

5-2013

# Ensino à distância em uma Universidade Corporativa: uma análise pela ótica da representação social

Maria L. Koyashiki

*Pontifícia Universidade Católica do Paraná*, marialucia.mk1@gmail.com

Taiane R. Cordeiro

*Universidade Federal do Paraná*, taianercordeiro@gmail.com

Maria A. Cunha

*Pontifícia Universidade Católica do Paraná*, alexandra.cunha@pucpr.br

Follow this and additional works at: <http://aisel.aisnet.org/confirm2013>

---

## Recommended Citation

Koyashiki, Maria L.; Cordeiro, Taiane R.; and Cunha, Maria A., "Ensino à distância em uma Universidade Corporativa: uma análise pela ótica da representação social" (2013). *CONF-IRM 2013 Proceedings*. 17.  
<http://aisel.aisnet.org/confirm2013/17>

This material is brought to you by the International Conference on Information Resources Management (CONF-IRM) at AIS Electronic Library (AISEL). It has been accepted for inclusion in CONF-IRM 2013 Proceedings by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISEL). For more information, please contact [elibrary@aisnet.org](mailto:elibrary@aisnet.org).

# Ensino à distância em uma Universidade Corporativa: uma análise pela ótica da representação social

Maria L. Koyashiki  
Pontifícia Universidade Católica do Paraná  
[marialucia.mk1@gmail.com](mailto:marialucia.mk1@gmail.com)

Taiane R. Cordeiro  
Universidade Federal do Paraná  
[taianercordeiro@gmail.com](mailto:taianercordeiro@gmail.com)

Maria A. Cunha  
Pontifícia Universidade Católica do Paraná  
[alexandra.cunha@pucpr.br](mailto:alexandra.cunha@pucpr.br)

## **RESUMO**

Este artigo investiga as representações sociais da Educação à Distância (EAD) em uma Universidade Corporativa (UC) de uma instituição financeira, relacionando os resultados com os objetivos da UC. Em virtude dos avanços da Tecnologia da Informação (TI), há uma preocupação crescente das organizações em disseminar e construir novos conhecimentos, por meio da Educação Corporativa, com o objetivo de implementar efetivamente a estratégia. Neste contexto, a EAD oferece vantagens significativas como: flexibilidade, autonomia, gestão do tempo, redução de custos e logística para aprendizagens, agregando vantagem competitiva à organização. Em razão do tema emergente, foi utilizada para análise a abordagem da Teoria das Representações Sociais (TRS), verificando a representação da EAD na sua realidade e concepção na visão dos empregados.

Os procedimentos metodológicos estão ancorados no método de evocação livre de uma amostra de 130 colaboradores da instituição financeira. Os resultados indicam que a EAD está ancorada em educação e formação formal, ou seja, com conceitos rígidos para o alcance de objetivos específicos individuais, sem uma visão holística por parte dos empregados da organização.

## **Palavras-Chave**

Teoria das Representações Sociais, Gestão do Conhecimento, Universidade Corporativa, Educação à Distância.

## **1. Introdução**

Na era da Gestão do Conhecimento (GC), investir em aprendizado, gerando competências prepara as organizações para serem mais eficazes em seus objetivos, principalmente em um ambiente de incerteza, mutável e competitivo. Neste cenário, o recurso mais valioso das organizações são as pessoas, pois são elas que por meio do aprendizado e conhecimento proporcionarão as ações para a consecução da estratégia sustentável. Segundo Barney (1991) com a diferenciação e disseminação de conhecimento, as organizações geram uma vantagem competitiva, pois implementa a estratégia de criação de valor dificilmente imitado pelos concorrentes.

Assim, as organizações têm direcionado ações para a criação e desenvolvimento de competência dos seus recursos humanos, por meio das Universidades Corporativas (UC), com a finalidade de integrar o trabalho e a aprendizagem, promovendo o desenvolvimento e capacitação dos empregados em todos os níveis hierárquicos. O ensino administrado pelas organizações tem um caráter diferenciado por meio de um programa de capacitação orientado aos seus objetivos, com uma integração da missão e valores, com caráter intensivo e permanente, gerando diferenciação em busca de melhoria da qualificação, conhecimento e competência dos recursos humanos (Éboli, 2004).

