
A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA PARA A EDUCAÇÃO CORPORATIVA

*The importance of distance education
for corporative education*

Francisco Antonio Pereira Fialho^a, Greicy Kelli Spanhol^b

^a Doutor em Engenharia de Produção e Coordenador da Área de Mídia e Conhecimento do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Santa Catarina, SC - Brasil, e-mail: fapfialho@terra.com.br

^b Mestranda em Mídia e Conhecimento no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC) da Universidade Federal de Santa Catarina. Supervisora de Processos do Laboratório de Educação a Distância (LED) da UFSC. Santa Catarina, SC - Brasil, e-mail: greicy@led.ufsc.br

Resumo

As empresas, para manterem-se no mercado competitivo da atualidade, exigem profissionais cada vez mais especializados. O antigo trabalhador passa a ser um colaborador, com visão globalizada dos problemas e soluções. As tarefas cada vez mais complexas necessitam de reciclagem constante e compartilhamento das informações no todo. Nesse aspecto, a EaD aparece como um sistema de apoio para facilitar os meios de aprendizagem na Educação Corporativa, objetivando desenvolver pessoas e talentos humanos, por meio da interatividade, autonomia e flexibilidade.

Palavras-chave: Educação corporativa; Educação a distância; Conhecimento.

Abstract

Companies in order to remain in today's competitive market, require professionals more and more specialized. Former employees became a collaborator with global vision of problems and solutions. The increasingly complex tasks require constant retraining and information sharing. Distance Education in this point of view emerges as a support system able to enhance corporative learning aiming to develop people and human talent, through interactivity, autonomy and flexibility.

Keywords: *Corporative education; Distance education; Knowledge.*

Com as mudanças na economia e o conceito de globalização, as organizações com modelo de estrutura vertical com o quadro hierárquico estável, em que a idéia de pirâmide (estrategistas no topo e executores na base) predomina, não apresentam a flexibilidade exigida pelos mercados interno e externo. No espaço delas surgem as organizações com modelo de estrutura horizontal, em que o processo decisório é descentralizado, e o comprometimento dos colaboradores, bem como o trabalho em equipe, é fundamental para contribuir com a eficácia e o sucesso da estratégia empresarial adotada.

Para Meister (1999, p. 2), a “mudança do paradigma no pensamento administrativo”, centrado apenas na economia de mercado, para a administração com ênfase nos “trabalhadores com conhecimentos culturalmente diversos”, é a realidade do século XXI. A administração passa a preocupar-se em unir o trabalho ao conhecimento, isto é, o trabalhador não é mais somente braçal, é um eterno aprendiz em busca de capacitação.

Com todas as transformações no mundo do trabalho e com a velocidade da informação, que ocorrem cada vez mais rápido na Era do Conhecimento, diplomas e certificados, sejam de cursos técnicos, graduação ou seqüenciais, expiram sua validade cada vez mais rápido. As empresas começaram a perceber que o que lhes mantêm em vantagem competitiva é o conhecimento, a qualificação, o comprometimento e o trabalho em equipe de seus colaboradores.

Na atualidade, as empresas em qualquer parte do mundo “buscam capacitar seu contingente humano para que possam reagir às exigências e às mudanças de demanda dos mercados, dos produtos e dos processos” (TORRES, 2004, p. 18), ou ainda, dedicam-se à “criação de uma cultura de aprendizagem

contínua, em que os funcionários aprendem uns com os outros e compartilham inovações e melhores práticas com o objetivo de solucionar problemas empresariais reais” (MEISTER, 1999, p. 21).

Para assegurar uma vantagem competitiva no mercado, faz-se necessário que o colaborador tenha autonomia, flexibilidade, espírito crítico, liderança, e que se mantenha atualizado às necessidades e tendências do mercado. Ainda, que seja capaz de aliar o seu talento a seu aprendizado com as estratégias de negócio da empresa, por meio de um processo contínuo “de aperfeiçoamento e atualização de conhecimentos, visando melhorar a capacitação técnica e cultural do profissional” (SILVA, 2006, p. 2).

Neste perfil de funcionários, as organizações passam a sentir necessidade de criar mecanismos para capacitar seus colaboradores e também para disseminar os conhecimentos que a empresas já possuem, bem como os que estarão adquirindo no futuro. Para Abreu, Gonçalves e Pagnozzi (2002, p. 47), é nesse momento que a gestão do conhecimento torna-se indispensável, pois as organizações sentem “a necessidade de desenvolver um sistema educacional próprio, totalmente orientado para o mercado, bem como aprimorar suas relações com os clientes, fornecedores e comunidade em geral”.

