

**UNIVERSIDADE CORPORATIVA: POSSIBILIDADE PARA UMA FORMAÇÃO
SOCIOCULTURAL DO INDIVÍDUO**

**UNIVERSIDAD CORPORATIVA: POSIBILIDAD DE UNA FORMACIÓN
SOCIOCULTURAL DEL INDIVIDUO**

**CORPORATE UNIVERSITY: POSSIBILITY FOR A SOCIOCULTURAL FORMATION
OF THE INDIVIDUAL**



Plinio Paulo LEIVA DE LUCA¹
e-mail: pnluca@gmail.com



Giza Guimarães Pereira SALES²
e-mail: giza.sales@unasp.edu.br

Como referenciar este artigo:

LEIVA DE LUCA, P. P.; SALES. G. G. P. Universidade Corporativa: Possibilidade para uma formação sociocultural do indivíduo. **Revista on line de Política e Gestão Educacional**, Araraquara, v. 28, n. 00, e023014, 2024. e-ISSN: 1519-9029. DOI: <https://doi.org/10.22633/rpge.v28i00.19105>



| **Submetido em:** 05/03/2024
| **Revisões requeridas em:** 04/04/2024
| **Aprovado em:** 11/05/2024
| **Publicado em:** 07/06/2024

Editor: Prof. Dr. Sebastião de Souza Lemes
Editor Adjunto Executivo: Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

¹ Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), Engenheiro Coelho, São Paulo – SP – Brasil. Mestre em Educação, Administrador de empresa.

² Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), Engenheiro Coelho, São Paulo – SP – Brasil. Docente do Mestrado Profissional em Educação e Graduação do UNASP. Doutora em Educação.

RESUMO: Neste artigo apresenta-se uma proposta para criação de um modelo de Universidade Corporativa (UC) dedicada ao fortalecimento da organização empresarial, com ênfase no desenvolvimento educacional e nas habilidades socioculturais dos seus funcionários e colaboradores. No entanto, é facilmente perceptível que o objetivo dessas instituições deveriam ir além da melhoria da produtividade e da incorporação de estratégias de desempenho. Nesse sentido, apresentamos uma proposta para a criação de uma UC que se dedique ao fortalecimento da organização empresarial, destacando o desenvolvimento educacional e sociocultural dos funcionários e colaboradores. O trabalho desenvolvido resultou da articulação com a pesquisa exploratória e bibliográfica que serviu de base para o referencial teórico-metodológico das discussões aqui apresentadas, além de uma vivência teórico-prática vivenciada pelos pesquisadores, com uma proposta de uma UC que crie as condições de desenvolvimento sociocultural de seus membros.

PALAVRAS-CHAVE: Universidade Corporativa. Educação Corporativa. Desenvolvimento sociocultural.

RESUMEN: *En este artículo se presenta una propuesta para la creación de una Universidad Corporativa (UC) dedicada al fortalecimiento de la organización empresarial, con énfasis en el desarrollo educativo y las habilidades socioculturales de sus empleados y colaboradores. Sin embargo, es fácil percibir que el objetivo de estas instituciones debe ir más allá de mejorar la productividad e incorporar estrategias de desempeño. En este sentido, presentamos una propuesta para la creación de una UC que se dedique al fortalecimiento de la organización empresarial, destacando el desarrollo educativo y sociocultural de los empleados y colaboradores. El trabajo desarrollado resultó de la articulación con la investigación exploratoria y bibliográfica que sirvió de base para el marco teórico-metodológico de las discusiones aquí presentadas, además de una experiencia teórico-práctica vivida por los investigadores, con una propuesta de una UC que crea las condiciones para el desarrollo sociocultural de sus miembros.*

PALABRAS CLAVE: *Universidad Corporativa. Educación Corporativa. Desarrollo sociocultural.*

ABSTRACT: *This article presents a proposal for the creation of a Corporate University (UC) dedicated to the strengthening of the business organization, with emphasis on the educational development and sociocultural skills of its employees and collaborators. However, it is easily perceived that the objective of these institutions should go beyond improving productivity and incorporating performance strategies. In this sense, we present a proposal for the creation of a UC that is dedicated to strengthening the business organization, highlighting the educational and sociocultural development of employees and collaborators. The work developed resulted from the articulation with the exploratory and bibliographic research that served as the basis for the theoretical-methodological framework of the discussions presented here, in addition to a theoretical-practical experience lived by the researchers, with a proposal of a UC that creates the conditions for the sociocultural development of its members.*