O processo de aprendizagem nas organizações foi impulsionado pela Tecnologia da Informação (TI) que possibilitou uma ampla disseminação de informações e renovação constante de conhecimento, pois por meio de Sistemas de Informação (SI) as UC implementaram os cursos de EAD, reduzindo custos com a possibilidade de abranger mais pessoas e informações.

Algumas pesquisas (Éboli, 2004; Santos et. al., 2010) têm sido feitas sobre a importância das UC para as organizações. No entanto, pouco se tem pesquisado sobre os efeitos e concepções dos atores envolvidos no processo de aprendizagem, mais especificamente com relação aos recursos humanos. Assim, o presente trabalho tem por objetivo analisar esta lacuna, utilizando a Teoria das Representações Sociais (TRS) - que delimita um conjunto de conceitos, proposições e explicações originadas na vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais - verificando a relação entre a EAD da Universidade Corporativa de uma Instituição Financeira e a representação desta ferramenta de ensino pelos empregados. A relevância dessa abordagem fundamenta-se na pesquisa de Moscovici (1961), pois se buscou não só entender como o conhecimento é produzido, mas principalmente em analisar seu impacto nas práticas sociais, de como e por que as pessoas partilham o conhecimento e constituem sua realidade comum e de como a ferramenta da EAD de gestão do conhecimento é transformada em prática. O artigo é apresentado nas seguintes seções após esta breve introdução: (a) quadro teórico-empírico; (b) procedimentos metodológicos; (c) análise dos dados e interpretação dos resultados; e, (d) conclusões.

## **2. Gestão do Conhecimento**

A Gestão do Conhecimento (GC) é a coordenação deliberada e sistemática de pessoas da organização, tecnologia, processos e estrutura organizacional, com o fim de agregar valor por meio da reutilização e inovação. Esta coordenação é conseguida pela criação, compartilhamento e aplicação do conhecimento, bem como por meio de valiosas lições aprendidas e melhores práticas para a memória corporativa, a fim de promover o aprendizado contínuo organizacional (Dalkir, 2005).

A partir da década de 80, as abordagens teóricas relacionadas à GC foram intensificadas bem como as suas aplicações, focalizando a necessidade de se entender como as organizações trabalham com o conhecimento para desenvolver novos produtos, processos e formas ou arranjos organizacionais mais flexíveis, proporcionando uma vantagem competitiva sustentável (Silva, 2004).

Para Andrews (1996), uma organização deve ter um planejamento estratégico por meio de um sentido de finalidade racional com objetivos, pois estarão mais propensas a obter um resultado positivo, em termos de lucro e bem social, do que uma empresa sem planejamento.

Então a importância de um planejamento estratégico integrado à GC organizacional, visando ações sistêmicas dos planos organizacionais e individuais, estratégico e operacional. Segundo Terra (2004), o recente foco da literatura nos processos geradores de conhecimento representa, de fato, um avanço na teoria organizacional, visto que conseguiu evidenciar como diversas práticas gerenciais e de organização do trabalho estão associadas a processos individuais e coletivos de criação, aprendizado e inovação.

Os recursos humanos, constituídos pelos valores e normas individuais e organizacionais, bem como pelas competências, habilidades e atitudes de cada empregado, são a "mola propulsora" da geração de conhecimentos e valor nas organizações. Um campo da GC procura compreender a partir dos recentes avanços nas tecnologias de informação e comunicação, das conclusões das teorias sobre criatividade e aprendizado individual e organizacional, como os investimentos nesta área podem de fato aumentar a capacidade de gerar, difundir e armazenar conhecimento de valor para as empresas e para o país. (Terra, 2004)

Neste contexto, empresas têm investido na criação das UC para melhor aprendizagem e conhecimento de seu corpo funcional, visando à integração com seus objetivos estratégicos.

### **3. Universidade Corporativa e Educação à Distância**

Para Éboli (2004), os objetivos e práticas em comum das grandes organizações que abordam a UC são o equilíbrio entre o aprendizado presencial e virtual, responsabilizando as pessoas pelo autodesenvolvimento por meio do envolvimento de toda a cadeia de agregação de valor e do estabelecimento de parcerias internas, criando compromissos com os programas educacionais, em busca da perpetuidade de visão, missão, valores e cultura organizacional.