Surge então a idéia de Educação Corporativa com o objetivo educar e qualificar funcionários, clientes, prestadores de serviços, entre outros colaboradores da organização, para que estes possam desenvolver estratégias, cumprir metas e trazer resultados reais para a organização. Conceituando: é um “sistema de desenvolvimento de pessoas e talentos humanos alinhado às estratégias de negócio” (SILVA, 2006, p. 2).

A falta de profissionais capacitados no mercado com o perfil adequado para o atendimento das necessidades empresariais, num contexto de insatisfação com o ensino tradicional, impulsionou as principais e maiores empresas do mundo a começarem a formar seus quadros internamente, de acordo com as peculiaridades e especificidades de suas atividades, retomando, de certa forma, um modelo anterior em que as guildas medievais mantinham seu próprio exército e suas próprias escolas.

Dessa forma, surgem as Universidades Corporativas, cuja primeira experiência já data de 1955, nos EUA, quando a *General Electric* criou a *Controvile*, contudo só na década de 80 ocorreu um crescimento significativo destes novos espaços de aprendizagem e formação.

Estudos realizados em 1999 (publicado pela Corporate University Xchange) demonstram que nos EUA, em 1988, existiam 400 universidades corporativas que correspondiam a 50% do número de universidades tradicionais, ou seja, cerca de duas mil universidades. Estima-se que em 2010 as Universidades Corporativas superem o número de universidades tradicionais no país, ou seja, o equivalente a quatro mil universidades.

Os dados dão conta de que 40% das 500 maiores empresas mundiais já possuem sua universidade corporativa, como uma resposta às suas necessidades e demandas não-atendidas pelas instituições de ensino e universidades tradicionais. Os principais entraves estão nos cursos e programas que são regulados por lei; estrutura burocratizada dos centros acadêmicos que dificultam as decisões rápidas e estratégicas exigidas pela sociedade; seu corpo docente quase sempre está dissociado da realidade profissional e o ensino não consegue acompanhar a velocidade das mudanças. Já as principais vantagens trazidas pelas universidades corporativas são: o caráter flexível e livre de elaboração dos cursos, alinhados com a missão e linha estratégica das empresas numa aprendizagem contínua; ênfase voltada para o futuro; ensino em tempo real e de acordo com as demandas do mercado e sociedade; aprendizagem coletiva e baseada na prática das atividades da empresa.

Assim, o advento das universidades corporativas está reconfigurando a relação entre trabalho e educação, pois cada vez mais trabalhar e estudar se misturam como partes integrantes de uma mesma atividade, em que o local de trabalho vem se transformando numa extensão da sala de aula.

Nessa linha de pensamento, podemos dizer que a Educação Corporativa tem como pressuposto o compartilhamento do conhecimento por meio de uma rede interna com ênfase na comunicação permanente e suas funções são: Analisar, Pesquisar, Organizar, Disponibilizar Conhecimentos, Divulgar, Educar e Treinar sempre procurando otimizar o negócio e os resultados econômicos da organização. Para tal propósito, busca atrair, motivar e reter os talentos, contribuindo para a satisfação pessoal, dentro de um clima organizacional saudável.

Objetivos pretendidos ao se implantar universidades corporativas

A primeira idéia que nos vem ao imaginar a implantação de Universidades Corporativas consiste em transformar os Centros de Treinamento das Empresas neste novo espaço de aprendizagem e de construção de conhecimento, orientando a formação para:

- criar capital humano desenvolvendo as competências dos profissionais da organização;
- criar capital organizacional, capacitando as pessoas de forma cada vez mais focada nos negócios da empresa, provocando, ainda, uma visão de futuro;
- gerar conhecimento, construindo um diferencial competitivo, por meio do desenvolvimento humano e organizacional com base na motivação dirigida para a criatividade e a inovação.

Temos muitos exemplos em que o público-alvo compreende não apenas todos os profissionais da Organização, mas se estende aos seus clientes, fornecedores e, até mesmo, à comunidade, quando for preciso difundir conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para a utilização adequada dos produtos e serviços oferecidos pela empresa.

Um novo mundo está se formando em que organizações sem bandeira, multinacionais, e as nações tradicionais dividem o espaço hegemônico.