KEYWORDS: *Corporate University. Corporate Education. Sociocultural Development.*

Introdução

A construção teórico-metodológica deste artigo parte da inquietação dos pesquisadores quanto à necessidade de ressignificar a atuação das Universidades Corporativas (UCs). Busca-se captar aspectos da realidade, transformações sociais, bem como novas demandas e contextos sociais geralmente pouco discutidos nas relações profissionais, mas que podem estar presentes no cotidiano da maioria das instituições empresariais e exercer alguma influência sobre as dinâmicas relacionais entre funcionários e colaboradores.

Dessa forma, a partir das experiências dos pesquisadores, tanto no mundo corporativo, quanto no meio acadêmico, bem como da articulação entre a teoria e a prática proporcionada pela oportunidade de vivência no Mestrado Profissional em Educação (MPE), desenvolveu-se pesquisa qualitativa, exploratória e bibliográfica sobre o tema, visando melhor compreender o papel das universidades corporativas e repensar a sua atuação na sociedade. Os resultados obtidos a partir da investigação empreendida, estão apresentados neste texto em forma de reflexão e considerações sobre a importância das UCs, entendidas aqui, como espaços de formação sociocultural para os indivíduos pertencentes a uma instituição. Com este texto, portanto, espera-se poder contribuir para uma nova perspectiva de criação e ressignificação das UC's no sentido de almejar cada vez mais uma sociedade justa e igualitária.

A Universidade Corporativa (UC), por vezes, tem sido tratada como apenas uma ferramenta de *marketing* (externo ou interno) ou, em outros casos, como canal de aprimoramento que a organização empresarial oferece aos indivíduos que dela fazem parte. Com o objetivo de ampliar o alcance das UC's, elevando-a a um ambiente interno estratégico para fornecer não apenas em treinar e em desenvolver habilidades, mas em promover a formação sociocultural e pessoal dos indivíduos envolvidos.

A peculiaridade essencial do mundo corporativo está envolta de posicionamentos cujos interesses podem estar voltados exclusivamente ao universo capitalista. Dessa forma, o mercado exige cada vez mais do profissional da atualidade e das ações autômatas que já não são mais suficientes. É essencial agregar um conjunto de habilidades, competências e conhecimentos que vão além da formação técnica. É necessário algum tipo de desenvolvimento adicional, pois as empresas demandam funcionários multifacetados e flexíveis, dentro das possibilidades oferecidas pela tessitura do acultramento social. Considera-se que um simples apertar de botão já não é mais suficiente.

A sociedade contemporânea revela a necessidade de mais compreensão dos vários fenômenos, condições e realidades complexas e distintas, sejam elas de caráter sociocultural, sexual, etnia, cor e tantas outras diversidades existentes no bojo da convivência humana. Isso

se verifica não apenas nos ambientes externos ou nas inter-relações que as pessoas mantêm na sua vida social externas ao ambiente de trabalho, mas estão presentes no cotidiano externo como no interior das organizações, entre os próprios colaboradores, na interação com os clientes e no relacionamento social-profissional.

Inevitavelmente todo o ambiente corporativo é impactado por essas condições. Logo, se uma instituição deseja um canal aberto e saudável para a convivência, é importante abrir possibilidades para discutir tais demandas socioculturais e, ao mesmo tempo, oferecer condições de formação e desenvolvimento para os sujeitos que ali convivem.

Assim, ao dialogar com os interesses educacionais, visando a uma formação sociocultural do sujeito, este texto vem propor a criação de uma UC que transcende questões como, aumento da produtividade e da incorporação de estratégias de desempenho para a empresa, mas que tenha como foco a promoção de um ambiente de crescimento sociocultural para seus colaboradores. Nesse sentido, visualizaram-se as possibilidades para a abertura e para a discussão de temas que envolvam relacionamento e entendimento das diferenças.

A proposição da criação de uma Universidade Corporativa se fundamenta na compreensão de sua origem, objetivos e necessidades. Alguns aspectos teórico-conceituais revelam sua importância e, também, uma maneira de pensar em sua implantação de tal forma, que possa ir além das questões objetivas: competitividade e lucro, dentre outras, mas que traga à discussão os elementos que compõem o tecido social da organização e de todas as relações de seus componentes, formação humana, desenvolvimento sociocultural e formação cidadã.