A EAD, que é o processo de ensino onde professores e estudantes estão separados espacial ou temporalmente (Moore & Kearsley, 1996), por suas características de flexibilidade e interatividade atende com maior velocidade a construção de conhecimentos nas organizações, possibilitando agilidade no treinamento, redução de custos, maior alcance territorial e efetividade na GC, dando suporte ao desenvolvimento de novas competências e habilidades.

Um termo muito utilizado para a EAD é *o e-learning*, que pode ser compreendido como o ensino à distância por meio eletrônico. Moore e Kearsley (1996) conceituam o EAD como sendo o aprendizado planejado que normalmente ocorre em lugar diverso do professor e como consequência requer técnicas especiais de planejamento de curso, técnicas instrucionais especiais, métodos especiais de comunicação, eletrônicos ou outros, bem como estrutura organizacional e administrativa específica. Assim, o *e-learning* abrange um contexto mais amplo do aprendizado organizacional, com ferramentas de aprendizado que estão além dos sistemas tradicionais de treinamento.

No entanto, a EAD apresenta algumas deficiências, principalmente no que se refere ao aprendizado e competências esperados pelas organizações.

### **4. Teoria das Representações Sociais**

Um dos objetivos deste artigo é apresentar aos leitores a Teoria das Representações Sociais (TRS), como uma alternativa ou quadro complementar para eliciar e analisar o conhecimento social compartilhado. Essa abordagem fornece uma lente teórica rica e métodos associados para investigar o sentido coletivo, não apenas focados em fatos, mas em um entendimento dos sentidos, sentimentos e valores compartilhados pelos sujeitos.

Serge Moscovici introduziu e divulgou o conceito de representação social no campo da psicologia social, quando, em 1961, pesquisou na sociedade parisiense o entendimento da psicanálise. Segundo Moscovici (1961) as representações sociais são entidades quase tangíveis, elas circulam, cruzam-se e se cristalizam incessantemente por meio de uma fala, um gesto, um encontro, em nosso universo cotidiano.

Trata-se de temas como o processo social de produção de conhecimento, a definição de sociedade e a discussão em torno das representações sociais. Moscovici se interessou não apenas em compreender como o conhecimento é produzido, mas principalmente em analisar seu impacto nas práticas sociais e vice-versa. A TRS revela-se útil na busca de uma melhor compreensão das práticas coletivas, porque as representações são compartilhadas, elas nos ajudam a dar sentido ao mundo, agir e comunicar uns com os outros (Abric, 1994; Moscovici, 1973). Por meio do conhecimento de uma representação social torna-se possível um entendimento mais adequado dos processos de constituição simbólica encontrados na sociedade, onde indivíduos se engajam para dar sentido ao mundo e nele construir sua identidade social (Gomes, Sá & Oliveira, 2003; Jovchlovitch, 1995). Elas correspondem ao “senso comum” de conhecimento que ajuda as pessoas e dão sentido aos fenômenos de que são confrontados (Moscovici & Markova 1998). Uma realidade social, como a entende a teoria das representações sociais, é criada apenas quando um fato novo ou não familiar ocorra e venha a ser incorporado aos universos consensuais. E a exposição a esse novo é que introduz a não familiaridade ou estranheza na sociedade mais ampla (Sá, 1996).

As representações sociais surgem e se estabilizam através de dois processos independentes: a ancoragem e a objetificação. A ancoragem é um processo de classificação, nomeação, entre outros processos, em que as pessoas tentam compreender fenômenos novos relacionando-os com o que eles já entendem (Moscovici, 2001). Enquanto a ancoragem envolve a incorporação da compreensão de novos fenômenos existentes em representações sociais, objetivação é o processo de formação de um novo significado do fenômeno em questão (Kaganer & Vasst, 2010). A objetificação é o processo no qual se reconstrói as representações existentes e se concretizam a percepção inicial em uma concepção real, possibilitando a materialização do novo fenômeno (Moscovici, 2001).

A ancoragem e a objetificação estão em relação dialógica, permitindo a incorporação do novo nas redes de categorias que o indivíduo possui, e a tensão em suas relações permitem condições de surgimento e transformação do senso comum dominante em conhecimento de fenômenos focais (Audebrand & Iacobus, 2008; Doise, 1993; Moscovici, 2001; Valsiner, 2003).

