

A AÇÃO DO PEDAGOGO NA GESTÃO DE UNIVERSIDADES CORPORATIVAS EM EMPRESAS DO PÓLO INDUSTRIAL DE MANAUS

TCB4063

12 / 2005

ROBSON SANTOS DA SILVA

UNIVERSIDADE PAULISTA - CAMPUS MANAUS
VICE- REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

cigrobson@yahoo.com.br

Categoria: Conteúdos e Habilidades
Setor Educacional: Educação Corporativa
Natureza do Trabalho: Relatório de Pesquisa
Classe: Investigação Científica

Resumo

Tendo em vista atender à demanda educacional requerida pelos talentos humanos e colaboradores de empresas do Pólo Industrial de Manaus (PIM), o projeto destinou-se a pesquisar quais os conhecimentos e habilidades o pedagogo deve possuir para que possa implementar e gerir Universidades Corporativas (UC), ou seja, ambientes educacionais permanentes dentro das próprias empresas, buscando-se superar o treinamento e o desenvolvimento rumo a uma mudança qualitativa da formação humana, objetivando assim a evolução holística de conhecimentos, atitudes e, principalmente, comportamentos.

Neste contexto, foram observadas instituições de ensino superior, empresas, pedagogos e estudantes destes cursos, verificando-se as demandas existentes no mercado de trabalho, a validade das UC e se os conhecimentos necessários para que os pedagogos possam gerir estes ambientes educacionais estão sendo corretamente oferecidos pelas Instituições de Ensino Superior. Ainda dentro deste contexto, analisou-se de que forma a utilização do e-learning pode viabilizar e aprimorar as UC, particularmente no PIM.

Palavras-Chave: *Universidade Corporativa – Pedagogia - Manaus*

INTRODUÇÃO

A expressão Universidade Corporativa (UC) surgiu nos Estados Unidos ainda na década de 80. Em 1988, havia 400, hoje, os EUA já contam com mais de 2000. No Brasil, estima-se que existam 500 UC, sendo uma parcela considerável pertencente a multinacionais, empresas de grande porte e instituições públicas. Normalmente, as UC atuam promovendo cursos de capacitação em vários níveis, sendo que, em algumas oportunidades, são realizados convênios com Instituições de Ensino Superior (IES).

A UC é o resultado direto da evolução histórica da gestão empresarial. Ao longo de suas trajetórias, observa-se que a preocupação das ações corporativas já esteve centrada em seus produtos e serviços, mas, atualmente, as empresas já perceberam que o seu grande valor está na capacidade de trabalho e competência de seus talentos humanos. Particularmente a década de 90, foi considerada a que marca o início do período de transição da Era da Informação para a Era do Conhecimento, fazendo com que os meios de produção tradicionais não fossem mais considerados o diferencial competitivo das empresas, mas sim o desenvolvimento contínuo do conhecimento humano e de suas formas de aplicação.

O fato é que a Informação e conhecimento são elementos essenciais ao sucesso das corporações. Para tanto, é preciso que se observe que seus planos estratégicos devem estar apoiados em programas de educação continuada de seus profissionais – o capital humano da organização. Neste contexto, a Educação Corporativa, viabilizada através de universidades (centros educacionais aliados aos objetivos organizacionais), originadas no âmbito das próprias empresas, visa propiciar condições e espaços para a criação e disseminação de conhecimentos, para estruturar programas voltados para melhores resultados e para consolidar a cultura da empresa em cada funcionário. No entanto, deve-se observar que, apesar do nome *universidade*, as iniciativas empresariais não possuem junto ao Ministério da Educação o status de instituição de ensino superior (IES), sendo compreendido por este como uma oportunidade para a formação continuada, inclusive com a possibilidade de convênio e parcerias com IES e demais órgãos e instituições na área de educação.

Juntamente com essa nova forma de pensar as pessoas da empresa, observa-se também o fim da “Era do T&D – Treinamento e Desenvolvimento”. Apesar disso, muitas são as empresas que insistem em viver a Era da Industrialização. Verdadeiras fortunas ainda são gastas com programas de Treinamento e Desenvolvimento, T & D, mas a maioria dos programas continua desvinculada do negócio, da estratégia e dos resultados desejados pelas empresas.

O conteúdo trabalhado pela UC envolve um conjunto de atividades repassadas, de maneira profunda, aos colaboradores como crenças, valores, enfim, a cultura da organização. Observa-se ainda que uma UC bem concebida deve ter o objetivo específico e planejado de construir um bloco de conhecimento adequado para cada segmento de negócio. A prática está mostrando que a força, e até a nobreza, do nome UC tem servido como demonstração que a empresa que a implanta tenha um efetivo interesse em tornar-se um pólo de educação permanente. Observa-se que, ao contrário do antigo sistema de T & D, a UC não ocorre independentemente da realidade ou de forma neutra, ou seja, é fruto do sistema social, econômico e político, estando intimamente relacionado a todos os determinantes que configuram a realidade brasileira ou por eles condicionada. Sendo assim, é evidente que é preciso saber unir esta noção à responsabilidade, requisitos, condições pessoais e técnicas de sua função, capaz de pôr em prática ações holísticas e interdisciplinares.

Segundo autores como M. BELLONI (2001), para ser considerado um profissional capaz e preparado para enfrentar os atuais desafios do mercado de trabalho, as UC devem ser capazes de auxiliar o colaborador a despertar ou desenvolver valores como, por exemplo: empatia, senso de realidade, mentalidade científica, iniciativa, criatividade, autocontrole, interesse pela educação, maturidade emocional, entusiasmo e uma sólida cultura geral e profissional.

