

## A Educação à Distância na Formação da Educação Corporativa

### *The Distance Education in Corporate Training Education*

Lismara Ribeiro Macedo

Mestranda em Desenvolvimento Humano e Responsabilidade Social (FVC)

Coordenadora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

#### **Resumo**

O objetivo deste artigo é analisar as relações da Educação à Distância no contexto da Formação Corporativa. Tal aplicação traz ao centro o debate de artigos sobre o tema, buscando apresentar as contribuições de como a educação a distância pode favorecer na formação e no aperfeiçoamento dos funcionários, independente do nível hierárquico que os mesmos exerçam na organização. O caminho percorrido considerou pesquisas bibliográficas realizadas no âmbito da educação corporativa, a exemplo de Petters (2001), Nunes (1999), Lévy (1993), Eboli (2004), entre outros. Após a análise das referidas bibliografias, é observado que o tema instiga a um aprofundamento de estudos no campo educacional e corporativo, haja vista que uma formação especializada de qualidade permite ao sujeito responsabilidade, tanto no sentido de agir e reagir perante os desafios e problemas dentro da organização.

**Palavras-Chave:** Educação Corporativa. Educação a Distancia. Formação.

#### **Abstract**

*The aim of this paper is to analyze the relationship of distance education in the context of Corporate Training. This application brings the center of the debate on the topic, trying to present the contributions of how distance education can facilitate the formation and improvement of employees, regardless of rank that they engaged in the organization. The path considered literature searches carried out within the corporate education, like Petters (2001), Nunes (1999), Levy (1993), Eboli (2004), among others. After analysis of these bibliographies, it is observed that the theme instigates a more complete studies in education, enterprise, since a quality specialized training allows the individual responsibility, both to act and react to the challenges and problems within the organization.*

**Keywords:** Corporate Education. Distance Education. Training.

## 1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de novas tecnologias comunicativas, como o barateamento de acesso e a necessidade crescente de formação à educação da cidadania, contribuem para um melhor desenvolvimento da educação no Brasil, mas ainda falta muito para que a Educação à Distância seja introduzida no Brasil como ingrediente estratégico de educação e formação. (NUNES, 1999).

A modalidade organizada da Educação à Distância (EaD) surge, gradativamente, na sociedade atual, envolvendo um indicador cada vez maior de sujeitos sociais, seja no âmbito acadêmico, esfera pública e/ou privada, atingindo a sociedade local, nacional e até mundial. Dessa forma, o acesso ao processo de ensino-aprendizagem através da EaD, está virando uma realidade para muitos, ela deve ser vista como um laboratório para esta nova experiência curricular, por meio da quantidade de recursos tecnológicos que vão se agregando a esta modalidade de ensino. Segundo Morhy (2005), *‘ É necessário um ordenamento mínimo estratégico para vencermos as distancias, usando com bom proveito as tecnologias modernas á disposição da educação. E isso inclui a necessária capacitação de todos os atores. ’*

Embora a educação online não seja vista como solução para os problemas educacionais do país, a “aprendizagem autônoma” ou midiaticizada assume um grande valor na sociedade atual, sendo inclusive recomendada a um grande número de profissionais. Sendo assim, é importante refletir sobre os indicadores dessa modalidade de educação, no que se refere principalmente à aprendizagem dos sujeitos nessas circunstâncias, pois a educação online continua sendo educação e cada vez mais surge novas perspectivas para problematizar este novo campo de ação.

## 2. EDUCAÇÃO A DISTANCIA: CONTRIBUIÇÕES TECNOLÓGICAS

As tecnologias da informação e da comunicação estão presentes em nossas vidas, transmitindo valores e padrões de conduta, socializando muitas gerações. Dessa forma, os estudos sobre informática e a comunicação através das novas tecnologias devem estar presentes nas discussões acadêmicas atuais, possibilitando a aproximação entre os vários saberes. Segundo Lévy,

“...é mais difícil, mas também é mais útil apreender o real que está nascendo, torná-lo autoconsciente, acompanhar e guiar seu movimento, de forma que venham à tona suas potencialidades mais positivas.” (Lévy, 1993)

É importante salientar que cada vez mais a linguagem cultural inclui o uso de diversos recursos tecnológicos para produzir processos comunicativos, utilizando-se diferentes códigos de significação (novas maneiras de se expressar e de se relacionar) e que as tecnologias da comunicação, além de serem veículos de informações, possibilitam novas formas de ordenação da experiência humana com múltiplos reflexos, particularmente na cognição e na atuação humana sobre o meio e sobre si mesmo.