#### **4.1 Núcleo central e periférico das representações sociais**

Jean-Claude Abric propôs, em 1976, a teoria do núcleo central, apresentada como desdobramento da teoria das representações sociais. Segundo Abric toda organização social é organizada em torno de um núcleo central e este é constituído de um ou mais elementos que dão o significado à representação social (Abric, 1994).

O núcleo central é composto por um ou um pequeno número de elementos cognitivos que são responsáveis pela estabilidade, rigidez e consensualidade da representação. Estes elementos estão intimamente ligados à memória coletiva e à história de um grupo social, resistentes à mudança e menos suscetíveis a variação do contexto social. Por outro lado, o sistema periférico é composto por todos os elementos da representação que permitem a mobilidade, flexibilidade e diferenças interindividuais. Assim, ele fornece a integração das experiências

individuais e histórias, e apoia a evolução, contradições e heterogeneidade de um grupo social específico (Sá, 1996). O conhecimento do núcleo central e periférico auxilia na identificação dos aspectos fundamentais de uma representação social. O Quadro um sintetiza as características e funções diferenciais de cada um dos sistemas postulados na organização interna das representações sociais:

<b>Núcleo Central</b>	<b>Sistema periférico</b>
Relaciona-se à memória coletiva e a história do grupo	Permite a interação das experiências e vivências de todos os indivíduos
Consensual, definindo a homogeneidade	Suporte à heterogeneidade do grupo
Apresenta-se estável coerente e rígido	Flexível suportando contradições
Revela-se resistente às mudanças	Aberto às transformações
Pouco sensível ao contexto imediato	Sofre influências significativas do contexto imediato
Gera a significação da representação e determina sua organização	Permite a adaptação à realidade concreta e à diferenciação do conteúdo, protegendo assim, o sistema central.

**Quadro 1:** Características do núcleo central e sistema periférico.

Fonte: Adaptado Sá, 2002.

## 5. Procedimentos Metodológicos

O presente estudo é descritivo, de natureza qualitativa e adotou como estratégia de pesquisa o estudo de caso. A Instituição Financeira foi escolhida por sua representatividade nacional, uma vez que possui agências e/ou correspondentes em todo o território brasileiro, além de estar entre as cinco maiores no mercado bancário do Brasil (Dieese, 2012). Segundo Sampieri *et. al.* (2006) a pesquisa qualitativa, oferece maior profundidade aos dados, a dispersão, a riqueza interpretativa, a contextualização do ambiente, os detalhes e as experiências únicas, além de oferecer um ponto de vista recente, natural e holístico dos fenômenos, assim como a maior flexibilidade analítica.

A coleta dos dados foi realizada no segundo semestre de 2012, por meio da aplicação de um questionário com a finalidade de coletar os principais termos que remetem à TRS dos empregados da UC. Foram ainda coletados dados secundários no site da instituição financeira, que serviram como complemento aos dados primários. O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário, constituído de três partes. A primeira levantou as informações referentes aos respondentes da pesquisa. A segunda foi constituída por um instrumento de evocação livre conforme proposto por Vergés (1992) *apud* Sá (1996) e contemplou a seguinte questão: Cite três imagens ou figuras que vêm à sua mente com relação ao Ensino à Distância da Universidade Corporativa da Instituição Financeira? A terceira foi destinada aos comentários livres por parte dos empregados.

A população foi composta por 237 empregados lotados em cinco agências, dois postos de atendimento, e um setor de serviços especializados do interior do Paraná. Esta população foi selecionada por contemplar o perfil de unidades da instituição financeira. A amostra foi composta por 130 respondentes.

Os dados dos questionários foram tratados segundo o método de Vergés (1992) *apud* Sá (1996), capaz de fornecer a delimitação do núcleo central. Obteve-se uma lista de termos, classificados de acordo com a frequência e a quantidade de vezes evocadas em primeira instância. Do quadro de termos, emergiram 12 grupos com significados relacionados. Estes grupos, por sua vez, foram reclassificados, conforme o método proposto, dando origem a uma matriz dois por dois, chamada de matriz de evocação. Os grupos pertencentes ao quadrante

“A” (tabela 1) fazem parte do Núcleo Central, enquanto os demais quadrantes representam o Sistema Periférico.

