



DEANS' CORNER

Os grandes temas da atualidade nacional e internacional e as tendências da gestão analisadas pelos diretores das principais Escolas de Negócios portuguesas. Escrevem Filipe Santos, João Duque, João Pinto, José Crespo de Carvalho, José Esteves, Maria de Fátima Carioca e Pedro Oliveira.



JOSÉ CRESPO DE CARVALHO
Dean do Iscte Executive Education

Alumni como adeptos de clubes desportivos!?

A credito que o envolvimento estratégico dos alumni é fundamental para o crescimento e diferenciação de qualquer instituição de ensino superior. Os alumni representam uma riqueza inestimável de conhecimento, experiência e, acima de tudo, de lealdade (ou assim devia ser) à universidade que os formou. Tal e qual como o verdadeiro adepto de uma equipa de futebol, o alumnus deve ser um parceiro que apoia e estimula e quer aparecer na instituição universitária para ver o "espetáculo". E quer que esse espetáculo e os golos e as vitórias sejam cada vez melhores. Mas, mesmo que não se ganhe, está lá sempre para a sua alma mater. Ou deve querer-se que esteja. Assim, o desafio não está apenas em mantê-los próximos, mas, também, em integrá-los ativamente nas dinâmicas de ensino, inovação e evolução institucional.

Para além de serem embaixadores naturais da instituição, os alumni podem desempenhar papéis cruciais em diferentes frentes, como o ensino, a organização de eventos e a orientação estratégica. Cada uma dessas vertentes, quando bem explorada, ofe-

rece uma vantagem que nenhuma outra parceria externa pode proporcionar.

A integração dos alumni no processo de ensino, por exemplo, é uma das mais ricas formas de troca de saberes. A sua vivência no mercado de trabalho permite-lhes trazer uma perspetiva prática e atualizada que complementa o conhecimento mais académico. Quando um ex-aluno entra numa sala de aula como convidado ou docente, os participantes atuais têm a oportunidade de perceber como os conceitos que aprendem se aplicam ao mundo real. Isto é especialmente relevante em áreas como a gestão e a tecnologia, onde a evolução constante exige que os currículos académicos se adaptem rapidamente às mudanças do mercado.

Da mesma forma, a participação dos alumni em "workshops", conferências e eventos é uma via para a criação de redes de contacto que beneficiam tanto os participantes como os próprios ex-alunos. Estes eventos são plataformas de partilha de conhecimento, mas também de oportunidades, onde antigos e novos participantes podem colaborar, trocar ideias e até criar novas iniciativas em conjunto.

Do ponto de vista estratégico, parece-me crucial envolver ex-alunos nos conselhos consultivos e nas tomadas de decisão. Os alumni, com a sua experiência e visão, podem ajudar a universidade a alinhar as suas ofertas formativas com as exigências do mercado, garantindo que os cursos e programas se mantêm relevantes e ajustados às necessidades reais das empresas e da sociedade. Esta visão externa, mas profundamente enraizada na cultura da instituição, é uma das maiores vantagens competitivas que podemos ter. Para já nem falar em questões de "endowment", pouco portuguesas, mas que vão ganhando forte expressão em alguns exemplos representativos, mas ainda longe da maioria.

Porque não tornar os alumni em adeptos das universidades? Ou melhor, para os alumni a universidade não deve funcionar com uma lógica de clube?

Por fim, o envolvimento dos alumni como mentores e orientadores de carreira – sem esgotar todas as hipóteses – para os atuais participantes é uma dimensão que não pode ser subestimada. Estes momentos de partilha, seja em palestras formais ou conversas mais informais, permitem que os atuais participantes compreendam melhor o seu futuro profissional, obtenham conselhos valiosos e, talvez mais importante, se inspirem nas histórias de quem já passou por desafios similares.

Neste sentido, a relação com os alumni não é apenas uma questão de manter um vínculo emocional ou institucional, mas sim uma peça central numa estratégia de

longo prazo, nomeadamente em formação de executivos.

A chave está, e estará, em não os ver apenas como parte do passado, mas como parceiros estratégicos na construção do futuro da universidade. Eles trazem consigo um conhecimento que não pode ser ensinado nos livros, mas que é essencial para preparar novos participantes para os desafios que o mundo lhes reserva. E isso, creio, é o verdadeiro poder dos alumni.

Vou mais longe e, como referia de início, devemos querer que os nossos alumni sejam nossos adeptos apaixonados. Raramente se encontra alguém que mude de clube de futebol e, se o fez, é porque teve boas razões para tal. Mas é raro. Ganhe-se ou perca-se o jogo (de futebol ou o que seja), apesar da exigência que se coloca como adepto, vive-se o clube um pouco como nosso. Ali também se constrói, não uma vida paralela, mas antes uma vida fora da lógica rotineira. Alegrias e tristezas de naturezas diferentes são expressas em termos do nosso clube desportivo. Porque não tornar os alumni em adeptos das universidades? Ou melhor, para os alumni a universidade não deve funcionar com uma lógica de clube? ■



Getty Images

ID: 113035098

10-09-2024

J. CRESPO DE CARVALHO

Alumni como adeptos
de clubes desportivos!?

OPINIÃO 26

