

A GESTÃO DO CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL VISTA POR MEIO DO CONCEITO DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA

ENVIRONMENTAL EDUCATION: WASTE RECYCLING IN THE SCHOOL CONTEXT

Thaís Brant da Silva Ramos 1

Celi Langhi 2

José Manoel Souza das Neves 3

Murilo Stankevix 4

Renan Antônio da Silva 5

Resumo - Este artigo tem por objetivo analisar as definições propostas para educação corporativa e sua relação com a gestão do conhecimento, de modo a organizar uma visão mais clara dos referidos conceitos. Em seu referencial teórico contextualiza a gestão do conhecimento organizacional e a Educação Corporativa sobre várias perspectivas. O método utilizado foi a pesquisa bibliográfica exploratória, por meio da qual foi possível analisar diferentes pontos de vista, resultando na elaboração de um diagrama sobre a gestão do conhecimento nas organizações, por meio de formatos de educação corporativa.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento. Educação Corporativa. Treinamento, Desenvolvimento e Educação.

Abstract - This paper aims to examine the proposed definitions for corporate education and its relation to knowledge management, in order to arrange a clearer view of those concepts. It contextualize the management of organizational knowledge and Corporate Education on several perspectives in its theoretical. The method used was the bibliographical research, which enabled to analyze different points of view, resulting in the development of a diagram on the management of knowledge in organizations through corporate education formats.

Keywords: Knowledge Management. Corporate education. Training, Development and Education.

1- Mestrado em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos pelo Centro Paula Souza. Lattes: 1392205371423273. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9804-7178>. E-mail: thais.brant@gmail.com

2- Doutorado em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo; Mestrado em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo; Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7102231185159382>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5527-2412>. E-mail: celi@infolearning.com.br

3- Doutorado em Engenharia Mecânica pela UNESP de Guaratinguetá. Mestre em Engenharia pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Lattes: 2799512626719149. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7277-9434>. E-mail: jmneves.fatec@gmail.com

4- Mestrado em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos pelo Centro Paula Souza. Lattes: 0755496620808585. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7336-9835>. E-mail: mdstankevix@hotmail.com

5- Doutorado em Educação Escolar pela UNESP/Araraquara. Com 9 pós-doutorados. Pesquisador do Departamento de Pesquisa do Centro Universitário do Sul de Minas - UNIS. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5491042310888384>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1171-217X>. E-mail: r.silva@unesp.br

Introdução

A Era do Conhecimento, consolidada pelos efeitos da Globalização e, no século XXI, ainda mais disseminada pelo robusto desenvolvimento tecnológico, o qual permite a rápida propagação da informação, traz, o desafio latente para os indivíduos e para as organizações de se manterem atualizados e competitivos no mercado.

Na visão de Drucker (2011), as tarefas sociais importantes como: desempenho econômico, proteção do meio ambiente, educação e busca por novos conhecimentos são confiadas à gestão das grandes organizações e projetadas para a perpetuidade, estando, tanto a sociedade moderna, quanto até mesmo a sobrevivência dos indivíduos, dependentes do desempenho das organizações.

No sentido de permanência e até mesmo sobrevivência no mercado global, Porter (1999) complementa que cada vez mais a criação e a assimilação do conhecimento se constituem em fundamentos de competição. Em consonância, Meister (2005) expõe que na economia do conhecimento a força mental é superior à braçal e que se faz necessário gerenciar a informação produzida no trabalho, bem como o desenvolvimento de novos formatos de negócios.

Tais colocações reforçam a necessidade de as empresas estruturarem a gestão do conhecimento organizacional gerado pelo trabalho oferecido por elas ou pelo conhecimento que será necessário adquirir para a realização do mesmo. Assim sendo, formatos para o desenvolvimento da mão-de-obra vão sendo construídos para que as necessidades estratégicas das organizações sejam atendidas.

Dentro deste contexto, as organizações norteiam sua atuação no mercado, buscando, por meio de programas de educação corporativa, serem competitivas e atenderem os objetivos oriundos da parceria empregado e empregador, ou seja, a empregabilidade e o lucro (OLIVEIRA, 2009).

Dessa forma, o desenvolvimento de programas de educação corporativa nas organizações precisará respeitar os direcionamentos estratégicos propostos e a partir deles elaborar seu conteúdo e objetivos, bem como avaliar os resultados obtidos para que seja avaliada sua efetividade.