Compreendendo as Universidades Corporativas

Uma Universidade Corporativa não pode e não deve se restringir ao treinamento operacional ou ser apenas uma ferramenta de *marketing*. Os recursos empregados, sejam financeiros ou de tempo, podem explorar uma infinidade de objetivos, mas devem estar sempre ligados à estratégia global da empresa. De acordo com Allen (2002, p. 9), uma universidade corporativa é uma instituição educacional destinada a auxiliar a matriz de uma empresa no cumprimento de sua missão por meio da realização de atividades que promovam a aprendizagem individual, o desenvolvimento de conhecimento e a obtenção de sabedoria.

Essa ferramenta iniciou-se na década de 1960, quando as empresas começaram a pensar na necessidade de treinar os seus funcionários, uma vez que as novas tecnologias se apresentavam com novas máquinas e os computadores passaram a integrar os comandos destes equipamentos. No entanto, Meister (1999) relata que a experiência foi impulsionada com a criação, pela General Electric, de seu Centro de Treinamento, conhecido como *Crotonville*, localizado na cidade de Ossining, no estado de Nova York, Estados Unidos da América.

Inaugurada no ano de 1956, essa instituição de treinamento ficou conhecida como Universidade Corporativa (UC), sendo a primeira na história a ser estabelecida por uma empresa com a finalidade específica de treinar seu próprio quadro de colaboradores.

No início do século XX, surgiram programas de treinamento dedicados ao aperfeiçoamento da força laboral interna. Tais programas foram projetados para alinhar-se inicialmente com as metas da instituição, deixando a concessão de diplomas acadêmicos ou créditos educacionais em segundo plano. Para Senge (1998, p. 44),

A aprendizagem em equipe é vital, pois as equipes, e não os indivíduos, são a unidade de aprendizagem fundamental nas organizações modernas. Esse é um ponto crucial: se as equipes não tiverem capacidade de aprender, a organização não a terá.

Com o advento da Revolução Industrial Moderna, as escolas corporativas ganharam popularidade em diversos setores, como manufatura, seguros, editoração e serviços públicos. As qualificações acadêmicas tradicionais não se mostravam adequadas, levando várias empresas a criar e administrar seus próprios sistemas de desenvolvimento de colaboradores.

O surgimento e o crescimento significativo das escolas empresariais ocorreram principalmente na década de 1980, quando as empresas perceberam que as instituições educacionais tradicionais não conseguiam mais fornecer aos seus graduandos os conhecimentos necessários para enfrentar um ambiente empresarial em constante mudança, muitas vezes descrito como um “mundo-líquido” (Bauman, 2012). Era preciso conectar as novas realidades com a falta de conhecimento dos trabalhadores e desenvolver novas possibilidades de adaptações. Para Meister (1999, p. 27), “as organizações estão cada vez mais entrando no setor de educação a fim de assegurar sua própria sobrevivência no futuro”.

As UC's se distanciam dos tradicionais departamentos de treinamento e de desenvolvimento em várias maneiras. Em vez de oferecerem apenas cursos técnicos ou habilidades específicas para tarefas imediatas, essas universidades aspiram a fornecer uma educação mais abrangente, muitas vezes alinhada com as estratégias de longo prazo da empresa. Elas procuram também se adaptar às mudanças do ambiente empresarial e social, proporcionando um aprendizado mais flexível e personalizado. Para Meister (1999, p. 79), “o principal objetivo do lançamento de uma universidade corporativa é institucionalizar uma cultura de aprendizagem contínua, vinculada às mais importantes estratégias empresariais”.

O conceito de Universidade Corporativa tornou-se referência de formação continuada do aprendizado no meio corporativo. Segundo Ivoryit (2022), o ambiente de trabalho constitui o palco principal para as interações entre os colaboradores. Tal ambiente é essencial para o estabelecimento de relações saudáveis e para a aceitação das diversidades individuais. Esse

cenário serve como pano de fundo para compreender a função e o impacto das Universidades Corporativas na formação e no desenvolvimento de seus colaboradores.