A Internet e as tecnologias de *networking*¹ e de comunicação têm um papel fundamental na tarefa de democratizar o acesso aos programas educacionais das UC, aumentando a capacidade de atingir objetivos, maximizando a utilização dos recursos investidos. O componente virtual da UC pode ser utilizado isoladamente, com programas de desenvolvimento totalmente a distância, ou como uma ferramenta para manter a coesão do grupo através de fases presenciais intercaladas com fases de auto-estudo a distância cuja característica mais marcante é a possibilidade de um programa de treinamento contínuo - *Continuing Education* - ao invés de um programa caracterizado por atividades isoladas e pontuais. Nesse contexto, dentro das grandes empresas, o uso da educação a distância em suas universidades corporativas não é mais novidade. O *e-learning*² está presente e elimina a barreira de tempo/distância, amplia os recursos investidos, o acesso dos funcionários a programas de educação e treinamento e difunde os valores e a cultura da empresa.

A UC pode ser implantada por empresas de grande porte ou que possuam múltiplas plantas e que desejam ampliar e padronizar os programas de treinamento; por empresas de grande, médio e pequeno porte que desejam oferecer a seus colaboradores novas oportunidades de desenvolvimento e autodesenvolvimento e por consórcio de empresas ou associações de classe.

¹ Rede de relacionamento profissional

² Ensino via Internet, ou seja, a partir de plataformas ou programas destinados à educação via web

Quanto à aplicação, as oportunidades e necessidades educacionais são inúmeras. A Internet também possibilita ampliar o atendimento com os mesmos recursos. Algumas das aplicações normalmente observadas nas UC são para: Formação e Desenvolvimento do Corpo Gerencial; Educação de Executivos; Saúde e Segurança no Trabalho; Treinamento de força de vendas; Procedimentos e Rotina de Trabalho; Treinamento na operação do software de gestão integrada; Disseminação, através de treinamento formal, das políticas de Qualidade da Empresa; Certificação de revendedores, distribuidores e empresas de assistência técnica; Fidelização do cliente final através de programas especiais de treinamento.

Sendo um potente instrumento, tanto para empresas públicas quanto para as empresas privadas, para formar e treinar pessoal em sua área de atuação, a UC tem como principal motivador – para o seu desenvolvimento – segmentar ou direcionar a área de formação de pessoal nas empresas, seja na graduação, pós-graduação (a partir de convênios) ou mesmo em cursos de extensão, através treinamentos internos e externos. Entretanto, a UC não tem seus cursos reconhecidos como oficiais a não ser quando são estabelecidas parcerias com instituições devidamente credenciadas pelo MEC para oferecer cursos de Graduação ou Pós-Graduação.

O PIM teve, em 2004, aprovado o amparo que prorroga por mais vinte anos a Zona Franca de Manaus e isso trouxe um novo e grande impulso à produção local. E, neste contexto de otimismo, pode-se perceber com mais clareza que três preocupações básicas quanto aos colaboradores já começam a dar resultados, ou seja, *a gestão do conhecimento, o capital intelectual e o valor do conhecimento.*

A *Gestão do Conhecimento* é uma forma de olhar a organização, buscando possibilidades em que o conhecimento possa ser usado como vantagem competitiva. Conhecimento útil, proveniente da experiência, da análise, da pesquisa, do estudo, da inovação, da criatividade. Conhecimento sobre o mercado, a concorrência, os clientes, os processos de negócio, a tecnologia e tudo mais que possa trazer vantagem competitiva à organização. De acordo com Tarapanofa (2001), *Gestão do Conhecimento* é o processo de busca e organização da *expertise* coletiva da organização, em qualquer lugar em que se encontre, e de sua distribuição para que ocorra maior retorno em todas as áreas. Assim, a criação de conhecimento organizacional pode ser definida como a capacidade que uma instituição tem de criar conhecimento, disseminá-lo na organização e incorporá-lo em seus produtos, serviços e sistemas. Para Souza (2000), a proliferação recente de universidades corporativas já é uma clara e, em muitos casos, eficaz resposta às necessidades de uma nova economia. Desta forma, constitui-se numa alternativa estratégica para a gestão do *Capital Intelectual* na *Era do conhecimento.*

O conhecimento já é o fator econômico mais importante na competição organizacional. Conhecimento sobre seu mercado, seus processos, seus clientes,

sua tecnologia, seus concorrentes. A necessidade desse conhecimento não se restringe somente no sentido abstrato, ou teórico, porém aplicado ao dia-a-dia das empresas. Esse conhecimento deve ser inserido em cada processo, em cada operação, nas atitudes dos colaboradores da empresa, para que, de forma consciente, ele saiba o que e o porquê produzir de determinada maneira.

Kotler (2000, p. 29) explica que

as empresas que comercializam produtos e serviços de consumo em massa, como refrigerantes, cremes dentais, aparelhos de televisão, devem ter idéia clara de seus clientes-alvo, o conhecimento das necessidades que seu produto atenderá e uma comunicação enfática e

De acordo com Terra (2000), a *Gestão do Conhecimento* pode ser vista como uma coleção de processos que governa a criação, disseminação e utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização. Eboli (2004) explica que as empresas que adotaram Universidade Corporativa privilegiam a construção social do conhecimento, estabelecendo conexões e intensificando a comunicação e a interação. Pode-se assim dizer que se trata de uma nova área na confluência entre tecnologia da informação e Administração, um novo campo entre a estratégia, a cultura e os sistemas de informação de uma organização. Com o enfoque da gestão do conhecimento, começa-se a rever a empresa, suas estratégias, sua estrutura e sua cultura.