Matriz de Evocações	Menos Prontamente Evocados	Mais Prontamente Evocados
Evocados Mais Frequentemente	B	A
Evocados Menos Frequentemente	D	C

**Tabela 1** - Matriz de Evocações  
Fonte: (Vergés 1992 *apud* Sá 1996)

A base do estudo foram as concepções dos empregados envolvidos no processo. Em virtude da metodologia utilizada, de livre evocação, pode ter havido algumas restrições como: a dificuldade de interpretação e de abstração dos respondentes.

Os termos encontrados foram comparados com a missão, visão e objetivos da UC da Instituição Financeira, para verificar a interpretação e concepção dos empregados sobre a ferramenta EAD.

## 6. Apresentação e Discussão dos Resultados

### 6.1 O Objeto de estudo: Universidade corporativa de uma instituição financeira

O principal meio utilizado pela instituição financeira na estratégia da educação corporativa é a UC. Para Meister (1999), a UC é um “guarda-chuva estratégico”, utilizado para desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidades, a fim de cumprir as estratégias empresariais da organização. Segundo a autora, as universidades corporativas têm como objetivo sustentar a vantagem competitiva, inspirando o aprendizado permanente e um desempenho superior dos recursos humanos e, conseqüentemente, da organização.

A missão da UC da instituição financeira é: “Promover a educação e a aprendizagem dos empregados e parceiros estratégicos para a realização da missão da organização”. A visão para 2015 é: “Ser reconhecida como espaço de produção e disseminação de saberes para o corpo funcional e parceiros estratégicos, contribuindo para a promoção da cidadania e o desenvolvimento sustentável da sociedade brasileira, promovendo alinhamento com as posturas mais atuais e coerentes de educação corporativa, contemplando aspectos ligados à gestão do processo ensino-aprendizagem alinhados à estratégia organizacional”.

A UC da instituição financeira está alicerçada em 15 premissas, que dão forma à sua atuação e fundamentam as ações por ela desenvolvidas, entre as principais premissas estão: a contribuição para o fortalecimento do papel da instituição financeira como agente governamental estratégico na implementação das políticas públicas; a valorização, o desenvolvimento contínuo e a profissionalização dos colaboradores internos, de forma integrada com os objetivos organizacionais; o reconhecimento de que aprender é um processo contínuo e de que é na interação entre as pessoas e situações vivenciadas no dia-a-dia que o aprendizado se consolida; o estabelecimento de um sistema de deveres e direitos mútuos - Empresa e empregado - em relação às ações de desenvolvimento; o favorecimento do equilíbrio econômico-financeiro-social e da sustentação ao negócio da Empresa; o desenvolvimento de competências individuais e coletivas que sustentem as competências

essenciais da instituição financeira e garantam resultados sustentáveis; o desenvolvimento de competências e sua efetividade dentro de um contexto educacional que estimule o espírito crítico, criativo e empreendedor e respeite a autonomia dos sujeitos; o alcance de metas organizacionais sustentáveis e para a implantação de soluções inovadoras.

O investimento em formação e capacitação dos empregados é condição essencial para que a instituição financeira desenvolva, de forma eficiente e uniforme em todo o país suas operações e o atendimento à sociedade. Por isso, mantém um amplo programa de qualificação envolvendo atividades e programas de formação técnica, treinamento e desenvolvimento, bem como de orientação sobre temas relacionados à cidadania e à responsabilidade socioambiental.

A UC oferece formação e capacitações presenciais, além de atividades de ensino à distância, por de meio de cursos de e-learning no ambiente da intranet e da internet. Para o desenvolvimento dos conhecimentos relacionados aos temas estratégicos e/ou vinculados a funções gratificadas são elaboradas trilhas de aprendizado específicas.

O modelo de Gestão de Pessoas por Competência adotado pela instituição financeira tem como base o Planejamento Estratégico no que diz respeito ao mapeamento das habilidades pessoais e profissionais que possam contribuir para a realização dos objetivos corporativos. O modelo possibilita não apenas a identificação de oportunidades de desenvolvimento, mas também o reconhecimento e a valorização dos conhecimentos, das competências e das atitudes de cada empregado para potencializar os resultados da empresa.