Atualmente, a produção e o acesso ao conhecimento se expandiram. O *locus* de aquisição e de produção descentralizou-se e, pode hoje ser realizado em vários espaços e por muitos agentes, viabilizado, principalmente, pelos avanços tecnológicos da informática, que possibilita um intercâmbio de informações e de conhecimentos atualizados.

A idéia de se contemplar uma estrutura que acompanhe o mundo contemporâneo, por exemplo, demanda repensar a sua construção, levando-se em consideração os interesses, o contexto sócio-cultural e a correlação de forças envolvidas na sua concepção.

Mas, muito além deste exercício e da superação de um modelo linear e sequencial de ensino, produto de um modelo epistemológico racional-positivista, é saber como colocá-lo em prática, como moldá-lo às novas necessidades e a um momento em que as TICs estão totalmente imbricadas nesse processo.

Embora uma das grandes vantagens em ambientes virtuais de aprendizagem seja a comunicação a qualquer hora e qualquer lugar, muitos participantes com vivência em EaD têm revelado que o “preço” de tal flexibilidade significa interações intensivas, um grande fluxo de informações, dificuldade de organizar o que é relevante e um grande investimento de tempo.

Os aprendizes devem ser encorajados a confrontar problemas práticos da vida, questões que ainda não têm solução clara. A interação e o trabalho cooperativo são um caminho não só para buscar um produto coletivo, mas para desenvolver uma visão mais ampla, visando identificar as incoerências e incompletudes; e também para estimular a criatividade em prol de novas descobertas e alternativas inovadoras. Em tal concepção os aprendizes são co-autores da construção do conhecimento e do seu próprio processo de aprendizado.

Desde o surgimento da educação à distância, as diferentes tecnologias incorporadas ao ensino contribuíram para definir os suportes fundamentais das propostas. Livros, cartilhas ou guias especialmente redigidos foram as propostas iniciais; a televisão e o rádio constituíram os suportes da década de 70; os áudios e vídeos, da década de 80.

Nos anos 90, a incorporação de redes de satélites, o correio eletrônico, a utilização da internet e os programas especialmente concebidos para os suportes informáticos aparecem como os grandes desafios, surgindo assim outra modalidade, o e-learning.

O desenvolvimento atual da tecnologia favorece a criação e o enriquecimento das propostas em ensino à distância, que é a interatividade com a construção do ambiente virtual de ensino, bem como a preparação do conteúdo didático do programa ou curso a ser implementado.

A decisão da escolha das tecnologias em termos de hardware e software será função direta do tipo de ensino. Se inteiramente virtual ou semipresencial, esta última modalidade combina aulas presenciais com modalidade virtual.

Tais avanços tecnológicos propiciaram a expansão de programas de ensino à distância e de educação corporativa e a criação de um mercado de fornecedores de soluções educacionais. Neste contexto, surgiram muitas organizações fornecedoras de produtos que implementam ambientes de ensino a distância e de educação corporativa. Tais produtos ofertados pelo mercado enquadram-se na categoria de soluções comerciais (WebCT e Lotus Learning Space), não comerciais/acadêmicas (AulaNet e Virtual-U) e experimentais na internet que suportam programas de ensino à distância.

