

## **EDUCAÇÃO PROFISSIONAL EM SAÚDE NAS UNIVERSIDADES CORPORATIVAS: CRIAÇÃO DE MONSTROS ÁRIDOS, DE OLHOS ÁGEIS E MÃOS FIRMES<sup>1</sup>?**

**RIBEIRO, Nayla Cristine Ferreira** \* – FIOCRUZ

**GT-09:** Trabalho e Educação

**Agência Financiadora:** FAPERJ

Este trabalho trata da ação educativa que as empresas adotam para seus trabalhadores com o intuito de formá-los através da disseminação da cultura empresarial, denominado de Educação Corporativa<sup>2</sup>. Esta ação é disseminada no contexto da reestruturação produtiva, onde a educação torna-se contínua e se alinha ao *thélos* empresarial: a competitividade mercadológica.

A Educação Corporativa é constituída na política neoliberal, que responsabiliza o Estado pela má formação de mão-de-obra para o mercado e torna o capital agente educador.

O foco desta pesquisa é a Universidade Corporativa C, que pertence a uma empresa de assistência médica, formada por uma cooperativa de médicos, que em sua criação, em 1999, alegava pretender resgatar o papel social dos médicos. Esta instituição é dividida em três segmentos: as cooperativas, a federação e a confederação. O diferencial desta Universidade Corporativa está na criação de ações que possam contemplar todos os seus seguimentos, já que estas – as cooperativas – são totalmente autônomas juridicamente, administrativa e economicamente.

Este trabalho se justifica pela relevância do tema, que é pouco estudado numa abordagem crítica, sobretudo na área da educação. Outro fator de motivação para esta pesquisa foi à dimensão que esta política estrategista e mercadológica vem ganhando, uma vez que o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) está fomentando estudos referentes a esta temática.

A educação profissional, na concepção gramsciana, não pode ser um espaço de criação de homens mecanicamente aptos para afazeres técnicos, desvinculado da essência

---

<sup>1</sup> Este subtítulo se reporta ao texto de Antonio Gramsci: “Homens ou Máquinas”, que na qual o autor nos fala que a educação profissional não pode ser uma incubadora de homens de olhos ágeis e mãos firmes.

\* Grupo de Estudos e Pesquisas em Trabalho e Educação – GEPTÉ.

Orientador: Aparecida de Fátima Tiradentes dos Santos-FIOCRUZ(EPSJV)

<sup>2</sup> Utilizam-se freqüentemente os termos Educação Corporativa e Universidade Corporativa. Em ambos os casos as finalidades se assemelham. Contudo, o termo Educação Corporativa é mais abrangente, por englobar todas as ações educativas, inclusive a Universidade Corporativa.

humanista e cultural. Se o âmbito educativo perde o caráter cultural, então formam-se trabalhadores alienados condizente com a acepção do “empreguismo burguês”(GRAMSCI, 2004, p.75).

Desta forma questionamos a educação viabilizada pelas empresas, em especial a Universidade Corporativa C, percebendo se esta ação tem caráter utilitarista, posicionando-se como mínima para a formação humana.

A educação Corporativa emergiu do conceito considerado obsoleto de Treinamento e Desenvolvimento. Este modelo de capacitação era caracterizado por um treinamento em uma específica área; nas palavras de Martins (2004) era: “um meio de aumentar a qualificação e aprimorar a habilidade das pessoas” (p.16).

A Educação Corporativa iniciou na década de 1950 nos Estados Unidos, naquela ocasião às empresas investiam nesta modalidade com intuito de ensinar aos trabalhadores “o como fazer”. Dentro desta perspectiva existia a troca de experiências entre os trabalhadores, o que possibilitava um maior comprometimento destes com a instituição que na qual trabalhavam (MARTINS, 2004).

No Brasil as Universidades Corporativas chegaram na década de 1990 com a política neoliberal implementada no governo do então presidente Fernando Collor de Mello, no qual implantou no país uma abertura econômica que impulsionou a ideologia da competição para o mercado globalizado, inaugurando o conjunto de medidas neoliberais. (MARTINS, 2004).

Segundo o relatório do MDIC realizado em 2006, o fenômeno da Educação Corporativa cresceu no Brasil dentre os anos de 2000 e 2006. Sabe-se da existência de pelo menos cem unidades no país (BRASIL, 2006).

No âmbito da Educação Corporativa “uma nova subjetividade é forjada: a do trabalhador ‘colaborador’”<sup>3</sup> (OLIVEIRA, 2004, p.77). Exige-se um comprometimento maior do trabalhador com a instituição, transmite-se a idéia de uma grande família. O conhecimento, neste contexto, pertence a toda instituição, deixando de ser tácito para tornar-se coletivo.

---

<sup>3</sup> Colaborador é o termo utilizado pelas empresas para denominar uma falsa idéia de companheirismo entre o trabalhador e o patrão.

As ações educativas viabilizadas pelas corporações envolvem várias modalidades de ensino, tais como cursos livres (inglês, informática, etc.), educação básica (ensino fundamental e médio), e educação profissional de nível técnico, graduação, pós-graduação etc. O público-alvo é composto por funcionários, familiares, fornecedores e, em alguns casos, a comunidade em geral.

