

MBA's querem que alunos saibam escrever

Diana Middleton

Alex Stavros, um estudante do segundo ano na Faculdade Stanford de Pós-Graduação em Administração, vinha propondo a possíveis investidores seu plano de um resort ecológico de luxo havia meses, mas sem nenhum sucesso.

Ele notou que os investidores perdiam o interesse após os primeiros minutos de sua apresentação e demoravam para responder aos e-mails.

Então Stavros pediu ajuda de um dos tutores de redação da Stanford durante seis semanas, para ajudá-lo a melhorar suas apresentações e editar sua proposta. Depois das instruções, sua proposta foi reduzida de 113 para 64 palavras e ele eliminou três tópicos desnecessários.

"Em minha carreira de consultor, cada slide era um amontoado de dados quantitativos com números e gráficos, que eu achava que provavam que eu havia feito o trabalho", diz. "Agora, minhas apresentações são mais simples, mas mais eficazes."

Embora os estudantes de MBA que são exímios nos cálculos sejam valorizados pelos empregadores, suas habilidades de redação e apresentação são uma eterna fonte de reclamações. Os empregados e tutores de redação dizem que os formandos das escolas de administrações tendem a falar demais além do tema, usar vocabulário pretensioso e redigir e-mails muito informais.

Ao mesmo tempo, a habilidade de redação dos candidatos à admissão nos programas de MBA parece estar piorando: segundo o Conselho de Seleção de Pós-Graduação em Administração dos Estados Unidos (GMAC), que realiza o teste de admissão GMAT, a média de pontuação das redações caiu de 4,7 em 2007 para 4,4 em 2010, numa escala cuja nota máxima é 6 pontos.

É difícil mensurar a qualidade de textos e ainda não se sabe porque ela está caindo. Segundo um porta-voz do GMAC, o declínio na pontuação das redações pode ser causado pelo número maior de candidatos estrangeiros que fazem o exame. No período 2009-2010, foram 136.918 estudantes estrangeiros que fizeram o GMAT, um aumento de 35% sobre 2007, informa o GMAC.

Sharon Washington, diretora executiva do Projeto Nacional de Redação em Berkeley, na Califórnia, diz que as escolas de ensino médio e as faculdades de graduação diminuíram o ênfase na redação em seus currículos escolares, e a comunicação constante em meio digital corroeu a habilidade de escrita dos alunos. "A boa notícia com as mensagens de texto é que pelo menos estão escrevendo mais", diz Washington.

A pedido das próprias empresas, muitas escolas de administração estão adotando medidas para melhorar a escrita dos alunos. A Faculdade Wharton, da Universidade da Pensilvânia, planeja dobrar a parte de comunicação do currículo para 12 aulas a partir de 2012. No semestre passado, todos os estudantes do primeiro ano competiram num concurso obrigatório de redação, que pediu aos estudantes que escrevessem textos curtos sobre vários temas. A competição se tornará permanente no novo currículo do MBA da faculdade.

A Faculdade Simon de Pós-Graduação em Administração, da Universidade de Rochester, contratou dois professores de redação no semestre passado depois que as empresas reclamaram da falta de habilidade dos formandos, diz o reitor, Mark Zupan.

A Faculdade de Administração de Empresas da Universidade Northeastern também incrementou o ensino de redação no semestre passado: os trabalhos de vários estudantes recebem agora duas notas, uma do professor e outra do instrutor de redação.

O ex-presidente da comissão de valores mobiliários dos Estados Unidos Arthur Levitt, há muito um defensor do "inglês compreensível" nos negócios e no governo, diz que a escrita

empresarial geralmente é ininteligível. "Falta cor e nuance, e não é muito interessante de ler", diz ele.

Os estudantes de MBA geralmente têm que desaprender maus hábitos, como usar palavras complicadas em vez de simples, diz Carter Daniel, diretor do programa de comunicação corporativa da Faculdade de Administração Rutgers.

Uma das redações mais curtas da Northeastern geralmente é a que tem mais erros. Os alunos do curso de Marketing e Valor do Cliente têm que escrever um e-mail convincente de menos de 150 palavras persuadindo executivos a adotar uma estratégia de marketing. Os estudantes raramente são diretos, diz Bruce Clark, coordenador de redação do programa de MBA. "A primeira oração deveria começar com 'A questão mais importante aqui é...'. Mas você ficaria surpreso de saber que poucos estudantes fazem isso", diz ele.

A redação também prejudica os estudantes depois da formatura. Segundo gerentes da fabricante de alimentos General Mills Inc., que contrata cerca de 50 formandos em MBA por ano, os mestres em administração entendem os dados mas nem sempre comunicam de maneira eficiente as pesquisas de marketing.

Os MBAs recém-contratados "tendem a descrever seus métodos analíticos para mostrar que são bons no que fazem", diz Angela Rassi, gerente de marketing e vice-diretora da equipe de recrutamento da General Mills. "Na verdade o que queremos ouvir são as implicações da pesquisa."

Os empregados são treinados em redação persuasiva depois de contratados, diz Stephanie Lilak, diretora de pessoal da General Mills.

Os estudantes de MBA muitas vezes têm dificuldade quando precisam adaptar seus escritos para vários públicos, diz Keisha Smith, chefe mundial de recrutamento do Morgan Stanley. Os redatores das notas de pesquisa são incentivados a desenvolver estilo próprio quando escrevem recomendações opinativas sobre ações, mas às vezes têm problemas para apresentar a informação aos clientes em e-mails. Alguns tendem a escrever longos e-mails quando é necessária apenas uma lista curta, diz ela. No Morgan Stanley, os gerentes revisam os e-mails dos recém-contratados antes que eles sejam enviados aos clientes, diz ela.

A escrita também é supervisionada de perto na Booz Allen Hamilton Inc., onde os recém-contratados da faculdade de administração não têm autorização para escrever sozinhos as propostas até que tenham aperfeiçoado as habilidades de redação, diz Chris Carlson, sócio sênior de recrutamento universitário. E, embora os recém-contratados troquem até 200 e-mails por dia, ele ainda percebe uma tendência de redigi-los como torpedos de celular. "Não há orações completas", diz ele.

Nem todos os estudantes consideram importante o reforço de redação. Quando a Faculdade de Administração Johnson, da Universidade Cornell, ofereceu matérias optativas para os estudantes de MBA executivo, uma delas era uma aula de redação e outra oferecia comunicação oral. Como os estudantes preferiram a aula oral, não houve alunos suficientes para completar a turma de redação, diz Douglas Stayman, vice-reitor dos programas de MBA.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 10 mar. 2011, Empresas, p. B11.