## **2. A EDUCAÇÃO CORPORATIVA NO ÂMBITO DAS UNIVERSIDADES**

Refletindo sobre a economia política da educação à distância, nos deparamos com alguns questionamentos: o que mudou e o que ficou mais ou menos a mesma coisa? O que mudou, mais do que nada, é que foram as empresas, às vezes aproveitando vínculos com as universidades tradicionais, que mais rapidamente adotaram as novas tecnologias – acima de tudo o e-learning para a EaD. As universidades corporativas vão se multiplicando e usando cada vez mais o e-learning, enquanto as universidades convencionais, com algumas exceções impressionantes têm sido muito mais lentas na adoção das novas tecnologias e da EaD. Estamos falando de EaD por meio da internet, que aproveita a convergência digital.

É dentro das universidades que, assim como na legislação defasada, se encontra resistência. Ninguém gosta de mudar, mas mudar é fundamental para reduzir o custo da educação superior a um ponto que permita maior acesso.

Na EaD existe a possibilidade de organizar o processo educacional de modo que se possa chegar a muito mais educandos com o mesmo investimento. Também se pode reduzir os custos variáveis (inclusive o custo de transporte e perda de tempo dos instrutores e educandos) por meio de investimentos em materiais didáticos de alta qualidade, do uso de especialistas de primeira qualidade no desenho e na preparação de cursos e da substituição de instrutores menos qualificados para apoiar os educandos on-line e até de automatização de parte do processo instrucional para reduzir os custos (Por exemplo, muitas dúvidas comuns podem ser resolvidas por intermédio do uso de listas de ‘perguntas mais freqüentes’ com as devidas respostas, deixando somente as perguntas mais complexas para os experts mais qualificados e caros. Organizando os educandos em grupos, permite-se que eles mesmos possam se ajudar via e-mails, chats, fóruns etc. Esse processo em geral eleva os custos fixos, mas tem o potencial de reduzir os custos variáveis.

## **3. A FORMAÇÃO NA UNIVERSIDADE CORPORATIVA**

As novas organizações criadas na sociedade da informação passaram a ser caracterizadas fundamentalmente pelas missões de gerar novos conhecimentos, armazená-los e torná-los disponíveis para serem transferidos aos quadros das próprias organizações ou a outros interessados.

Do lado das universidades, as mudanças foram profundas e as atividades ligadas à investigação passaram a ser consideradas como de grande relevância para a sustentabilidade das instituições. Os modelos centrados na formação de pessoal para atendimento às demandas do mercado foram rapidamente substituídos por outros, nos quais o ensino e a pesquisa devem se articular intensamente, de forma a assegurar a preparação dos egressos para o enfrentamento de novas situações decorrentes dos avanços cada vez mais rápidos da ciência e da técnica, do surgimento de novas profissões e do desaparecimento de outras, sempre em decorrência do progresso científico e do crescente número de inovações importadas ao dia-a-dia da sociedade.

Sentiram-se estimuladas a oferecer alternativas de capacitação, por meio de modelos que permitam familiarizar seus quadros com as inovações tecnológicas e de gestão, e, ainda, que possibilitem o estreito contato com as fronteiras do conhecimento.

Pode-se então considerar que a universidade corporativa é uma consequência da consolidação da sociedade da informação, com a missão de oferecer mecanismos de aprendizagem vistos até pouco tempo atrás como não convencionais, em modalidades que consideram as peculiaridades da empresa (por muitos, chamadas *Just-in-case*) ou a atualidade das informações necessárias ao desenvolvimento de um produto inovador (*Just-for-you*), conferindo-lhes uma missão bastante diversa daquela das universidades tradicionais, sempre voltadas pra uma formação capaz de assegurar a formação básica necessária ao enfrentamento dos novos desafios.

Dessa forma, os últimos anos foram marcados pelo extraordinário crescimento do número de universidades corporativas, que nos Estados Unidos já ultrapassam vários milhares e, no Brasil, já alcança, a centena. Verificou-se assim o nascimento de um novo “mercado do conhecimento”, no qual se torna imperioso equilibrar as demandas convencionais, respondidas pelos cursos de graduação e de pós-graduação tradicionais oferecidos nas instituições de ensino, com as novas demandas originárias dos segmentos da indústria, do comércio e de serviços, de agronegócios e de tecnologia.