Uma formação sociocultural do indivíduo

Vivenciar experiências por longos anos na iniciativa privada como gestor empresarial e participar da criação de Universidades Corporativas permitiu a um dos pesquisadores deste texto ocupar um “lugar de fala” próprio e repleto de especificidades contextuais, históricas e culturais, conforme conceituado por De Certeau (2011) que, de certa forma, legitima a discussão desse tema. Nesse sentido, ao discorrer sobre uma questão que ocorre em um determinado espaço entre a narrativa do passado e a contemporânea, o autor denomina como “operação historiográfica”, e fica evidente a importância do “lugar de onde se fala” e como “esse lugar” incide de forma relevante sobre essa “operação” ou sobre como contar essa história (De Certeau, 2011).

Nesse contexto, as discussões propostas neste texto revelam as interrogações e os diálogos entre ambos os autores, ocorridos no âmbito do MPE. Além disso, articulam-se com a bibliografia pertinente sobre as condições e possibilidades de desenvolvimento do pensamento crítico, destacando a necessidade de que as UC's avancem além do simples aumento da produtividade e eficiência, ou da mera reprodução do que já é bom e inovador.

Nessa concepção, as Universidades Corporativas podem contribuir de maneira significativa para a formação sociocultural dos indivíduos. Pensar que todo processo educacional é também um processo de humanização. Segundo Rivière (1988, p. 18), referindo-se a Vygotski, “(...) a humanização é um produto da educação formal e informal, concebida em termos de interação”. E, em última instância, o aperfeiçoamento da educação é o mesmo que a melhoria e o aperfeiçoamento do próprio homem (Rivière, 1988, p. 18).

Sob tal perspectiva, as corporações nem sempre têm como objetivo que o aprendiz desenvolva um caráter emancipatório, permitindo-lhe compreender o real valor de seu trabalho perante a sociedade e em suas relações sociais. Na ausência desse caráter emancipatório no aprendizado, corre-se o risco de aceitar a falácia de que, na falta de um sistema educativo adequado, haverá quem determine os caminhos e objetivos do aprendiz, sendo este sistema o próprio corporativo.

Existe uma vasta literatura sobre esse ambiente de disseminação de conhecimento, que visa o avanço da organização mediante a aquisição de recursos humanos superiores. Esse objetivo não deve ser negligenciado; no entanto, dentro desse cenário, também é possível almejar o desenvolvimento cultural e social, apoiado no progresso intelectual, ético e estético do indivíduo. Afinal, a educação desempenha um papel crucial nesse tipo de ensino.

Conforme apresentado em Luca (2023), por meio de uma instituição de ensino interna, concebida pela própria corporação, é possível integrar nos servidores os valores, os objetivos, as estratégias e as metas da organização, ao mesmo tempo, em que se alinham esses princípios às variáveis externas que estão além do controle direto da empresa. Essa abordagem não apenas permite fortalecer a sinergia e a coesão interna, mas também possibilita adaptar-se de forma proativa às mudanças e aos desafios externos, impulsionando assim o desempenho da corporação, conforme afirma Pietro (2011),

A relação alinhamento-desempenho é amplamente aceita nos estudos envolvendo o conceito de alinhamento, tendo sido estabelecida desde os contingencialista que afirmam que o bom desempenho das organizações é resultado do ajuste adequado entre variáveis endógenas, tais como, estratégia, estrutura e processos gerenciais e variáveis exógenas, como a incerteza ambiental e tecnologia (Pietro, 2011, p. 17).

De acordo com Pietro (2011), a teoria contingencialista afirma que o desempenho de uma organização resulta do alinhamento eficaz entre variáveis internas, como estratégia e estrutura, e variáveis externas, como incerteza ambiental e tecnologia.

No estudo *Corporate Universities – An Engine for Human Capital*, realizado pelo *Boston Consulting Group*, a ênfase recai sobre a importância de alinhar a UC com a estratégia da empresa. No entanto, o grupo ressalta que o objetivo principal deve ser o desenvolvimento de programas que capacitem os participantes a criarem suas próprias estratégias, em vez de simplesmente replicar modelos existentes.