A importância da EaD na universidade corporativa

Na sociedade “aprendente” e da informação, exige-se cada vez mais versatilidade, flexibilidade, velocidade e proatividade nas inovações e tomadas de decisões por parte das pessoas, organizações e instituições. Cada vez mais as empresas se dão conta da importância da Gestão do Conhecimento, pois se sabe que a educação, bem gerenciada, transforma-se em competência capaz de gerar qualidade, sucesso e lucro.

O diferencial entre as empresas está ligado à capacidade dela em se manter em sintonia com as necessidades dos seus clientes, internos e externos. O capital intelectual passou a constituir-se no principal patrimônio construído pelas corporações que hoje percebem que valor pode ser gerado pela educação.

Os departamentos responsáveis pela capacitação humana dentro das organizações se conscientizaram da necessidade de rever seus métodos de levantamento de necessidades, metodologias, desenvolvimento e certificação de pessoas, bem como no que se refere à avaliação e medição de resultados.

As universidades corporativas apresentam um grande avanço na busca por melhores formas de gestão do conhecimento e desempenho nas empresas.

Nesse contexto, as redes de comunicação por computadores, principalmente a Internet/intranet, vêm exercendo um papel substancial. A esse propósito, as mudanças de paradigmas e de novos papéis exigidos dos profissionais pelas organizações, que enfrentam hoje desafios de proporções nunca antes imaginadas, impõem uma agenda desafiadora e cheia de oportunidades para educadores, instrutores e formadores.

As universidades corporativas diferenciam-se dos Centros de Treinamento tradicionais, posto que:

- objetivam desenvolver competências e não habilidades;
- seu foco está na aprendizagem organizacional, na conversão do capital humano em bens para a organização;
- a ênfase está nos Negócios e não nas Necessidades Individuais, embora, como já diria Kurt Lewin, seja necessário alinhar essas motivações para máximo benefício;

- o público estende-se no tempo e no espaço para todos os atores intervenientes no presente ou no futuro nos negócios;
- o local não é mais a sala de aula, mas o espaço virtual, privilegiando a Educação a Distância tanto em suas modalidades síncronas como assíncronas.

Os “Centros de Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos” estão se transformando em Universidades Corporativas. Essa mudança visa atingir não apenas uma alteração conceitual, mas antes de tudo criar e fomentar uma cultura de aprendizagem permanente entre os profissionais da Organização, aprendizagem esta orientada de acordo com as questões estratégicas propostas pela empresa.

A Universidade Corporativa está orientada para a gestão e desenvolvimento de competências, assemelhando-se à sistemática acadêmica de educação continuada. Migra-se, dessa forma, de uma “programação por demanda” para um processo de “aprender a aprender” a partir de uma programação em longo prazo que fornece ao seu público-alvo, neste caso especialmente a todos os profissionais da Organização, uma visualização de desenvolvimento para o futuro.

Fatores críticos para o sucesso da universidade corporativa

Em primeiro lugar, temos que falar da necessidade de uma infra-estrutura com recursos tecnológicos, como SAP, intranet, portais, Lotus Notes, canais de comunicação interna e outros para a implementação da universidade corporativa, além da possibilidade de desenvolver cursos presenciais, vivenciais e a distância.

Salientamos o fato de que esse é um processo lento e gradativo, cujo bom êxito depende, dentre outros fatores, de uma mudança da cultura organizacional da empresa, ou seja, da forma de pensar e agir dos profissionais frente a este novo paradigma da educação contemporânea. Se essa mudança não ocorrer, os resultados almejados podem ser comprometidos e a única mudança efetiva seria apenas da nomenclatura, passando de Centro de Treinamento para a Universidade Corporativa.

Para que isso não venha a acontecer e a implementação da Universidade Corporativa Organização seja feita com sucesso, algumas medidas e ações deverão ser realizadas, a saber:

- desenvolver programas de educação corporativa alinhados com as necessidades estratégicas de negócios da empresa;
- buscar indicadores capazes de mensurar os resultados relacionados aos objetivos da Organização e também às competências a serem desenvolvidas;

- estender o alcance a todos os atores envolvidos: toda a cadeia produtiva, inclusive clientes e fornecedores, além da comunidade fonte de renovação dos recursos;
- estabelecimento de parcerias e alianças estratégicas de médio e longo prazos;
- intensiva utilização da tecnologia aplicada à educação: “Aprendizagem a qualquer hora e em qualquer lugar”;
- comprometimento no sentido de afirmar que a empresa tem um efetivo interesse em tornar-se um pólo de educação permanente, responsabilizando-se, assim, pelo processo de aprendizagem.