Nesta nova era em que o capital humano passa a ser mais importante do que o capital tradicional, algumas indagações podem surgir na mente dos gestores das organizações. Como a organização estimula, identifica, desenvolve, mantém, protege e compartilha seu capital intelectual? Como as inovações tecnológicas, os conhecimentos adquiridos e outros componentes do capital intelectual são compartilhados internamente à organização?

Questões como essas exigem dos executivos das organizações decisões estratégicas inerentes ao estímulo do pensamento inovador e preservação do conhecimento tecnológico de seus colaboradores. De fato, as organizações estão tendendo a implementar cada vez mais a educação corporativa como forma de responder a tais questões, bem como a maneira de desenvolver competências e habilidades necessárias à realização de suas estratégias de negócios.

A educação corporativa via universidades, institutos, centros ou escolas de diversos tipos e estrutura, surgiu e está crescendo, rapidamente, para atender às necessidades de educação continuada e, em sua filosofia, deve sustentar a vantagem competitiva, que inspire aprendizado permanente e desempenho excepcional dos valores humanos e, conseqüentemente, das organizações como meio de alavancar novas oportunidades, entrar em novos mercados globais, criar relacionamentos mais profundos com os clientes e impulsionar a organização para um novo futuro.

A educação corporativa, diferentemente da educação formal, que necessita de credenciamento e reconhecimento oficial, caracteriza-se pelo reconhecimento apenas pelo mercado que, também, avalia sua qualidade. Na educação formal, a qualidade é mensurada por padrões quantitativos e alheios à realidade do mundo empresarial.

Enquanto a educação formal considera imprescindível o diploma registrado para o curso ter validade, na educação corporativa o que vale é a aprendizagem.

As universidades corporativas podem oferecer cursos e programas com características da educação formal, com o objetivo de atender a um público específico e visando à migração de créditos, ou seja, o aproveitamento dos estudos realizados no ambiente da educação corporativa para a educação formal.

Pode-se concluir também que há uma forte relação entre educação corporativa e gestão por competências, o que facilita o alinhamento do processo educacional às estratégias do negócio e propicia vantagem competitiva. Esse alinhamento é um dos pontos importantes para a sobrevivência organizacional. Com as estruturas organizacionais cada vez mais enxutas, os profissionais cada vez mais capacitados e as empresas com margem de lucro cada vez mais

reduzida, o conhecimento do negócio torna-se imprescindível para o prosseguimento no caminho do sucesso.

Educação corporativa, segundo Eboli (2004), compreende sistemas educacionais que privilegiem o desenvolvimento de atitudes, posturas e habilidades, e não apenas conhecimento técnico e instrumental aos colaboradores das empresas, visando prover oportunidades de aprendizagem ativa e contínua, que dêem suporte para a empresa atingir seus objetivos críticos do negócio.

Tais sistemas podem compreender as formas de: educação formal, no caso de cursos de formação acadêmica requeridos; educação não formal, por meio de cursos ou programas de currículos desenvolvidos especificamente para atender aos colaboradores de determinada área da empresa, por exemplo; e educação informal, que considera atividades como: visitas de benchmarking, dinâmicas para discussão de casos, palestras e congressos especializados.

- O programa de educação superior, os das instituições formais ou os das universidades corporativas, voltados para a formação de talentos humanos para o mundo do trabalho, devem desenvolver qualificações, competências e conhecimentos básicos no educando para o ambiente de negócios;

- Serviços educacionais com maior variedade de produtos e utilização de estratégias voltadas para o mercado;

- Educação voltada para o mercado e para a empregabilidade, com foco na conveniência, no atendimento individualizado do educando, em tempo real. O educando como consumidor do conhecimento;

- Cursos sob medida, que tenham como foco as qualificações, o conhecimento e as competências requeridas pelos profissionais ou pelo mercado;

- Educação continuada; necessidade de aprendizagem permanente;

- Uso mais intenso de tecnologias educacionais de ponta em apoio a metodologias avançadas e mais atraentes, que facilitem o processo da aprendizagem;

- A educação à distância é utilizada cada vez mais com mais intensidade, universalizando o conhecimento.