Eboli (2004) diz que muitos líderes empresariais acreditam que conhecimento e desenvolvimento de habilidades os fazem investir em UC's como modo de criar uma sinergia maior, que pode melhorar a imagem externa da empresa ao mostrar que existe uma preocupação em evoluir e isso será reconhecido pelo mercado e no *front* interno que impulsiona a equipe motivando-a. Em essência são cinco impulsionadores:

1. Organizações flexíveis: a emergência da organização não-hierárquica, enxuta e flexível, com capacidade de dar respostas ao turbulento ambiente empresarial.
2. Era do conhecimento: o advento e a consolidação da economia do conhecimento, na qual o conhecimento é a nova base para a formação de riqueza nos níveis individual, empresarial ou nacional.
3. Rápida obsolescência do conhecimento: a redução do prazo de validade do conhecimento associado ao sentido de urgência.
4. Empregabilidade: o novo foco na capacidade de empregabilidade/ocupacionalidade para a vida toda em lugar do emprego para toda a vida.
5. Educação para a estratégia global: uma mudança fundamental no mercado da educação global, evidenciando-se a necessidade de formar pessoas com visão global e perspectiva internacional dos negócios (Eboli, 2004, p. 46).

Eboli (2004) identifica cinco tendências que influenciam o cenário empresarial e educacional: a necessidade de organizações ágeis e adaptáveis para navegar em ambientes instáveis; a ascensão do conhecimento como principal recurso para geração de riqueza; a rápida obsolescência desse conhecimento exigindo atualização constante; o deslocamento do foco de emprego de longo prazo para a empregabilidade contínua; e a crescente importância de uma perspectiva global na formação educacional, dada a internacionalização dos negócios.

A distinção entre as universidades corporativas e as instituições acadêmicas tradicionais ou formais têm sido objeto de estudo e discussão por diversos acadêmicos e especialistas na área de educação e de gestão de recursos humanos. Allen (2002) e Meister (1998) elucidam como essas duas categorias de instituições diferem significativamente em termos de objetivos, conteúdo e metodologia, proporcionando uma visão mais aprofundada sobre suas finalidades e seus impactos.

Na visão de Alperstedt (2001, p. 10), as universidades corporativas são como instituições criadas e vinculadas a empresas voltadas para a formação de competências essenciais à organização que, cumulativamente, apresentam as seguintes características: estendam seus serviços educacionais, conforme o caso, a fornecedores, clientes, franqueados, outras empresas e a comunidade externa, não os restringindo a seus empregados; estabeleçam parcerias com instituições de ensino superior, culminando com a validação dos créditos cursados e possibilidade de outorga de diplomas, ou que desfrutem da possibilidade de outorga de diplomas de forma independente.

Conforme definido por Alperstedt (2001), as universidades corporativas são instituições estreitamente ligadas às empresas e voltadas para a formação de competências essenciais à organização. Essas entidades não só atendem aos próprios empregados, mas também incluem fornecedores, clientes e comunidade externa, trazendo-os para participarem de formação com foco específico nos seus interesses. Adicionalmente, muitas UC's estabelecem parcerias com instituições acadêmicas para validação de créditos e outorga de diplomas.

Esta última característica em particular cria um ponto de convergência entre as UC's e as Universidades formais, enfatizando o papel complementar que ambas desempenham na formação e na capacitação de indivíduos. Tal complementaridade é especialmente relevante ao se considerar a observação de Quartiero e Cerny (2005, p. 39) de que “a universidade corporativa só tem sucesso quando se apoia na competência formativa da universidade acadêmica”. De acordo com Bauman (2014), uma sociedade educativa deve surgir como resposta às novas prioridades e demandas de uma sociedade em constante mutação, caracterizada por um “mundo líquido”. Essa sociedade educativa deve proporcionar a oportunidade de explorar plenamente todos os espaços disponíveis, visando construir uma

comunidade que promova a colaboração e a compreensão entre seus membros. Uma educação permanente que não pode estar restrita aos núcleos universitários formais, mas que vá além,

sob essa nova perspectiva, a educação permanente é concebida como algo que vai muito mais além do que já se pratica, especialmente nos países desenvolvidos, a saber: as iniciativas de atualização, reciclagem e conversão, além da promoção profissional, dos adultos. Ela deve abrir as possibilidades da educação a todos, com vários objetivos: oferecer uma segunda ou terceira oportunidade; dar resposta à sede de conhecimento, de beleza ou de superação de si mesmo; ou, ainda, aprimorar e ampliar as formações estritamente associadas às exigências da vida profissional, incluindo as formações práticas. Em suma, a educação ao longo da vida, deve tirar proveito de todas as oportunidades oferecidas pela sociedade (UNESCO, 2010, p. 32).