Missão, visão e objetivos

A “Missão” de uma Universidade Corporativa deve ser a de “atrair, formar e desenvolver talentos humanos para a Organização, através da geração, assimilação, difusão e aplicação do conhecimento organizacional, criando valor pela educação”.

Sua “Visão de Futuro” deve ser a de transformar a organização em um pólo de educação permanente

Quanto aos objetivos que deve perseguir, enumeramos:

- desenvolver as competências dos profissionais da Organização, tendo como foco principal as estratégias da organização;
- capacitar as pessoas de forma cada vez mais focada nos negócios da empresa e no mercado;
- gerar um diferencial competitivo, mediante a motivação, criatividade e inovação;
- despertar nos talentos individuais a vocação para o aprendizado permanente;
- motivar e reter os melhores talentos, contribuindo para o aumento da realização pessoal, dentro de um clima organizacional saudável;
- incentivar e estruturar atividades que ensinem aos profissionais a gerenciarem suas carreiras e se responsabilizarem pelo seu autodesenvolvimento;
- difundir a importância que o Capital Intelectual assumirá na diferenciação das empresas;
- estimular uma cultura organizacional de apreço, de confiança, de valorização e sede de conhecimento;

- valorizar a imagem da Organização, demonstrando aos nossos acionistas e à sociedade a preocupação e o comprometimento da empresa com a formação de seus profissionais.

Propostas de competências para a universidade corporativa

Com a implantação de uma universidade corporativa, torna-se necessário definir que competências são exigidas pelas organizações do futuro. Propomos:

- aprender a aprender;
- desenvolvimento da inteligência interpessoal com vistas à comunicação e à colaboração;
- raciocínio criativo e resolução de problemas;
- aprender a fazer levando a um conhecimento tecnológico;
- conhecimento de negócios globais;
- desenvolvimento de liderança;
- capacidade de autogerenciamento da carreira.

Aprender a aprender consiste em construir novo conhecimento com base em um constante diálogo entre teoria e prática. Os trabalhadores precisam ter condições de analisar situações, fazer perguntas, procurar esclarecer o que não compreendem e pensar criativamente para gerar opções.

As relações interpessoais possibilitam trabalhar em grupo, colaborando com membros da equipe para compartilhar as melhores práticas em toda a organização e melhorar continuamente o relacionamento com clientes e fornecedores.

Raciocínio criativo e resolução de problemas é a capacidade de “descobrir por si próprio” como melhorar seu trabalho. Pensar criativamente, analisar situações, fazer perguntas e sugerir melhorias.

Conhecimento tecnológico não se limita a um saber fazer, mas inclui a adaptação ao mundo conectado das redes cibernéticas, onde as corporações estão desenvolvendo cursos para treinar seus funcionários em realidade virtual, Intranet e Internet, para que a colaboração global em equipe se torne realidade.

Para que todos remem em uma mesma direção, é preciso um “Conhecimento de negócios globais”. O ambiente competitivo global no qual não é possível prever com nenhuma certeza o que o futuro reserva para determinada indústria ou empresa.

Desenvolvimento de um novo estilo de liderança que emerge das redes de conversação e que enfoca a identificação e o desenvolvimento de pessoas comuns, mas capazes de levar a organização para portos seguros.

Autonomia pressupõe deixar aos trabalhadores do conhecimento a possibilidade de autogerenciamento de suas carreiras. Como as qualificações necessárias continuam a evoluir e mudar, empregados de todos os níveis precisam assumir o compromisso de assegurar que possuam as qualificações, o conhecimento e as competências exigidos tanto no cargo atual quanto nos futuros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As atividades que são necessárias para se chegar a uma Organização do Conhecimento são difíceis de serem construídas em espaços como uma organização ou uma sala de aula. É preciso ir além dos muros da escola ou dos portões da empresa.

A Educação a Distância com a possibilidade do enriquecimento das redes de conversação, do estabelecimento de interações independentes de espaço e tempo, com a tecnologia dos *datawarehouses* e *dataminings*, que cria atores não-humanos ou capazes mesmo de clonar humanos chaves para o sucesso organizacional, torna-se fundamental para as Organizações do Futuro.