Ainda segundo Terra (2000), a *Gestão do Conhecimento* ainda se encontra no seu início. Muitas empresas começam a se voltar para essa abordagem, mas poucas estão saindo do plano das idéias e percepções, para o da ação concreta. Contudo, isso é uma tendência clara. O Brasil ainda está longe da maioria das empresas que apostam de fato nessa inovação, do momento histórico em que o conhecimento – os ativos intangíveis – terá *status*, com equipe dedicada e estrutura de recursos para sua gestão. No entanto, cada vez mais as empresas começam a se preocupar com a diferença entre o seu valor real e o seu valor contábil.

No que se refere ao *Capital Intelectual*, já é comum, no contexto organizacional, as pessoas comentarem que o talento é a vantagem competitiva que define. Por muitas vias se chega novamente ao fator humano nas organizações. O conhecimento coletivo – sobre o negócio, a concorrência, os clientes, a tecnologia, etc. – está se tornando a última fronteira da excelência empresarial, pois, sempre que se fala sobre “Capital intelectual”, “inteligência competitiva” ou “gestão do conhecimento”, acaba-se discutindo o papel dos recursos humanos, ou seja, cada vez mais os seres humanos ocupam seus lugares como essência e razão de ser das organizações.

O tangível está cedendo lugar ao intangível. Para perceber essa tendência, é útil analisar exemplos recentes de mercado, para entender como está a relação entre o valor real da empresa – sua capacidade de gerar riqueza – e o patrimônio líquido que está contabilizado no seu balanço patrimonial. O que já acontece, por exemplo, com a Microsoft, em que essa relação chega a ser de cem para um, 99% do valor de uma das mais importantes empresas do mundo não estão situados no campo do tangível. Dessa forma, é fácil concluir que as empresas brasileiras não podem mais se dar ao luxo de entrarem no século XXI contaminadas por modelos mentais que perpetuaram a pobreza, com baixa produtividade.

Com o crescimento da importância da *Gestão do Conhecimento*, as empresas passam a se preocupar com o que sabem, o que precisam saber e, não menos importante, com o que a concorrência sabe. Torna-se cada vez mais importante identificar o impacto e a consciência do conhecimento no setor específico da empresa. É fundamental criar condições e apoiar o desenvolvimento e a comunicação desse conhecimento. Por isso, Mundim (2002) orienta que a empresa comunique a visão da *Gestão do Conhecimento* e do desempenho baseado em competência e aprendizagem, visando ao incentivo dos colaboradores.

Seja lá o que pautar a prática empresarial nestes novos e futuros tempos, uma presença será sempre marcante, a educação. Nada disso se concretiza sem uma educação que comece no seio da família e se estenda para o meio social e, particularmente, o escolar. Desta forma, o papel do pedagogo, cientista da educação se faz muito presente e importante conforme se pode observar ao longo desta pesquisa.

Objetivo Geral

Analisar as potencialidades e peculiaridades para a atuação do pedagogo na gestão de Universidades Corporativas em empresas do Pólo Industrial de Manaus (PIM).

Objetivos Específicos

- Identificar os conhecimentos necessários ao gestor de universidades corporativas a partir da realidade social e econômica de empresas do PIM;
- Compreender a ação e funções do pedagogo com relação ao planejamento e implantação estratégica e pedagógica de UC;
- Verificar as metodologias de ensino viáveis às UC para o PIM, particularmente, o *e-learning*.

Hipóteses

- Seriam as Universidades Corporativas uma alternativa viável para a substituição dos Departamentos de Treinamento no PIM ou seria mais um modismo ?

- O PIM está preparado e motivado para se beneficiar das UC ?

- Os empresários do PIM vêem a educação como um benefício real para as suas empresas ?

- A estrutura de Educação a Distância (EAD) fundamentada no *e-learning* encontraria suporte em pessoal, estrutura e equipamentos para que possa ser instalada em empresas do PIM ?

- Os conhecimentos profissionais adquiridos academicamente por alunos e profissionais de Pedagogia lhes fornecem as habilitações necessárias para que possam atuar como gestores de UC ?

- O grau de escolaridade e de competência profissional dos colaboradores do PIM permitem que os mesmos possam desfrutar de todos os benefícios e potencialidades de uma UC ?

Justificativa

Educar é a palavra de ordem numa sociedade globalizada que, a partir de seu *desenvolvimento material*, vem conduzindo o planeta à exigüidade de seus recursos. A Amazônia é um dos últimos redutos onde o homem e a natureza ainda possuem chances de conviverem em harmonia. Mas, para isso, é preciso que se invista na formação humana. Não se pode esperar que as Universidades Corporativas venham a solucionar todos os problemas na busca desta formação, mas não há dúvidas do quanto elas podem colaborar na busca deste objetivo. Atuando nesses ambientes, o pedagogo, enquanto educador e humanista, pode em muito colaborar para o sucesso destas iniciativas. Desta forma, o estudo apresentado neste projeto apresenta-se como sendo de grande valia, uma vez que irá procurar observar de que modo a ação eficiente deste profissional pode colaborar com as UC não apenas na busca da melhor gestão empresarial, mas, sobretudo, visando a uma sociedade mais justa e preocupada com a realidade global. Para isso, irá procurar conhecer um pouco mais da sociedade, das necessidades das empresas e das metodologias de ensino que permitiriam que os planos sejam uma realidade.