A Educação ao longo da vida, conforme defendida pela UNESCO, refere-se a uma condição em que a sociedade deve, na medida do possível, oferecer e o indivíduo deve aproveitar todas as oportunidades disponíveis “durante toda a vida útil e saudável” (UNESCO, 2010, p. 32). Isso garante que o indivíduo tenha condições adequadas para se formar e se desenvolver continuamente enquanto se sentir apto a aprender. Para cumprir os objetivos da proposta aqui apresentada, não se pretende discutir a construção de um currículo específico para uma Universidade Corporativa (UC), mas sim analisar a importância da UC na relação entre formação e desenvolvimento do indivíduo “ao longo da vida”.

Portanto, inicia-se aqui a concepção de uma visão de UC que visa não apenas alavancar resultados, mas, acima de tudo, promover o engajamento do indivíduo que produz, em todos os níveis, em uma sociedade que está em constante mudança, com velocidade exponencial, impulsionada pelos meios de comunicação e pela abertura ao novo, seja nas relações de trabalho ou nas interações entre diferentes grupos.

Além disso, observa-se que a educação no “mundo líquido” (Bauman, 2014) não pode se encerrar nos bancos escolares, no final de uma jornada de formação institucionalizada, pois se sabe que esse processo de aprendizagem permanece durante toda vida, com a experiência e com a curiosidade de cada um. É possível, inclusive, voltar aos bancos escolares, mas ainda assim há pouca oferta de cursos e os altos custos inviabilizam, por muitas vezes, esse retorno, o que, de certa forma, se torna uma possibilidade para uma pequena parcela da população.

Assim, o aprimoramento intelectual não se realiza apenas por meio de interações superficiais; requer um desenvolvimento contínuo que engloba aspectos culturais, sociais e transformadores. É essencial que esse saber seja interconectado, promovendo um aprendizado complementar que vá além do utilitarismo imediato. A importância da integração de diversas áreas do conhecimento deve ser explicitamente apresentada, especialmente quando se fala em contribuir para o progresso das organizações.

A formação oferecida pelas Universidades Corporativas não deve restringir-se à transmissão de competências diretamente relacionadas às atividades da empresa. Ao se considerar, por exemplo, o impacto positivo que um programa de educação financeira pessoal poderia representar para toda a equipe. Tal formação não apenas propicia mais tranquilidade ao colaborador, ao administrar seus recursos, mas também pode levar a um aumento na produtividade e minimizar questões éticas na organização.

Formações dessa natureza não se limitam a desenvolver conhecimentos específicos de interesse da corporação no currículo da Universidade Corporativa (UC), mas podem trazer benefícios em cadeia. Por exemplo, um conjunto de colaboradores com uma situação pessoal e familiar financeiramente controlada tende a trabalhar melhor, sem a preocupação de não ter os recursos necessários para cumprir seus compromissos. Portanto, é importante estabelecer treinamentos em finanças pessoais, que trarão tranquilidade aos colaboradores, aumentando a produtividade e reduzindo eventuais problemas éticos na empresa.

A educação, então, não se limita ao horário em que os educandos se encontram em uma sala de aula formal, mas em todos os momentos em que são possíveis estabelecer interações, diálogos, a fim de desenvolver novas e importantes ideias. As Universidades Corporativas se inserem nesse contexto como responsáveis por promover e desenvolver processos formativos, permitindo ao cidadão compreender melhor seu espaço e estabelecer convivências mais efetivas. Considerando que o ser humano é, essencialmente, um ser social, esses processos formativos são fundamentais. Quando isolados, não se estabelecem relacionamentos que promovam crescimento e aprendizado.

Segundo Rivière, citando Vygotski.

Para ele, as funções superiores eram o resultado da enculturação, da influência cultural na aprendizagem e no desenvolvimento, e só podiam ser explicadas na sua gênese, pela sua história, situando-as no seu contexto original. Portanto, a humanização era um produto da educação formal e informal, concebida em termos de interação... Ao mesmo tempo, sentia que o objetivo pragmático essencial da própria Psicologia era a melhoria e o aperfeiçoamento da educação real, o que era como dizer a melhoria e perfeição do próprio homem (Rivière, 1988, p. 18).

Dessa forma, o desenvolvimento ético e moral, entrelaçado ao processo educacional, deve ser uma responsabilidade intrínseca das Universidades Corporativas. Este canal surge da necessidade de construir conhecimento para atender aos novos requisitos de mercado e de convivência empresarial. Embora o nome “Universidade Corporativa” seja uma alegoria que visa trazer prestígio, similar ao de sua correlata tradicional, este espaço criado não pode ser desprezado. Ele deve ser valorizado como um ambiente propício ao desenvolvimento ético e moral, além de contribuir para a melhoria dos processos internos das corporações.