- As universidades virtuais, com a utilização de recursos multimídia, via rede ou satélite, farão surgir as megauniversidades, com programas direcionados para todos os continentes;

- As parcerias entre as instituições de educação formal e as organizações empresariais tendem a ampliar-se, tornando-se rotina entre entidades líderes nessas áreas. Será a sinergia da aprendizagem entre o mundo empresarial e o acadêmico;

- A participação das empresas da disseminação da aprendizagem, via educação corporativa, será cada vez mais intensa;

- A educação deverá ser centrada no educando e desenvolvida em ambientes e em organizações diversificados, não sendo privativa da universidade ou de outras instituições de educação formal.

No caso brasileiro, as distâncias não podem ser encaradas exclusivamente no seu sentido físico, à medida que temos de enfrentar outros desafios, dos quais se destacam a eliminação das disparidades sociais e regionais e a inclusão digital.

Por outro lado, pelas próprias peculiaridades do país, pelas suas dimensões continentais e pela existência de uma pujante rede de instituições de educação superior, devem ser estimuladas novas concepções de articulação entre as universidades e o setor produtivo, de modo a definir um novo modelo em que universidades convencionais e universidades corporativas interajam e se complementem na busca da competitividade para nossas empresas, decisiva para a sua inserção no fluxo de comércio internacional.

O uso intensivo das novas tecnologias da informação e da comunicação passam a fazer parte da agenda de mudanças nas universidades convencionais, exigindo novas concepções curriculares, nova prática pedagógica e modelos viáveis de articulação universidade – empresa.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo mostrar como a discussão sobre a educação à distância e as universidades corporativas é pertinente, em se tratando do cenário mercadológico, que exige uma formação contínua. A apropriação teórica que obtive foi decisiva para o enfrentamento de tal discussão.

A EaD pode se tornar mais prática e até menos dispendiosa, se considerarmos alguns fatores importantes como a rapidez das informações, a possibilidade de formação de grupos maiores, simultaneamente, e o não deslocamento de funcionários.

Cada organização precisa levantar suas necessidades e objetivos quanto à formação continuada de seus funcionários, à estrutura disponível e analisar qual a melhor forma de trabalhar com a EaD, deixando de lado a postura reprodutiva para assumir uma postura criativa, reflexiva e construtiva.

Em se tratando da educação corporativa, ela pode ser entendida como um conjunto harmonioso e estrategicamente composto de programas de formação que visam desenvolver, nos colaboradores de uma organização, conhecimentos, habilidades e competências que se encontrem alinhados com os objetivos estratégicos da organização, tornando-a mais competitiva.

É necessário que a educação à distância, vinculada às universidades corporativas esteja engajada no sentido de oferecer um curso de alta qualidade aos seus funcionários, buscando destes o aprimoramento profissional que as empresas tanto desejam.

#### REFERÊNCIAS

BAYMA, Fátima (org.). **Educação a Distância e Educação Corporativa**. In: Educação Corporativa: desenvolvendo e gerenciando competências: / Fundação Getúlio Vargas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. p. 22 - 29.

BOFF, Leonardo (org.). **Desafios Humanísticos e Éticos da Educação a Distância**. In: Educação Corporativa: desenvolvendo e gerenciando competências: / Fundação Getúlio Vargas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. p. 7 – 11

EBOLI, Marisa. **Educação Corporativa no Brasil: mitos e verdades**. São Paulo: Editora Gente, 2004.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Ed.34, 1993.

MEISTER, J. C. **Educação Corporativa**. São Paulo: Makron do Brasil, 1999.

MORHY, Lauro (org.). **Educação e Tecnologia: O desafio de Vencer Distancias**. In: Educação Corporativa: desenvolvendo e gerenciando competências: / Fundação Getúlio Vargas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. p.12 - 17.

RICARDO, J. Eleonora (Org). **Educação Corporativa e Educação à Distância**. Rio de Janeiro: Qualitymark, Editora, 2005.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **A educação a distância e o seu grande desafio: o aluno como sujeito de sua própria aprendizagem**.