Outro fator abordado por Meister (2005) e que fortalece os programas de educação corporativa é o prazo de validade do conhecimento, pois esse, assim como bens de consumo, se deteriora, torna-se obsoleto e também precisa interpretar a volatilidade dos dias atuais, ou seja, a atualização precisa ser constante.

Mussak (2003 apud SANTOS, SILVA, 2011, p.33) corrobora considerando que “o conhecimento é um produto perecível: quando não usado, deteriora-se, quando não aumentado ou reciclado, desvaloriza-se”.

Educação corporativa

Educação corporativa é um tema amplamente discutido e aplicado por empresas que buscam o desenvolvimento de sua força de trabalho, com foco na criação de uma vantagem competitiva sustentável e que tem, na da Era do Conhecimento, o fortalecimento do desenvolvimento intelectual dos funcionários e, conseqüentemente, a melhoria do seu desempenho profissional.

Para Meister (2005), a empresa do século XXI precisa ter o foco no Cliente, em suas expectativas, e assim transformar-se em uma organização enxuta e flexível que desenvolve uma relação de proximidade com seus *stakeholders* internos e externos, valorizando o trabalho e aprendizagem, estimulando o pensamento, bem como a elaboração de processos mais dinâmicos e ágeis. A autora também considera que essa transformação gera: uma mão-de-obra mais qualificada, a descentralização e cargos mais substanciais.

Sob a perspectiva de que qualquer transformação de formatos ou processos precisa começar nas pessoas e no caso da empresa, essas pessoas compõe sua força de trabalho, os autores Langhi, Moraes e Crivelaro (2015), complementam elucidando que trabalhar no processo de educação, formação e desenvolvimento do potencial humano não deve ser uma ação simples de métodos de aplicação ou ensinamentos, mas sim ter uma visão mais a fundo do que pode contribuir para cada indivíduo, estimulado por novos conhecimentos a serem

aplicados, de modo que sejam motivados a buscarem dentro de si o que de melhor podem evoluir, tanto como pessoa, quanto como profissional.

Meister (2005) define a educação corporativa como uma forma para as empresas desenvolverem seus funcionários, permitindo-lhes potencializarem sua empregabilidade, gerando, para a empresa, uma vantagem competitiva sustentável, por meio do desenvolvimento da educação.

Considerando que a educação corporativa tem o conhecimento como produto, Santos e Silva (2011) entendem que este passa a ser uma fonte detentora de estratégias, capaz de gerar valor agregado ao cliente e garantir diferencial competitivo para a organização, frente aos concorrentes.

Com a visão de que a educação corporativa compreende uma filosofia, Kraemer (2004) expõe que esse tipo de educação tem a finalidade de orientar as ações com foco em identificar, modelar, difundir e aperfeiçoar as competências primordiais para o sucesso de uma organização.

Corroborando com esta visão, Abreu, Gonçalves e Pagnozzi (2003) consideram que a educação corporativa foca no desenvolvimento da mão-de-obra para obter resultado nos negócios por meio de um modelo estruturado que oferece conhecimentos específicos para resolver certas deficiências ou abrangentes para preparação em relação a desafios que estão por vir.

Éboli (2014) indica que a modalidade de educação corporativa veio à tona a partir do momento que as empresas passaram a substituir os tradicionais centros de Treinamento & Desenvolvimento (T&D) por universidades corporativas, passando a ter uma preocupação mais ampla e abrangente com a educação de todos os colaboradores da empresa.

Queiroz (2004) concorda que a aplicação da educação corporativa por meio de universidades corporativas se configurou como um modelo proposto para a área de Treinamento & Desenvolvimento (T&D), mas não considera que houve substituição, uma vez que tal aplicação catalisa o alinhamento entre as ações de treinamento e desenvolvimento e as estratégias da empresa.

Sobre as diferenças que permeiam o treinamento da educação corporativa, Meister (2005) expõe que em relação ao conteúdo, os treinamentos direcionam-se a atualização de qualificações técnicas e a educação corporativa busca desenvolver competências do ambiente de negócios. No que se refere a frequência, o treinamento é um evento único e a educação corporativa um processo contínuo de aprendizagem. O público-alvo do treinamento são os funcionários internos e o da educação corporativa abrange as equipes de trabalho, clientes e fornecedores.