Nas palavras de Pedro Demo (2000, p. 10), nos novos processos de aprendizagem, é essencial desenvolver a habilidade de moldar o próprio destino, de ser um sujeito crítico e criativo nas circunstâncias existentes, sempre com um senso de solidariedade. E para tal é preciso que se estabeleça um lugar de fala e de desenvolvimento.

Uma Unidade de Conservação (UC) não pode ser compreendida como uma substituta das Universidades formais, visto que estas fornecem a base do conhecimento para diversas áreas de atuação, legitimam e consolidam a formação necessária para os arcabouços teóricos e práticos do exercício profissional. Além disso, as universidades promovem o desenvolvimento intelectual, ético-moral e cidadania, criando condições para que os indivíduos possam conviver em sociedade, atuar profissionalmente e ingressar no mercado de trabalho com capacidade de aprendizado e adaptação ao mundo complexo e exigente do capitalismo. Tais atribuições não podem ser esperadas de uma Unidade de Conservação.

Se a expressão “Universidade Corporativa” for interpretada como uma metáfora, é fundamental, também, compreender que se trata de um espaço dedicado ao desenvolvimento pessoal. Mesmo não possuindo a formalidade das universidades convencionais do sistema educacional, as UC’s também demandam atenção e cuidado, especialmente do seu corpo administrativo e pedagógico. Além disso, é de suma importância que as UCs possam contar com o respaldo da formalidade, permitindo a análise curricular e a definição de metodologias que possibilitem a concessão de certificações. Ao estabelecer essa ligação com as Universidades Institucionais, cria-se a oportunidade de estabelecer padrões éticos e de conteúdos sólidos. Nesse viés, é de grande valia, para o êxito de uma escola de formação empresarial, que se estabeleçam parcerias com as Universidades formais tradicionais. Essas colaborações com as instituições acadêmicas tornam-se um fator decisivo, inclusive para atrair interesse.

Nesse processo, não se deve apenas considerar os colaboradores internos, mas também os clientes, pois são eles que compartilham a mensagem da empresa e precisam estar alinhados com as diversas perspectivas da sociedade. Além disso, é importante estender a educação corporativa aos fornecedores, para que eles também estejam comprometidos com as necessidades apresentadas. Por fim, é essencial envolver a comunidade que faz parte do ambiente da empresa, já que ela faz parte do ecossistema onde a corporação está inserida.

Uma parte significativa do processo de construção e de desenvolvimento das Universidades Corporativas envolve a identificação das carências e das necessidades de formação, sejam elas de natureza técnica ou sociocultural. Portanto, antes de determinar quais disciplinas ou enfoques serão incluídos na criação de um currículo específico para a UC de uma organização, é essencial compreender as carências existentes e onde é possível impulsionar o engajamento das pessoas, buscando benefícios para o conjunto.

Considerações finais

O propósito deste artigo foi propor um modelo de Universidade Corporativa que transcende o conceito de um ambiente interno estratégico a serviço da organização empresarial, focado exclusivamente no treinamento e desenvolvimento de habilidades para seus funcionários e colaboradores, com ênfase em ferramentas de marketing, aumento da produtividade e competitividade no mercado. Entende-se que os objetivos das Universidades Corporativas devem abranger questões que vão além da melhoria da produtividade e da incorporação de estratégias para aumentar o desempenho e a competitividade no mercado.

Com base nas discussões apresentadas no decorrer deste texto, acredita-se ser viável promover, por meio da Universidade Corporativa, um ambiente de crescimento humano, sociocultural e não apenas técnico-profissional.

Dado que os objetivos de uma Unidade de Conservação (UC) devem transcender aspectos técnicos e a busca por aprimoramento e desempenho, torna-se necessário desenvolver metas e estratégias que permitam a participação de colaboradores, clientes, fornecedores e comunidade. Essa participação visa construir conhecimento e a apropriação de informações para a reflexão sobre temas abstratos e humanos presentes na sociedade, tais como discriminação, diversidade, inserção socioeconômica, ética, moral e outros aspectos relevantes.