As ações educativas das unidades de Educação Corporativa podem ocorrer através da educação presencial, à distância ou semi-presencial. A modalidade à distância proporciona o aprendizado através de um ambiente virtual, proporcionando maior “flexibilidade do treinamento, tendo o aluno mais liberdade para escolher o local e a hora para aprender, [além da] a redução do custo” (BLOIS E MELCA, 2005, p.59). Através de ferramentas tecnológicas, o “colaborador” pode aprender por meio de exposições de videoconferências, de cursos ministrados pela *Internet*, ou até mesmo pela *Intranet* da empresa.

Para as empresas a principal atração tem sido “o *e-learning* [aprendizado eletrônico], onde a qualificação dos funcionários é realizada em um tempo menor e com custos reduzidos, salientando que a economia de tempo pode chegar a 50%, e de custo a 60%, em relação aos cursos presenciais” (QUARTIEIRO e CERNY, 2005, p.37).

Apesar dos atrativos da Educação à distância (EAD), Martins (2004) ressalta a preferência das empresas pelos cursos presenciais. Elas – as empresas – acreditam que a cultura empresarial é melhor internalizada pelos “colaboradores” quando estes aprendem através do contato pessoal, realizado através das aulas tradicionais.

O corpo docente que atua nas instituições corporativas é bastante variado: “abrange professores universitários titulados, consultores externos, executivos e até profissionais próprios da instituição” (MARTINS, 2004, p.45). Verifica-se que a atuação dos gerentes e executivos como docentes está associada ao comprometimento e entendimento que eles têm do negócio da empresa; uma vez que vivenciam diariamente o cotidiano corporativo tornam-se aptos, segundo o universo empresarial, para atuarem como educadores.

A clientela, ou seja, o público alvo que dispõe das atividades corporativas é composto pelos clientes internos – “colaboradores” – e os clientes externos – familiares, fornecedores e a comunidade em geral –, estes são atingidos através das ações de responsabilidade social que estão integralmente associadas à Educação Corporativa.

A maior dificuldade, atualmente, das empresas está na certificação dos cursos, pois somente as Instituições de Ensino Superior reconhecidas e avaliadas pelo MEC (Ministério da Educação) podem outorgar diplomas (MARTINS, 2004). Desta forma, a estratégia utilizada para minimizar este problema é a realização de parcerias entre instituições acadêmicas e instituições corporativas: a primeira chancela a certificação à segunda. As Universidades Acadêmicas atuam também na formação de cursos sob encomenda para as corporações.

Eboli (2004) compreende “as parcerias” como um ponto primordial para o sucesso das unidades de Educação Corporativa. Para a autora, esta relação agrega conhecimento intelectual à estratégia organizacional.

Em Maio de 2004 foi inaugurada a Associação Brasileira de Educação Corporativa (ABEC). Através da união de grandes empresas a ABEC foi fundada, se constituindo como uma instituição sem fins lucrativos que objetiva desenvolver “as práticas de educação corporativa nas organizações, contribuindo para o crescimento dos trabalhadores, empresas e sociedade”.<sup>4</sup> Vale ressaltar que uma das principais metas da ABEC é obter junto ao governo federal, autorização para certificar os programas corporativos, sem necessitar subordinar-se ao Ministério da Educação.

Nosso objeto empírico se apresenta como uma “educação interessada”, onde o foco da instituição está no sucesso corporativo, e não no trabalhador, enquanto homem que pensa e que cria. O homem, para Gramsci, se constitui pelo trabalho, desta forma, não separando “o *homo faber* do *homo sapiens*” (GRAMSCI, 2004, p.53), o trabalhador do ser intelectual.

---

<sup>4</sup> <<http://www.abecbrasil.com.br/>> Acessado em 8/11/2007.

**BIBLIOGRAFIA:**

- BLOIS, Marlene e MELCA, Fátima; apresentação NISKIER, Celso. Educação Corporativa: novas tecnologias na gestão do conhecimento. Rio de Janeiro. Edições Consultor, 2005.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Tecnologia Industrial. Educação Corporativa no contexto da Política Industrial, Tecnológica e do Comércio Exterior. Atividades de educação corporativa no Brasil, Belo Horizonte, MG, jun. 2006.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Brasil. Confederação Nacional da Indústria. Instituto Euvaldo Lodi. Núcleo Central. O futuro da indústria: educação corporativa: reflexões e práticas: coletânea de artigos. Brasília, D.F: MDIC/STI, 2006. 214 p. tab., graf. (Série política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior, 13).
- EBOLI, Marisa. Educação Corporativa no Brasil: Mitos e Verdades. Editora Gente. São Paulo, 2004.
- GRAMSCI, Antonio. Os Intelectuais e a Organização da Cultura. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.
- GRAMSCI, Antonio. Escritos Políticos. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. Volume 1.
- MARTINS, Herbert Gomes. Estudos da Trajetória das Universidades Corporativas Brasileiras. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.
- MEISTER, Jeanne C. Educação corporativa. São Paulo: MAKRON Books, 1999.
- OLIVEIRA, Eurenice. Toyotismo no Brasil. São Paulo; Expressão Popular, 2004.
- QUARTIERO, Elisa Maria & BIANCHETTI, Lucídio. (Org). Educação corporativa: mundo do trabalho e do conhecimento: aproximações. São Paulo: Cortez, 2005.
- SANTOS, Aparecida de Fátima Tiradentes dos. Teoria do capital intelectual e teoria do capital humano: Estado, capital e trabalho na apolítica educacional em dois momentos do processo de acumulação. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM EDUCAÇÃO, 27, 2004, Caxambu. Anais eletrônicos... Minas Gerais, 2004. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/reunioes/27/gt09/t095.pdf>>. Acessado em: 12 fev. 07.