19, n. 1, p. 84-106, feb. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552015000100007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552015000100007&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 20 out. 2019.