Dessa forma, a proposta para que esses objetivos sejam alcançados, envolve a formação de parcerias com instituições de ensino formais com intuito de agregar capacidade teórico-prática na área de ensino e a possibilidade de certificação a ser agregada ao currículo dos participantes.

Portanto, este artigo propõe um modelo de Universidade Corporativa que vai além do conceito tradicional de um ambiente interno voltado exclusivamente para o desenvolvimento técnico dos colaboradores em prol da organização empresarial. A abordagem aqui visa promover não apenas o crescimento profissional, mas também o desenvolvimento pessoal e sociocultural dos envolvidos. Além de contribuir para o desenvolvimento profissional, as Universidades Corporativas têm o potencial de promover o crescimento sociocultural dos indivíduos, incentivando o desenvolvimento intelectual, ético e estético. Elas podem integrar os valores e metas da organização, fortalecendo a coesão interna e respondendo proativamente aos desafios externos.

Assim, é essencial reconhecer a educação como um processo de humanização e cultivar o pensamento crítico por meio das Universidades Corporativas, indo além da simples busca por eficiência e produtividade. A educação oferecida por essas instituições deve capacitar os

indivíduos a compreenderem o impacto de seu trabalho na sociedade e a promoverem relações saudáveis e inclusivas em um mundo diversificado.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, M. What is a corporate university, and why should an organization have one? *In*: ALLEN, M. **The corporate university handbook**: designing, managing, and growing a successful program. Nova York: Amacom, 2002, p. 1-12.
- ALPERSTEDT, Cristina. As universidades corporativas no contexto do ensino superior. 2001. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- BAUMAN, Z. Zygmunt bauman: entrevista sobre a educação. Desafios pedagógicos e modernidade líquida. **Cad. Pesqui.**, São Paulo, v. 39, n. 137, 2009. DOI: 10.1590/S0100-15742009000200016.
- BAUMAN, Z. **Sobre Educação e Juventude**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2014.
- DE CERTEAU, M. **A Escrita da História**. São Paulo: Forense Universitária, 2011.
- DEMO, P. **Conhecer e aprender**: sabedoria dos limites e desafios. Porto Alegre: ARTMED, 2000.
- EBOLI, M. **Educação Corporativa no Brasil**: mitos e verdades. São Paulo: Ed. Gente, 2004.
- IVORYIT. **Ambiente Corporativo**. [S. l.], 2022 Disponível em: <https://www.ivoryit.com.br/2022/05/06/ambiente-corporativo-porque-e-importante-e-5-dicas-para-melhorar/#:~:text=Podemos%20defini%20Dlo%20como%20sendo,em%20boa%20parte%20da%20semana>. Acesso em: 13 jul. 2023.
- LUCA, P. P. L. **Universidade Corporativa**: espaço para desenvolvimento profissional e pessoal do indivíduo, Engenheiro Coelho, SP: UNASP, 2023.
- MEISTER, J. C. **Educação Corporativa**: a gestão do capital intelectual através das universidades corporativas. São Paulo, Pearson, 1999.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Educação**: um tesouro a descobrir, relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI (destaques). Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. 2010. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000109590_por. Acesso em: 18 jul. 2023.

PIETRO, V. C. Impacto do alinhamento da estratégia de negócios sobre o desempenho. 2011. 191 f. Tese (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-17052011-123736/publico/Tese_Vanderli_C_Prieto.pdf. Acesso em: 09 out. 2023.

QUARTIERO, E. M.; CERNY, T. Z. Universidade Corporativa: uma nova Face da relação entre mundo do trabalho e mundo da Educação. *In*: QUARTIERO, E M.; BIANCHETTI, L. (org.). **Educação corporativa mundo do trabalho e do conhecimento: aproximações**. São Paulo: Cortez, 2005.

RIVIÈRE, A. **La psicología de Vygotski**. 3. ed. Madrid: Visor, 1988.

SENGE, P. M. As cinco disciplinas. **Revista HSM Management**, São Paulo, v. 2, n. 9, p. 82-89, jul./ago.1998.

CRediT Author Statement

Reconhecimentos: Não aplicável.

Financiamento: Não aplicável.

Conflitos de interesse: Não há conflitos de interesse.

Aprovação ética: Não aplicável.

Disponibilidade de dados e material: Não aplicável.

Contribuições dos autores: Plínio de Luca escreveu o artigo com orientação, revisão, sugestão e observações da Profª Giza Sales.

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.
Revisão, formatação, normalização e tradução.