MÉTODO

Empresas e IES (Instituições de Ensino Superior) que participaram da pesquisa. Neste contexto, é fundamental e imprescindível lembrar que **todas as instituições pediram que fosse resguardado o sigilo das informações.**

Cadastro das empresas: as empresas participantes pertencem ao PIM ou encontram-se direta ou indiretamente ligadas a ele. Além disso, possuem UC ou estão em fase de implantação, utilizando ensino presencial e, em alguns casos, o *e-learning*:

Cadastro das Instituições de Ensino Superior: Participaram as maiores IES que formam pedagogos na cidade de Manaus.

Instrumentos: Os instrumentos de pesquisa foram utilizados: questionários e entrevistas (empresas: gestores, usuários / Instituições de Ensino Superior: formação de Pedagogos / Instituições governamentais, de apoio e fomento à produção), roteiros para verificação de projetos de gestão e pedagógicos de UC e de projetos educacionais e suas metodologias, particularmente referente ao *e-learning*. Para a fundamentação teórica e científica, foi também reunida a bibliografia básica e complementar e visita às empresas e Instituições de Ensino.

Procedimentos: A partir dos instrumentos de pesquisa e do levantamento bibliográfico que fundamentam os conceitos obtidos, foram realizadas visitas, nas quais foram aplicados os questionários e as entrevistas junto aos gestores de UC, responsáveis por setores de talentos humanos que não possuem UC, coordenadores, alunos e professores de cursos de Pedagogia.

RESULTADOS

Do exposto, pode-se verificar resumidamente: (Ver anexo)

Quanto às empresas

- Apesar da excelente aceitação das UC por parte dos colaboradores muitas são as dificuldades encontradas. As principais são: falta de conhecimento escolar mínimo para a qualificação, levando a empresa a ter que, em primeiro lugar, investir em formação básica, ou mesmo, alfabetização; falta de contato e intimidade com novas tecnologias, *turnover*³ bastante acentuado.

- Os programas ainda são centralizados nas sedes, o que torna pouco flexível os programas de qualificação e as decisões sobre quem, quando e onde educar.

- Arraigado conceito de Treinamento em detrimento da ação educativa, mesmo naqueles que já adotam a UC, pois ainda há dificuldade no levantamento das habilidades e competências necessárias a cada colaborador, bem como para desenvolver o talento de cada uma das pessoas envolvidas no processo.

- As necessidades básicas dos colaboradores ainda não são plenamente atendidas dificultando as ações mais elaboradas.

- Oferta reduzida de possibilidades de parcerias com instituições de ensino superior, uma vez que poucas realmente acompanham as tendências e reais necessidades das empresas.

Quanto às IES

- Os currículos não estão preparados para formar o pedagogo capaz de atuar no setor corporativo.

- Os coordenadores de cursos, embora saibam da importância da formação do profissional em condições de atuar na educação corporativa, ainda

³ Índice de rotatividade nas diferentes funções

não desenvolvem ou proporcionam condições para que ela aconteça efetivamente.

- As IES ainda não se aproximaram adequadamente das Empresas. Seja para suprir suas necessidades ou para facilitar o acesso de seus alunos ao mercado de trabalho.

- Necessidade de se buscar em outros cursos docentes que atuem em empresas, o que nem sempre resolve o problema uma vez que poucos realizam trabalhos educacionais nas empresas, pois, em sua maioria, originam-se ora dos programas de T & D, ora da linha de produção.

DISCUSSÃO

A ação do Pedagogo na Gestão de UC em Empresas do PIM é um tema extremamente rico, pois envolve sujeitos e ações que, sem dúvida, são demasiadamente importantes para a Amazônia, para o Brasil e, conseqüentemente, para o mundo.

Dos aspectos envolvidos e estudados até o presente momento dentro desta pesquisa, pode-se concluir que, sem o pedagogo, ou seja, sem o educador, as UC terão poucas chances de sucesso, pois se corre o risco de que se tenha apenas um modismo, um nome bonito para uma velha prática, ou seja, o Treinamento. Não que este tenha desaparecido, pois, provavelmente, ele ainda acompanhará as práticas empresariais por muito tempo, mas os tempos da mudança chegaram. Por um lado, motivado pela obtenção do lucro, mas também pela necessidade de se ter uma nova humanidade cuja existência encontra-se ameaçada pelo desrespeito à natureza e pela busca do lucro a qualquer preço.

Educar deixou de ser um luxo que deve ser guardado e oferecido a poucos para ser uma necessidade de todos. Infelizmente, este mesmo sistema econômico que vem descaracterizando as famílias desde o último século é o mesmo que destrói a escola, desmotivando os educadores e formando uma plêiade de ignorantes sociais diplomados sem precedentes na história da humanidade. “Fazer com que o aluno chegue ao mercado de trabalho”, seria esta a função da escola ? O pior é que nem pronto para o mercado uma parcela significativa dos formandos está conseguindo. O que fazer então? Será suficiente alinhar atitudes pessoais e objetivos da empresa ou é preciso ir além, transformando a UC numa oportunidade de se criar uma sociedade mais justa, consciente e humana?

