

O lugar dos mestrados profissionais

VIVIAN IARA STREHLAU

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

vstrehlau@espm.br

Professora titular dos Programas de Pós Graduação Stricto Sensu em Administração da ESPM. Ex-coordenadora do Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor e responsável pelo projeto submetido a CAPES. Possui graduação, mestrado e doutorado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas-SP e pós doutorado pela Wirtschaftsuniversität Wien. Eleita Representante do Brasil no Comitê Executivo do European Marketing Academy. Currículo Lattes disponível em: : <http://lattes.cnpq.br/8492161402371563>

A trajetória dos mestrados profissionais já é extensa, no entanto, ao longo de todos esses anos parece ainda estar em busca de seu lugar na trajetória de um estudante. Percebe-se grande confusão, principalmente entre pessoas que fizeram uma graduação e querem fazer uma pós. Em algumas áreas essa trajetória pode ser simples, mas no campo da administração constitui uma decisão razoavelmente complexa. É difícil entender qual a diferença entre pós-graduação lato sensu, MBA, mestrado acadêmico e profissional. Escolas criam termos em busca de diferenciação e o resultado final é um verdadeiro mosaico de nomenclaturas e cursos. E a decisão sobre qual é o adequado a cada perfil de estudante não é fácil de ser tomada.

Existem nuances e o potencial estudante de pós-graduação pode se enxergar em todos os cursos, bastando se colocar em diferentes perspectivas de futuro. Questões de cunho profissional comuns entre candidatas e candidatos são: Quero crescer profissionalmente em uma empresa, esse é o curso certo?, Será que eu poderia iniciar uma carreira docente fazendo esse curso? Será que fazendo um curso eu conseguiria mudar de área?, Eu gostaria de melhorar minha formação, a percepção do meu currículo para empregadores e meus pares ficará melhor se eu fizer esse curso? No entanto existem inúmeras questões de cunho pessoal não tão óbvias e que surgem ao longo da convivência com estudantes, tais como: Estou cansado do andamento da minha vida, da rotina, será que esse curso pode trazer novos contatos que me permitam conhecer pessoas que podem me ajudar em uma mudança de vida? Preciso conhecer pessoas interessantes, será esse um bom caminho?, Será que sou muito jovem/velho para fazer um mestrado?, Será que este é o momento certo da minha carreira para fazer um mestrado? Se eu fizer um curso na escola X minha trajetória ficará melhor? Ou seja, a imagem de marca da IES também é um fator a ser considerado. Provavelmente a resposta é uma composição dessas possibilidades e outras tantas não elencadas.

O processo de escolha de uma pós-graduação certamente é complexo, são muitas as variáveis em análise: expectativas pessoais e profissionais, o curso em si, tipo de pós-graduação, instituição em que é ministrado e no caso dos mestrados profissionais, o preço.

Existe também no imaginário popular a ideia de que um mestrado acadêmico é “teórico” e que um mestrado profissional é “prático” e nesse sentido se confunde com os MBAs (que também têm a palavra “master”) e os inúmeros cursos “master” à disposição na prateleira cultural dos cursos de pós-graduação em administração no Brasil. Isso induz a confusão, é fácil encontrar currículos profissionais de pessoas com a explicitação de que possui um “mestrado”. No entanto uma análise mais atenta indica que, na realidade, é um curso master. Não há como negar a transferência de associações entre master e mestrado. A pessoa que não possui contato anterior ou que tenha um conhecimento apenas superficial da academia vai encontrar muita dificuldade em entender e se encontrar nesse mundo peculiar.

Por outro lado, o mestrado acadêmico traz em si, além da implicação “teórico”, a implicação de profundidade. Sendo assim muitos estudantes o procuram porque querem um curso que seja “puxado” e que tenha essa carga de novidade e de ponta. Nesse sentido, o mestrado profissional acaba por ser a alternativa mais interessante, pois junta a noção de profundidade desejada no curso com a ideia de que não é apenas “teórico”. Além disso, o fato de ser noturno faz com que seja a escolha óbvia de quem está em outra atividade profissional durante o dia.

No entanto, justamente essa proximidade com o mundo da prática e do trabalho aplicado, que é a grande força do mestrado profissional, termina por se revelar também seu ponto fraco. Há o risco de se preocupar tanto com a solução de um problema que a missão principal que é a junção da pesquisa e do pensamento científico com a realidade do mundo nos negócios resulta pífia. E nesse ponto a diferenciação entre um mestrado profissional e um MBA ou outro curso master fica muito difícil de ser reconhecida.

As disparidades entre os mestrados profissionais são grandes, variam desde conceitos diferentes sobre o que é uma dissertação profissional ou até mesmo no tradicional e

característico processo de orientação, com algumas instituições realizando esse processo resultando em dissertações em grupo, o que parece ser incongruente com o desenvolvimento crítico e independente esperado e se assemelha ainda mais aos TCCs de final de curso de uma pós ou mesmo de graduação.

Há, portanto, espaço para a oferta de um curso que oferecesse espaço para profissionais interessados em estudar com profundidade, em fazer pesquisa com rigor metodológico e cujas questões fossem orientadas para uma contribuição empresarial ou de mercado em lugar de uma lacuna na bibliografia ou uma contribuição à ciência.