A universidade corporativa adotou como base fundamental a concepção interacionista na maneira de compreender como e porque o indivíduo se desenvolve e do que precisa para estar no mundo, bem como compreender a realidade que o cerca e como ela funciona. A partir dessa concepção criou um modelo pedagógico que enfatiza o desenvolvimento dos indivíduos pela interação, incentiva o pensamento crítico e inovador, valoriza o aprendizado como centro do processo de aprendizagem e adota os princípios da aprendizagem significativa.

Segundo essa teoria, o desenvolvimento é influenciado pela aprendizagem que ocorre nas relações que partilhamos nas experiências que vivenciamos e no contexto sociocultural do qual fazemos parte. Para as organizações, e para as pessoas que não estão inseridas, as experiências enriquecedoras são aquelas ocorrem com intencionalidade, ou seja, de forma consciente.

## **6.2 Análise dos resultados**

A amostra foi constituída por 130 empregados, sendo: 53% do sexo masculino e 47% do sexo feminino; escolaridade: 10% nível médio, 50% superior e 40% especialização/mestrado; cargos: 24,42% gerencial, 6,15% profissional, 8,16% assessoramento, 24,42% técnico e 36,85% não possuem cargos.

Para identificar as representações sociais foi utilizado o método da evocação livre que consiste em solicitar aos empregados que citem as palavras ou expressões que lhe venham imediatamente à lembrança em relação ao tema de pesquisa (Sá, 1996). Este método proposto por Vergés (1992) fornece a delimitação do núcleo central (subconjunto de representações), por meio de uma combinação de frequência de emissão dos termos e/ou expressões com a ordem em que estas foram evocadas. Foram evocadas 140 diferentes palavras em um



universo de 302 evocações, que agrupadas com significado semelhante deram origem a 12 diferentes grupos. A tabela 2 apresenta os grupos que emergiram desta análise.

Grupos Evocados	Frequência dos Grupos	Quantidade de vezes Evocados em Primeiro
F - Formação/Educação	76	30
B - Dificuldade Acesso/Us	35	09
I - Carreira	31	09
A - Ferramentas de TI	31	11
J - Características da Ferramenta da UC	30	13
D - Instituição Financeira	23	07
H - Metodologia UC	18	02
E - Tempo	15	04
G - Conceitos Diversos	14	06
K - Sentimentos Negativos	11	05
L - Atribuição de Valores	11	03
C - Facilidade Acesso/Us	06	03

**Tabela 2:** Termos conforme frequência e quantidade de evocação em primeiro lugar

O núcleo central emergiu da reclassificação dos grupos pela combinação de frequência e evocação em primeira vez, conforme apresentado na tabela 3.

Matriz de Evocações	Menos Prontamente Evocados	Mais Prontamente Evocados
Evocados Mais Frequentemente	B - Dificuldade Acesso/Us I - Carreira A - Ferramentas de TI J - Características da Ferramenta da UC	F - Formação/Educação
Evocados Menos Frequentemente	G - Conceitos Diversos K - Sentimentos Negativos L - Atribuição de Valores E - Facilidade Acesso/Us	D - Instituição Financeira H - Metodologia UC E - Tempo

**Tabela 3:** Evocações resultado do Questionário

Fonte: (Vergés 1992 *apud* Sá 1996)

O núcleo central da representação social da EAD foi composto pelo grupo: Formação/Educação, sendo que os três primeiros termos mais evocados deste grupo, referem-se à educação formal, assim relatado: livros (19), escola (17) e professor (9). Este resultado pode ser relacionado à política da Organização em utilizar os cursos da UC como base para formação profissional e promoções internas.

Um ponto a ser destacado é que a representação social dos respondentes, em relação ao grupo Carreira, está condizente com o Modelo Pedagógico da UC, que tem como objetivo estabelecer as bases para o processo de aprendizagem e definir o modelo de formação e capacitação técnico-profissional dos empregados, em um processo coerente com o perfil de profissional exigido pela organização.

Um grupo que se destacou, na presente pesquisa, foi o da Dificuldade de Acesso/Usu. Os termos mais citados se relacionaram à lentidão do sistema. Como este grupo está no sistema periférico, aberto a transformações, pode ser trabalhado pela Instituição Financeira e merece atenção, uma vez que compromete a efetividade da ferramenta e o comprometimento dos empregados.