Uma breve reflexão já permite que se conclua que sem um educador, seja ele pedagogo ou não, certamente os resultados alcançados pelas UC estarão muito aquém daquilo que poderia ser. No entanto, o que se pôde observar é que, infelizmente, as IES não estão conseguindo capacitar esses futuros profissionais para atuarem nesta nova realidade corporativa. Currículos centrados numa escola, não obstante, descontextualizada dos problemas do mundo, continuam impossibilitando que o pedagogo e outros educadores, ao se *formarem*, possam ocupar uma função que seria sua por excelência, ou seja, o gestor educacional deixando de ser um importante aliado para a formação de parcerias com os profissionais que mais voltados para a essência dos negócios - administradores, psicólogos, engenheiros, especialistas em RH – já atuam nos setores educacionais da empresa.

A partir da pesquisa, verifica-se que o *gap*⁴, ou seja, a diferença entre o que pedagogo deveria saber e o que as Instituições de Ensino Superior proporcionam a este profissional ainda está bastante aquém do que deveria. Além disso, observa-se que as empresas ainda desconhecem o potencial, o quanto este profissional poderia trazer de benefícios a elas.

Observando-se os currículos dos cursos de pedagogia das IES citadas, verifica-se que, com exceção de uma delas, as demais não tratam especificamente do assunto. Atualmente, aquele que desejar atuar na área corporativa dispõe apenas deste curso no nível de graduação e uma opção em nível de especialização. Para tantas oportunidades, poucas são as IES que se propõem a atuar nesta área do conhecimento. Na maior parte, a educação na empresa é apenas um subproduto inserido em algumas poucas disciplinas e dados de forma implícita e por meio de currículos pouco atualizados no que se refere a este assunto.

Um fato que chama a atenção nas empresas pesquisadas é que existe pouca autonomia na tomada de decisões no que se refere aos aspectos educacionais nas empresas situadas no PIM. Tendo em vista que a grande maioria delas são filiais, as demandas são levantadas, mas a decisão final é tomada pela diretoria da sede e isto prejudica ações que poderiam ser mais personalizadas a fim de atender as peculiaridades locais. Cabe ressaltar porém que há uma excelente disponibilidade de verba para a realização de capacitação de pessoal, mas, mesmo assim, devido a estes fatores, as empresas possuem dificuldades para avaliar a eficácia das capacitações oferecidas o que acontece provavelmente porque a grande maioria, apesar das tentativas de mudanças, mesmo com a adoção das UC, ainda encontram-se atreladas aos paradigmas do Treinamento e Desenvolvimento.

A cultura da presencialidade ainda é um fator de entrave a ser resolvido. A grande maioria das empresas possui programas que utilizam a metodologia da EAD, via *e-learning*. No entanto, nem todos atendem aos colaboradores de modo totalmente satisfatório. Por um lado, tem-se ainda o pouco hábito com relação ao uso da Internet para desenvolver seus estudos. Por outro, existem cursos e programas que, embora tenham excelente nível, nem sempre suprem as necessidades dos colaboradores. Cabendo ressaltar que, sendo em sua grande maioria formado por pessoas com nível médio de escolaridade, o público prefere cursos de nível técnico, ou seja, aqueles que lhes permitem uma aplicação imediata daquilo que foi aprendido.

O estudo desenvolvido através desta pesquisa mostrou-se bastante oportuno. A metodologia com a utilização de questionários, pesquisas e observações diretas permitiu uma humanização da pesquisa, verificando in loco as ações em curso com relação ao objeto da pesquisa. Observando-se os objetivos e as hipóteses apresentados é possível verificar que eles foram eficientes uma vez que oportunizaram um levantamento sobre o trabalho desenvolvido por algumas das mais importantes instituições e empresas do Pólo Industrial de Manaus. Através dele, ficou evidenciado que há muito ainda o que se fazer e, devido a isto,

⁴ Diferença entre o que é e o que deveria ser

desvenda-se um universo de potencialidades com poucas referências para que sejam feitas comparações seja no Brasil ou em outros países.

O recente levantamento realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Amazonas vislumbra um cenário bastante favorável para a região. No entanto, alguns fatores de suma importância devem ser observados, destacando-se a preservação do meio, a responsabilidade social e a educação dos colaboradores, fazendo valer assim a concepção de desenvolvimento sustentável. No entanto, para que isso aconteça é necessário vontade, seja enquanto política governamental ou como objetivo estratégico das empresas. É fato que esta preocupação já começa a desvelar-se, mas é necessário maior empenho para que as respostas possam aparecer com mais oportunidade, permitindo que o PIM permaneça competitivo e fortaleça esta característica.

Com relação ao *e-learning*, ou seja, a utilização das tecnologias da internet para fornecer um amplo conjunto de soluções que melhoram o conhecimento e o desempenho, pode-se verificar que se trata de um passo natural na escolarização das pessoas, seja na formação tradicional ou na corporativa. O Brasil se destaca como um dos países que mais possui computadores pessoais e acesso à Internet, permitindo visualizar que a utilização do EAD é uma questão de tempo para que se popularize. Desta forma, cabe às empresas fazerem desta evolução natural uma aliada não apenas na busca do lucro, mas principalmente na busca da evolução e humanização da sociedade. Centro de treinamento, Setor de Talentos Humanos, Setor de Recursos Humanos, Universidade Corporativa – o nome pouco importa, o essencial é a formação holística, responsável, criativa e conciliadora dos seres humanos.