Sob a perspectiva de treinamento, Melo (2015) explica que trata-se da intenção, por parte da empresa, em produzir mudanças positivas no desempenho das pessoas, tendo a direção definida pela empresa, elevando o nível do saber por meio de novas habilidades e conhecimentos.

Outro conceito que, assim como treinamento, acompanha as definições de educação corporativa é o da universidade corporativa. Assim definido: “um guarda-chuva estratégico para desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias empresariais da organização” (MEISTER, 2005, p. 29).

Contribuindo para esta definição, Eboli (2014) observa que uma universidade corporativa é um elemento estratégico que atua, de forma integrada, na formação de pessoas e que requer atualizações constantes.

Grisci e Dengo (2003) concordam que as universidades corporativas se configuram como uma nova proposta para a área de treinamento e desenvolvimento (T&D), mas provocam uma reflexão ao interpretarem que as bases teóricas conceituais sobre universidades corporativas ainda não são claras o suficiente e, embora o termo possa remeter a práticas inovadoras de T&D, na prática o que se percebe é apenas uma troca de denominações de T&D para UC.

A formação oferecida pelas Universidades Corporativas é direcionada, conforme elucidam os autores Rosas Junior, Langhi e Peterossi (2014, p. 332): “o conhecimento acadêmico

deixou de ser suficiente para lidar com as demandas do trabalho uma vez que as pessoas lidam com problemas complexos e, para solucioná-los, é necessário recorrer a diferentes tipos de conhecimento e experiências, ser capaz de reuni-los e aplicá-los”.

Meister (2005) corrobora considerando que o conhecimento gerado nas Universidade Corporativas é dirigido e permanente, mudando assim o formato da educação superior e pode ser difundido pela própria organização ou em parceria com instituições de ensino, buscando a geração de vantagem competitiva.

A empregabilidade gerada pela aprendizagem, ao desenvolver o conhecimento do empregado, aumenta sua capacidade intelectual e gera mais oportunidades para manter o emprego, independente da empresa, além de caracterizar uma força de trabalho mais comprometida com a missão da organização, resiliente e com consciência das responsabilidades das partes: empregado e empregador.

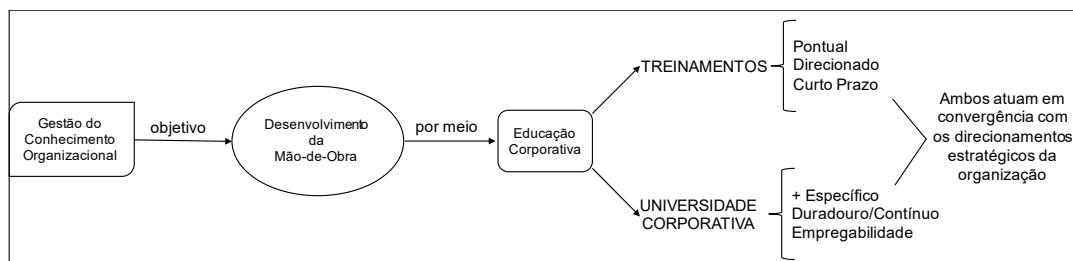
As organizações educadoras compor-se-ão em formatos diversos, não se limitando mais a modelos de formação pontual ou primária, mas contínua, de modo que o conhecimento seja adquirido ao longo da vida e não mais apenas na formação da escola tradicional, onde, na economia antiga, o indivíduo: formava na escola e depois começava a trabalhar.

Discussão

As definições estudadas sobre Educação Corporativa, apresentam lacunas principalmente no que tange os termos educação corporativa e treinamento & desenvolvimento de pessoas, havendo também o termo universidade corporativa como derivado.

Diante da perspectiva de que na era do conhecimento a informação e, conseqüentemente, a educação são os maiores ativos estratégicos, propõe-se um modelo de visão do conceito de educação corporativa, conforme Figura 1, no qual esse tipo de educação fique diretamente atrelado ao processo de gestão do conhecimento das organizações e permita que o formato de educação corporativa praticado pela empresa seja identificado conforme seus objetivos e assim aplicados de maneira convergente, não somente aos objetivos estratégicos, mas também aos conceitos teóricos.