No início da década de 1900, tínhamos os cursos profissionalizantes por correspondência oferecidos pelo Instituto Monitor, Instituto Universal Brasileiro, por entidades como SENAC, SENAI e SESC, e mais tarde as Universidades Corporativas (UCs), entre outras, supriam a demanda, abrindo a perspectiva de formação profissional (SPANHOL, 1999).

No final do século XX, com o crescimento acelerado das tecnologias da informação e de comunicação, associando as inovações tecnológicas e da automação com diferentes formas de telecomunicações, fez nascer a modalidade de Educação a Distância (EaD). Essa modalidade de ensino/aprendizagem passa ser um valioso ambiente para difundir a gestão do conhecimento e desenvolvimento de competências e habilidades em curto espaço de tempo, em qualquer lugar.

Assim, a EaD apresenta-se como o principal sistema para atender à demanda de disseminação do conhecimento, ou seja, destaca-se como uma importante alternativa para a formação tanto inicial quanto continuada dos profissionais. Para Ricardo (2005, p. 35), a Educação Corporativa, ao eleger a EaD para a educação profissional, é-lhe conveniente, pois consegue a “composição de seu próprio banco de conteúdos; desenvolvimento tecnológico; melhor performance mercadológica; colaboradores mais reflexivos e adaptados ao ambiente tecnológico”.

Precisamos anotar também que a necessidade de formação e a qualificação profissional dos colaboradores dentro das próprias organizações aliadas ao desenvolvimento tecnológico permitem a criação de cursos a distância

customizados, com recursos sofisticados e com alcance significativo. A EaD apresenta ainda um baixo custo de investimento e forma de aprendizagem centrada no aluno, onde este é “um sujeito ativo e capaz de determinar seu próprio aprendizado” (ABREU; GONÇALVES; PAGNOZZI, 2002, p. 55).

Se o aluno é funcional na EaD e os programas de Educação Corporativa “destacam-se como um sistema de desenvolvimento de pessoas e talentos humanos” (SILVA 2006, p. 2), justifica-se a parceria. O componente humano presente nas duas abordagens é muito forte, o aprendente é estimulado a desenvolver suas próprias habilidades, ele “trabalha de forma autônoma e colaborativa o que faz com que seja mais adequado ao mundo corporativo” (DE LUCA, 2003, p. 451).

Por fim, a Educação Corporativa, realizada por meio da EaD, apresenta benefícios diversos: baixo custo, flexibilidade de horário e lugar, menor tempo, acesso fácil a fontes geradoras de conhecimento (portais, *sites*, *links*, *chats*, internet, troca de experiências) e aprendizado diferenciado, de acordo com cada cursista e área de interesse. Também, a sala de aula passa a ser o mundo e a troca de idéias é efetuada num intercâmbio nacional e internacional em tempo real.

REFERÊNCIAS

ABREU, A. F. de; GONÇALVES, C. M.; PAGNOZZI, L. **Tecnologia da informação e educação corporativa**: contribuições e desafios da modalidade de ensino-aprendizagem a distância no desenvolvimento de pessoas. 2002. Disponível em: <http://www.bomjesus.br/publicacoes/pdf/revista_PEC_2002/2003_ti_educacao_corporativa.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2007.

DE LUCA, R. Educação a distância: ferramenta sob medida para o ensino corporativo. In: SILVA, M. (Org.). **Educação on line**. São Paulo: Loyola, 2003. p. 447-457.

MEISTER, Jeanne C. **Educação corporativa**. Tradução de Maria C. R. Reatto. São Paulo: Makron, 1999.

RICARDO, E. J. Educação corporativa a distância: algumas reflexões. In: RICARDO, E. J. **Educação corporativa e educação a distância**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005. p. 27-37.

SILVA, D. S. **Educação corporativa**. 2006. Disponível em: <http://www.fecap.br/Portal/Arquivos/Graduacao_Rev_Estudante_On_Line/Educacao_Corporativa_Deborah_Ribeiro_Silva.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2007.

SPANHOL, F. **Estruturas tecnológica e ambiental de sistemas de videoconferência na educação a distância**: estudo de caso do laboratório de ensino a distância da UFSC. 1999. 120 f. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

TORRES, Patrícia Lupion. **Laboratório *On Line* de aprendizagem**. Tubarão: Unisul, 2004.

Recebido: 23/02/2008

Received: 02/23/2008

Aprovado: 25/03/2008

Approved: 03/25/2008