Com relação aos grupos Ferramentas de TI e Características da Ferramenta da UC, verifica-se a forte identificação e relação com a metodologia do EAD, pois os principais termos evocados foram: logo da UC (9) e desenhos/personagens/história em quadrinhos (9). O grupo Tempo também merece atenção, pois além de ter uma representação média, apresentou 30% de citações no espaço destinado aos comentários. Os comentários referiam-se à falta de tempo para os empregados realizarem os cursos e à demora do sistema.

Verificou-se uma forte identificação dos empregados com a Instituição Financeira, conforme tabela 2, grupo J, ratificando as premissas da Educação Corporativa. Por outro lado, no núcleo periférico da representação - conforme descrito na tabela 3- surgiram termos como: “obrigação”, “ineficiência”, “dinâmica” e “interativa”. Estes conceitos devem ser analisados pela instituição por representar influências do contexto imediato, permitindo a adaptação da realidade concreta e a diferenciação do conteúdo, protegendo assim o núcleo central.

Por fim, analisando-se a relação dos resultados obtidos, nesta pesquisa, com a visão/missão da UC da instituição financeira, alinhadas à estratégia organizacional, verificou-se que é necessária maior atenção às concepções de seus empregados sobre a EAD e a sua ligação aos objetivos estratégicos. Alguns pontos levantados neste trabalho podem ser objeto de reflexão por parte da instituição.

## **7. Conclusão**

A Universidade Corporativa estudada nesta pesquisa adota como base fundamental a concepção interacionista, visando compreender como e porque o indivíduo se desenvolve e do que precisa para estar no mundo, bem como compreender a realidade que o cerca e como ela funciona, enfatizando o desenvolvimento dos indivíduos pela interação, incentivando o pensamento crítico e inovador, valorizando o aprendiz como centro do processo de aprendizagem, adotando os princípios da aprendizagem significativa. Assim, foi escolhida como lente teórica a TRS, pois foi analisada a proximidade das representações sociais do ensino à distância em relação ao conceito preconizado na literatura, identificando o núcleo central e o sistema periférico das representações dos colaboradores da Instituição Financeira. Sob a ótica da Teoria das Representações Sociais, as formas específicas de conhecimento prático, produzidas e mobilizadas na vida cotidiana – repousa firmemente sobre as atividades de pesquisa empírica. Conforme Moscovici (1981) e outros autores, nenhuma espécie de especulação, por mais privilegiada que se pretenda, pode substituir o esforço de apreensão empírica dos conteúdos e das organizações de tais tipos de saberes, que ligam um sujeito particular a um objeto concreto em uma situação sócio-histórico-cultural determinada (Sá, 1996). Então, a perspectiva social torna as abordagens mais originais, objetivas e promissoras. Na definição da UC da instituição financeira, o processo de aprendizagem e desenvolvimento é dinâmico, com a transformação de significados partilhados socialmente, em um ambiente histórico, onde os sentidos conceituais se transformam constantemente, envolvendo o sujeito, o outro e suas representações transformadoras do mundo.

A necessidade em analisar a concepção dos empregados envolvidos no processo, por meio da TRS, identificando a representação social do EAD, se torna útil para avaliar o processo de aprendizagem e auxiliar organizações que utilizam esta ferramenta no planejamento da educação corporativa para o alcance dos objetivos organizacionais.

Salienta-se na presente pesquisa a forte relação dos empregados com a instituição financeira, ratificando as premissas da Educação Corporativa. Por outro lado, no núcleo periférico da representação, surgiram termos antagônicos que devem ser analisados pela Instituição por representar influências do contexto imediato, permitindo a adaptação da realidade concreta e a diferenciação do conteúdo.

Verificou-se que a concepção dos empregados da instituição financeira em relação à ferramenta de EAD é ancorada na educação formal com conceitos rígidos para o alcance de objetivos específicos individuais, sem uma visão holística da organização.