O desenvolvimento do mestrado profissional da ESPM passou por muitas fases. No marketing, a área que estuda comportamento do consumidor é uma das mais populares nos eventos acadêmicos da ANPAD e SemeAd e não havia e ainda não há um curso similar ao Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor. Identificado o interesse dos estudantes na área, buscou-se verificar se um curso com essas características seria bem recebido pelas organizações. Empresas de diversos setores e tamanhos demonstraram grande interesse, resultando em diversas cartas de apoio ao lançamento do nosso curso e que foram incluídas no projeto de curso enviado a CAPES. Buscou-se o corpo docente internamente, todos pertenciam ao quadro da ESPM sendo que uma parte também estava envolvida com o mestrado e doutorado acadêmico.

O Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor está inserido em uma área extremamente dinâmica, comportamentos e tendências surgem e novas áreas em que esse conhecimento pode ser aplicado trazem novos *insights* a todo instante. Para manter a atualidade e oferecer debates sobre temas emergentes criou-se minicursos que possuem entre 4 e 12 horas/aula para trazer esses novos temas e dar suporte metodológico aos alunos. Neste último, os minicursos mais populares são os metodológicos, como de análise de conteúdo e/ou de bibliometria.

Outro ponto a ser destacado é a existência de um módulo internacional que acontece uma vez por ano. Não é um curso comprado de uma universidade, mas uma nova disciplina desenvolvida a cada ano, com a parceria de escolas locais e inúmeras visitas técnicas, tanto em empresas como em organismos internacionais, como os da comunidade europeia. A cada ano o tema é diferente e mesmo alunos já formados podem se juntar a esse curso. Sempre é oferecido no exterior em um formato "*campus abroad*". O curso é de responsabilidade de um docente do programa e vale créditos, mas ao mesmo tempo em que esse professor da casa ministra sua aula, esta é apoiada por palestras de professores visitantes das universidades locais e de visitas técnicas permitindo ampla interação com acadêmicos e profissionais de empresas locais. Uma alternativa desenhada para oferecer uma oportunidade de internacionalização a alunos que não podem dispor de um semestre para o intercâmbio.

O primeiro curso, em janeiro de 2016, Consumption & Macroeconomics, ocorreu na França, Alemanha e Luxemburgo. O segundo foi oferecido em 2017: Consumer Genealogy: como nasce e se forma o consumidor? O terceiro foi oferecido em 2018 e abordou o tema Consumer Behavior and Big Data com visitas e palestras na França e Inglaterra. O quarto ocorreu inteiramente na Itália e seu tema foi Consumer Journey and Made in Italy Experience. O mais recente, em 2020, foi Luxury Marketing and Consumer behaviour e foi realizado na França e na Itália.

Outro ponto que merece ser destacado é o resultado de um mestrado profissional, em especial o produto tecnológico. Como não há muita clareza sobre em que consiste esse tipo de produção, abre-se uma porta perigosa para a mera aplicação e replicação de práticas usuais. E quanto maior a ênfase no produto tecnológico maior pode ser a semelhança com um MBA. Em várias discussões sobre o tema em fóruns da área, causa estranheza a diversidade de ideias sobre o que é e como deve ser produzido.

O que deve ser ressaltado em um mestrado profissional é um misto de análise aprofundada da situação com o uso de uma metodologia científica que dê sustentação à proposta,

evitando assim as soluções gerenciais simplistas que podem vir a resolver o problema, mas não trazem contribuição para o conhecimento e nem capacitam a aprender a lidar com problemas. Sobretudo, porque os problemas estarão em constante mutação e pessoas que cursaram um mestrado, seja acadêmico ou profissional, deveriam ser capazes de saber como abordar novas e desafiantes situações.

Além disso, a inserção da área de Administração dentro das Ciências Sociais Aplicadas é um indicativo da característica obviamente “aplicada” da Administração. Não há uma pesquisa simplesmente per se. Toda pesquisa em Administração é aplicada. Causa até certa estranheza haver a característica de um mestrado profissional como sendo “aplicado” ou pretendendo resolver problemas empresariais, pois a meu ver toda pesquisa da área é, necessariamente, aplicada.

Em outras palavras, não há sentido em promover a separação de mestrado acadêmico e mestrado profissional. São ambos um aprofundamento de pensamento crítico suportado por conhecimento metodológico. Ambos só fazem sentido se aplicados em uma situação real. Se no passado o mestrado profissional era muito próximo de um acadêmico, agora se aproxima perigosamente de perder a identidade de mestrado para se fundir com uma imagem de MBA. Toda a confusão e dificuldade de posicionamento dos mestrados na área de Administração tem sua raiz no fato de que no fundo são muito semelhantes. No eterno debate sobre profissionais e acadêmicos, por que não ressaltar justamente o que é o ponto forte da administração que é a aplicabilidade e incentivar a produção de materiais que divulguem para a sociedade o conhecimento produzido?

Concluindo, o lugar do mestrado profissional é como mestrado, ou seja é um mestrado antes de ser profissional, pois na esfera “profissional” já há muitas alternativas satisfatórias ao estudante, mas a característica da pesquisa aplicada com rigor é a característica distintiva de um mestrado.