CONCLUSÃO

De acordo com Terra (2003, p.22), *a única coisa que oferece a empresa uma vantagem competitiva é o que ela sabe, como ela usa o que sabe e a rapidez com que consegue aprender alguma coisa nova*. Neste contexto, uma sociedade baseada na informação, no aprendizado e no conhecimento tem a educação como elemento chave. Porém, educar em uma sociedade da informação significa muito mais que treinar as pessoas para o uso das tecnologias de informação e comunicação; trata-se de investir na criação de competências suficientemente amplas que lhes permitam ter uma atuação efetiva na produção de bens e serviços, operar com fluência os novos meios e ferramentas em seu trabalho, tomar decisões fundamentadas no conhecimento, bem como aplicar criativamente as novas mídias, em quaisquer que sejam as aplicações. Assim, as empresas e as instituições de ensino precisam estar atentas para promover as alterações necessárias em seus modelos de gestão do conhecimento e ensino, pois as profundas mudanças, que vêm ocorrendo na emergência de uma sociedade fundada sobre a informação e o saber, têm provocado transformações na estrutura do trabalho e do emprego.

Assim, ao encerrar esta pesquisa, pode-se facilmente ratificar os indícios de que os objetivos foram cumpridos conforme propostos. Observou-se que

existem Universidades Corporativas atuando no Pólo Industrial de Manaus. No entanto, importantes modificações devem ser realizadas tanto no âmbito das empresas quanto na ação das Instituições de Ensino Superior. No que se refere às IES, devem ser tomadas medidas para permitir que o Pedagogo possa ser melhor formado para que possam entrar em melhores condições nesta excelente oportunidade oferecida pelo mercado de trabalho, pois espaço e demanda para a ação do pedagogo existem, mas para que possa ocupar este espaço, o profissional de Pedagogia ainda deve caminhar por um longo caminho após concluir seu curso a fim de que possa deter as competências que lhe permita atuar neste seguimento. A revisão dos currículos, o oferecimento de cursos de extensão, visitas técnicas seriam de grande importância neste contexto.

Em relação às empresas, ainda paira grande dúvida sobre a existência do profissional da área de pedagogia empresarial, ou seja, aquele que se ocupa da educação na empresa. Atualmente, grande parte deste segmento está sob os cuidados dos psicólogos que ocupam este espaço deixado vago pelos profissionais da educação. À sociedade fica a contribuição de que muito do que se espera do PIM ou mesmo da Amazônia pode ser resolvido se houver investimento em educação e, neste contexto, na formação de melhores e mais eficientes profissionais de Pedagogia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAYMA, Fátima (Org). *Educação Corporativa: desenvolvendo e gerenciando competências*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

BELLONI, Maria Luíza, *Educação a distância*. 2.ed. Campinas: Autores Associados, 2001.

BOOG, Gustavo. *Manual de treinamento e desenvolvimento*. São Paulo: Makron Books, 2001.

DAVID, Wilson. *Avaliação dos resultados em treinamento comportamental*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002

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

FONSECA, Luiz Almir Menezes. *Noções Básicas dos fundamentos da pedagogia empresarial*. Manaus, CEULM/ULBRA, 2003.

GAUTHIER, Clermont. *Por uma teoria da Pedagogia: pesquisas contemporâneas sobre a ação docente*. Ijuí: Unijuí, 1998.

GROSSI, Esther Pillar. *A Coragem de mudar em educação*. Petrópolis: Vozes, 2000.

IMBERNON, Francisco. *A Educação no Século XXI*. Porto Alegre: Artmed, 2000.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo: Atlas, 1998.

LAMBERT, Tom. *Como Influenciar as Pessoas*. Rio de Janeiro, Infobook, 1998.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. S. Paulo: Atlas, 1999.

LIBÂNEO, J. C. *Democratização da No ensino fundamental e médio: a Pedagogia Crítico- Social dos Conteúdos*. São Paulo, Loyola, 1986.

_____. *Pedagogia e pedagogos, para quê ?*. São Paulo: Cortez, 2002.

_____. *Adeus professor, adeus professora?: novas exigências educacionais e profissão docente*. São Paulo: Cortez, 2003.

LITWIN, Edith (org). *Educação a distância: temas para o debate de uma nova agenda educativa*. Porto Alegre: Artmed, 2001.

MANSUR, A. *Presencializar o meditar em educação a distância: ? un dilema o un desafio?* Rueda: Universidad Nacional de Córdoba, 1999.

MEISTER, Jeanne. *Educação corporativa*. São Paulo: Makron Books, 1999.

MOTTA, P.R.C. *Ciência e a Arte de Ser Dirigente*. Rio de Janeiro, Record, 1998.

MUNDIM, Ana Paula Freitas. *Desenvolvimento de produtos e educação corporativa*. São Paulo: Atlas, 2002.

PERRENOUD, Philippe. *Dez novas competências para ensinar*. Porto Alegre: Artmed, 2000.

QUINTELLA, Heitor. *Manual de Psicologia Organizacional da Consultoria Organizacional Vencedora*. São Paulo: Makron Books, 1994.

TARAPANOFA, Kira (Org.). *Inteligência Organizacional e Competitiva*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

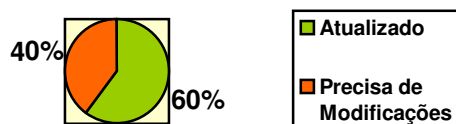
TERRA, J.C.C. *Gestão do Conhecimento: o grande desafio empresarial*. São Paulo: Negócio, 2000.