Uma limitação da pesquisa é ter sido realizada em apenas uma organização. Estudos futuros poderão se debruçar em UC de outras instituições financeiras, ou de outros ramos de atuação. Finalmente, a presente pesquisa demonstra que o uso e implicações das tecnologias de informação para o ensino, podem ser enriquecidos pela TRS, pois possibilita uma visão do reconhecimento dos atores envolvidos no processo, principalmente o empregado que por meio do aprendizado e competência, proporcionam à organização resultados sustentáveis. O trabalho iniciado neste artigo poderá ser ampliado. Seria interessante pesquisar as representações sociais de grupos particulares e compará-las com a que emerge deste trabalho. Pode-se replicar esta pesquisa em organizações de diferentes setores econômicos para verificar se a representação social da EAD é semelhante, e analisar como ocorreu a evolução deste conceito para melhor efetividade e eficiência nas organizações.

## ***Referências***

- Abric, J. C. (1994). *Méthodologie de recueil des représentations sociales*. In: Abric, J.C. *Pratiques sociales et représentations* (pp. 59–82). Paris, França: Presses Universitaires de France.
- Andrews, K. R. (1996). *The concept of corporate strategy*. In: McKiernan, Peter (ed.). *Historical Evolution of Strategic Management*, (1). Brookfield, Dartmouth Publishing Company, p.15-44.
- Audebrand, L. and Iacobus, A. (2008). *Avoiding Potential Traps in Fair Trade Marketing: A Social Representation Perspective*. *Journal of Strategic Marketing*, 16, 3-19.
- Barney, J.B. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*, *Journal of Management*, 17, pp. 99-120.
- Dalkir, K. (2005). *Knowledge management in theory and practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann: Burlington.
- Doise, W., Clémence, A. & Lorenzi-Cioldi, F. (1993). *The quantitative analysis of social representations*. Hempel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Eboli, M. (2004). *Educação Corporativa no Brasil: Mitos e Verdades*. São Paulo: Revista Gente.
- Gomes, M. N. L. M., Sá, C. P. de & Oliveira, D. C. de. (2003). *Representações sociais do ato infracional por adolescentes em conflito com a lei: uma comparação estrutural*. In: III Jornada Internacional e I Conferência brasileira sobre representações sociais (Org). Observatório de pesquisas e estudos em memória e Representações Sociais. Rio de Janeiro, RJ: Uerj.

- Jovchelovitch, S. (1995). Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: Guareschi, P. A.; Jovchelovitch, S. Textos em representações sociais. 2. ed. Petrópolis: Vozes.
- Kaganer, E. & Vaast, E. (2010). Responding to the (almost) unknown: Social representations and corporate policies of social media. Proceedings of the International Conference on Information Systems, Saint Louis, MO, USA. Downloaded on: 03 set. Obtained in: [http://aisel.aisnet.org/icis2010\\_submissions/163](http://aisel.aisnet.org/icis2010_submissions/163).
- Moscovici, S. (1961). La psychanalyse, son image et son public. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1973). Foreword. In: C. Herzlich (Ed.). Health and Illness: a Social Psychology Perspective. London, UK: Academic Press.
- Moscovici, S. (2001). The phenomenon of social representations. In G. Duveen (Ed.). Social Representations: Explorations in Social Psychology. New York, NY : New York University Press.
- Moscovici, S.; Markova, I. (1998). Presenting social representations: a conversation. Culture & Society, 4(3), pp.371-410.
- Moore, M.; Kearsley, G. (1996). Distance education: a systems view. Belmont: Wadsworth Publishing Co.
- Meister, J. (1999). Educação corporativa: a gestão do capital intelectual através das universidades corporativas. São Paulo: Makron Books, 1999.
- Sá, C. P. (1996). Núcleo Central das Representações Sociais. Rio de Janeiro. Ed. Vozes, 1996.
- Sampieri, R. H.; Collado, C. F.; Lucio, P. B. (2006). Metodologia de Pesquisa, Editora Mc Graw Hill, 3ª Edição.
- Santos, M. R. G.; Vaz, M.; Braga, S. S. Jr.; Ramos, A. L.; Alonso, N. Jr.; Fanchin, M.; Silva, D. (2010). A Educação à Distância como Estratégia Educacional nas Organizações. VII SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.
- Terra, J.C.C. Gestão do Conhecimento e E-learning na Prática. São Paulo. Ed. Negócio, 2004.
- Valsiner, J. (2003). Beyond social representations: A theory of enablement. Papers on Social Representations, 12(7), .1-7. Download on : <http://www.psr.jku.at/>