Figura 1 – Gestão do conhecimento organizacional



Fonte: elaborada pelos autores

O modelo permite entender que uma organização que gerencia o conhecimento organizacional tem por objetivo o desenvolvimento de sua mão-de-obra, por meio de formatos de educação corporativa, sendo: os treinamentos com características pontuais, direcionados e de curto prazo e a universidade corporativa com foco mais específico, contínuo e que potencializa a empregabilidade. Ambos desenvolvidos em convergência aos direcionamentos estratégicos da organização.

A visão proposta no modelo faz-se necessária, pois a identificação de qual formato é importante para que não haja confusões ou banalizações de terminologias, ou seja, que programas de T&D não sejam simplesmente renomeados para UC, por exemplo, sem as características identificadas nas respectivas teorias.

Considerações finais

No entendimento de que o conceito de educação corporativa é meio para o desenvolvimento da gestão do conhecimento organizacional e que esse se tangibiliza por meios de formatos como: treinamentos e universidade corporativa, Meister (2005) reforça que a universidade corporativa personifica a filosofia de aprendizagem da organização, oferecendo a todos os níveis hierárquicos qualificação e competências necessárias para atingir os objetivos estratégicos da organização e que os treinamentos tradicionais têm começo e fim, tendo atuação pontual e que depois de certa quantidade, o serviço está completo.

O modelo apresentado permite uma visão dos conceitos estudados e pode oferecer uma clareza em relação as definições de educação corporativa apresentadas e suas derivações.

Estudos complementares sobre a aplicabilidade de treinamentos & desenvolvimento, universidades corporativas e modelos de avaliação dos mesmos contribuirão para o aprofundamento sobre o conceito de educação corporativa e suas vertentes.

Referências

ABREU, A. F., 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.** Revista PEC, Curitiba, v. 3, n.1, p. 47-58, julho/2003.

DRUCKER, P. F. **People and Performance.** Editora Routledge. New York, 2011

EBOLI, M. Educação Corporativa – Muitos Olhares. 1 ed. Editora Atlas S.A. São Paulo, 2014.

GRISCI, C. L. I.; DENGÓ, N. **Universidades Corporativas: Modismos ou Inovação?.** REAd, ed. 35, v. 9, n. 5, setembro/outubro 2003.

KRAEMER, M. E. P. Universidade Corporativa como alavanca da vantagem competitiva. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa.** Faculdade Cenecista de Campo Largo, v. 3, n. 1, maio/2004. <http://revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/>.

LANGHI, C. ; MORAES, S. B.; CRIVELARO, M. **Development of the potential of people in organizations: a perception of the leaders.** In: POMS 26th Annual Conference, 2015, Washington, D.C. POMS 26th Annual Conference, 2015. v. 1.

MELO, M. M. **Modelos de Avaliação de Resultados na Aplicação de Programas de Treinamento, Desenvolvimento e Educação para a Chefia Gerencial.** Dissertação de Mestrado. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, Unidade de Pós-Graduação, Extensão e Pesquisa, Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos. São Paulo. Março, 2015.

MEISTER, J. C. Educação Corporativa – **A Gestão do Capital Intelectual Através das Universidades Corporativas.** Pearson Makron Books. São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, R. P. **A Transformação da Educação em Mercadoria no Brasil.** Educ. Soc., Campinas, vol. 30, n. 108, p. 739-760, outubro, 2009. Disponível em <<http://www.cedes.unicamp.br>

PORTER, M. E. **Competição: Estratégias Competitivas Essenciais.** Tradução por: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro. Campus, 1999. Páginas 167-208

QUEIROZ, A. M. **Universidades Corporativas: do sonho da implantação ao desafio da gestão: um estudo de caso.** E&G Economia e Gestão, Belo Horizonte, v. 4, n. 7, p. 131-139, 2004.

ROSAS JUNIOR, J. R.; LANGHI, C.; PETEROSI, H. G.. **Capacitação profissional na Polícia Militar do Estado de São Paulo.** In: IX Workshop de Pós-Graduação e Pesquisa do Centro

Paula Souza, 2014, São Paulo. IX Workshop de Pós-Graduação e Pesquisa. São Paulo: Centro Paula Souza, 2014. v. 9. p. 1-10.

SANTOS, M. R. C.; SILVA, C. E. Universidades Corporativas como Vantagem Competitiva na Era do Conhecimento. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.2, n. 1, junho, 2011.

Recebido em 27 de novembro de 2019.
Aceito em 2 de junho de 2020.