_____. *Gestão do Conhecimento e e-learning na prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

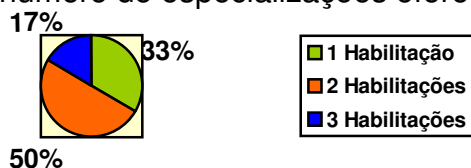
Anexo A - RESULTADOS

Coordenadores de Cursos de Formação de Pedagogos Universo: 06 Instituições

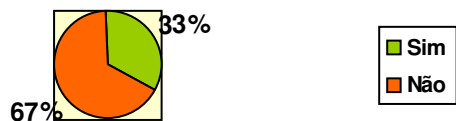
- 1) Quanto à sua consideração sobre a estrutura curricular dos cursos e habilitações oferecidas pelo curso sob sua responsabilidade.



- 2) Quanto ao número de especializações oferecidas.



- 3) Quanto à oferta de conteúdos ou disciplinas dedicadas à Educação Corporativa.

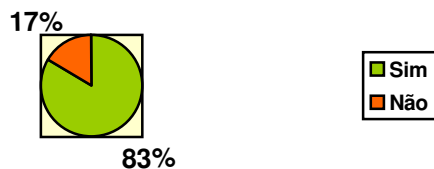


Observação: Apenas 01 (uma), dentre as seis instituições de ensino pesquisadas, possui habilitação específica na área de pedagogia empresarial, ou seja, forma o pedagogo para atuar especificamente na empresa.

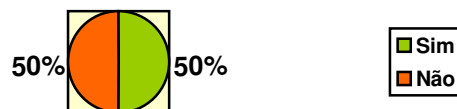
- 4) Existência de profissionais de outras áreas além da educacional.



- 5) Existência de iniciativa visando ao lançamento de cursos de extensão, pós-graduação ou de graduação objetivando a educação corporativa.

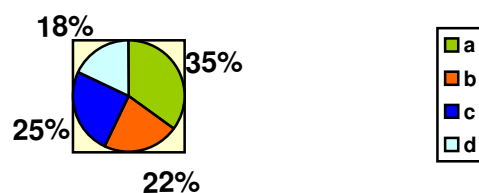


- 6) Previsão de ações visando ao desenvolvimento de trabalhos em conjunto com empresas visando efetivar laços profissionais e parcerias.



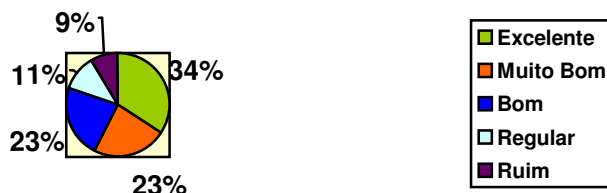
- 7) Conhecimentos julgados importantes para que um profissional de Pedagogia possa trabalhar com a educação corporativa.

- a- Conhecimentos na área de economia e gestão empresarial
- b- Psicologia Organizacional
- c- Técnicas de planejamento
- d- Visão holística da realidade e da vida corporativa.

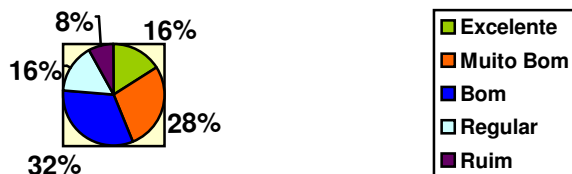


Alunos e Profissionais de Pedagogia Universo: 25 Profissionais / Alunos

1) Conceito atribuído ao currículo oferecido pela faculdade / universidade quanto à pertinência e atualização de seu curso de pedagogia em andamento ou concluído.



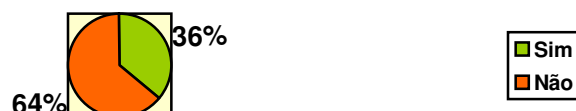
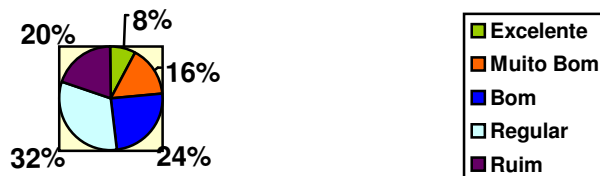
2) Percepção quanto à preocupação do curso / coordenadores e professores no que se refere à preparação do profissional para atuar na Educação Corporativa.



3) Contato com professores de outras áreas além da pedagógica / educacional.

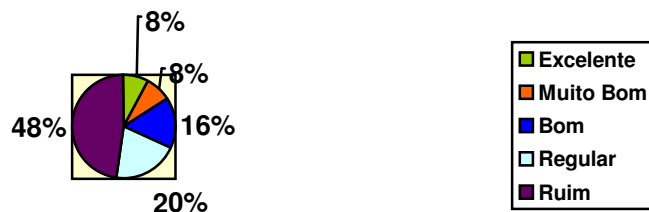


4) Quanto à oferta de cursos de extensão, pós-graduação ou de graduação objetivando a educação corporativa.



5) Convite para realizar um trabalho de Educação Corporativa.

6) Conhecimento sobre o assunto Universidade Corporativa.



7) Interesse em trabalhar em um projeto que envolva a educação corporativa.



8) Conhecimentos julgados importantes para que um profissional de Pedagogia possa trabalhar com a educação corporativa.

