

plataformas e redes sociais ('social learning')», prosseguindo: «E estamos a falar não só da forma como interagimos com o conteúdo, mas também com os vários interlocutores, através dos mais variados dispositivos (com incidência para o 'mobile learning'). Constatamos que as empresas estão cada vez mais recetivas e ávidas de incorporar novos formatos de aprendizagem, com recurso ao digital. Isto não acontece apenas por moda. Trata-se de uma exigência natural dos tempos em que vivemos e da velocidade em que ocorrem as mudanças. E estas também estão a acontecer no mundo da formação. É preciso inovar e criar novos modelos, mais flexíveis e adaptados às necessidades de aprendizagem individuais, tornando as organizações mais ágeis e capazes de dar resposta aos desafios emergentes. O modelo atual em que nos situamos evoluiu do 'e-learning' para o 'digital learning', um referencial mais lato que abrange vários formatos e recursos».

'Digital learning objects' (percursos digitais de apoio à formação presencial, manuais digitais, tutoriais, vídeos interativos, classes virtuais, entre muitas outras soluções; serviços de apoio ao desenvolvimento de competências (conceção de percursos personalizados de formação totalmente digitais ou 'blended', tutoria técnica e pedagógica à distância, implementação de estratégias digitais de 'gamification', formação em 'instrucional design', plataformas colaborativas); ferramentas de análise ('profilers' e 'quizzes', entre outras) – são estes os três tópicos enunciados por Fátima Gonçalves.

Para 2018, a CEGOC tem como grande prioridade «promover as soluções de 'digital learning', apostar

Hugo Leitão (B-Training, Consulting):
«As empresas começam a vislumbrar o 'e-learning' como algo mais dinâmico e interativo, e por consequência mais motivador, devido às ferramentas digitais existentes, tanto ao nível das funcionalidades das plataformas de formação à distância como das próprias ferramentas de autor.»



Fátima Gonçalves (CEGOC): «As empresas estão cada vez mais recetivas e ávidas de incorporar novos formatos de aprendizagem, com recurso ao digital. Isto não acontece apenas por moda.»

na experiência de aprendizagem personalizada e corporizar os seus percursos de formação através da nova plataforma corporativa ('Learning Hub'), potenciadora da 'learning experience', perspetiva a responsável, salientando ainda que pretendem «abraçar os desafios da transformação digital e colaborar com as organizações na construção de experiências de aprendizagem envolventes e que acrescentem valor ao negócio e ao desenvolvimento das competências dos colaboradores».

Um tema na agenda RH

Na People Value entende-se que a transformação digital veio para ficar. Sara Sousa Brito, a diretora, assinala também que «veio igualmente alterar o modo como o 'e-learning' é percecionado pelas várias organizações», ou seja, «já não é uma opção não estar no digital, o que faz com que este seja um tema que está incontornavelmente na agenda dos recursos humanos (RH) este ano».

Sara Sousa Brito realça também a ideia de já não estarmos a falar de 'e-learning' mas sim de 'digital learning'. «A presença do digital existe sob vários formatos e abordagens, sendo que o vídeo é a primeira opção. As organizações com mais anos de 'e-learning' estão a reanalisar conteúdos, a fazer 'upgrades' de formatos. Quem ainda não tinha oferta digital está a analisar toda a oferta do mercado, que neste momento é muito mais variada em termos de opções de produção e tecnologia. Os LMS ['learning management systems'] estão a ser substituídos por 'apps', mais 'user friendly' e multiformatos. Os conteúdos são produzidos mais rapidamente, com ferramentas de autor mais sofisticadas ou mesmo sem ferramentas de autor e diretamente em formato vídeo», salienta, para logo acrescentar: «Além dos avanços tecnológicos, urge a necessidade de disponibilizar a todos os colaborado-