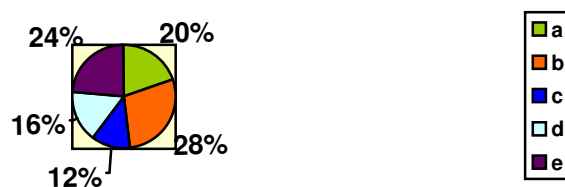
a - Pedagogia do Trabalho

b - Conceitos de gestão empresarial, marketing e qualidade

c - Mais conhecimentos sobre finanças

d - Aprofundamento na área de Psicologia

e - Amplo conhecimento de história e de assuntos atualidades



Gestores ou Responsáveis por Setor de Talentos Humanos que POSSUEM UC

Universo: 17 Empresas

1) Estágio em que se encontra a UC.



2) Principais objetivos apontados por todas as empresas para que fosse realizada a adoção da UC.

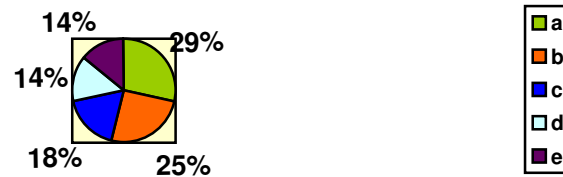
a - Melhorar a qualificação do colaborador

b - Alinhar os objetivos estratégicos à formação adequada do colaborador

c - Gerir competências

d - Criar um sistema de competências nos clientes internos e externos.

e - Permitir a flexibilidade organizacional frente às estratégias de um mercado globalizado.



3) Considerações do colaborador quanto aos benefícios advindos da UC.



4) Colaboradores são beneficiados pela UC.



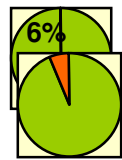
5) Existência de um setor de talentos humanos antes da UC.



6) Metodologias de ensino utilizadas: educação presencial ou a distância.

- Presencial

-

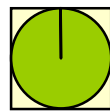


94%

EAD



7) A empresa possui ou deseja adotar projetos de *e-learning*?



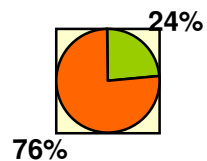
100%



8) Constituição da equipe responsável pela UC.

a - Pedagogos ou especialistas em educação

b - Psicólogos, Administradores ou Especialistas em RH



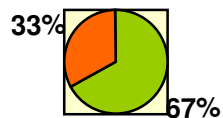
76%



c - Consultores internos (colaboradores experts em algum assunto)

d

- Consultores externos

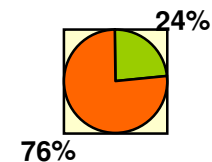


33%

67%



9) Existência de pedagogos em seu quadro fixo ou rotativo.



76%



10) Conhecimentos esperados de um profissional de pedagogia para que este atenda às necessidades da UC.

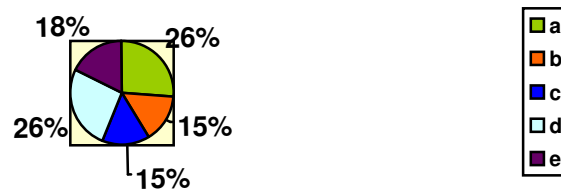
a - Amplo conhecimento sobre gestão empresarial.

b - Conhecimento sobre tendências de mercado.

c - Visão holística tendo em vista o mundo globalizado.

d - Boa prática alinhada a sólido conhecimento teórico.

e - Capacidade de desenvolver pesquisa e buscar soluções.



11) Estrutura adotada pela UC. Grau de centralização das decisões.

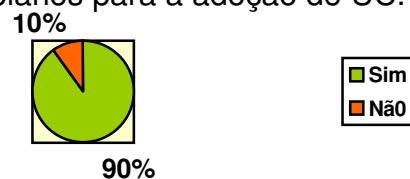


Gestores ou Responsáveis por Setor de Talentos Humanos que NÃO possuem UC – Universo: 05 Empresas

1) A empresa possui um setor de talentos humanos

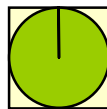


2) Existência de planos para a adoção de UC.



3) A UC como um benefício para o colaborador.

- Sim, 100 %, mas acreditam que o setor de Talentos Humanos ainda será capaz de suprir as necessidades da empresa no médio prazo.

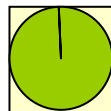


100%

■ Sim

4) Metodologias de ensino disponíveis na Empresa.

- presencial.

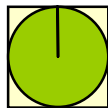


100%

■ Presencial

5) Qual a concepção da empresa na formação de seus colaboradores ? T & D ou educação corporativa ?

- Apesar do nome T & D, os responsáveis procuram pautar suas práticas na concepção de educação, ou seja, conhecimentos, habilidades e mudança de comportamento.

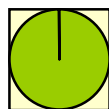


100%

■ Educação

6) A empresa possui pedagogos em seu quadro fixo ou rotativo ?

- Não

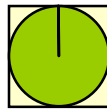


100%

■ Não

7) Frequência com que são solicitados serviços de um profissional de Pedagogia.

- Os serviços são realizados por consultores internos ou externos sem a exigência da especificidade de ser o profissional especificamente da área de pedagogia.

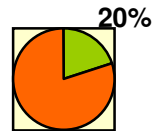


100%

■ Não

8) Liberdade para a tomada de decisões no campo educacional.

- As decisões são tomadas ora pela administração nacional, ora por necessidade da filial.



80%

20%

■ Local
■ Nacional