

A EDUCAÇÃO CORPORATIVA E SEU DIFERENCIAL COMPETITIVO: ANÁLISES SOBRE OS IMPACTOS DA UTILIZAÇÃO DO MOBILE LEARNING

Felipe Franklin Farias Palmeira

RESUMO

Este artigo trata de um estudo acerca do impacto do uso da tecnologia da informação e de seus canais e plataformas na aprendizagem e na geração-contínua de conhecimento em Universidades Corporativas. Considera-se a crescente necessidade e demanda de mercado na utilização da tecnologia, nos mais variados processos utilizados no mundo corporativo, principalmente no que diz respeito à praticidade de utilização de dispositivos móveis para a formação da força de trabalho em um mercado, que se encontra em um nível complexo de integração entre todos os elos que compõem as suas forças de produção. O objetivo do presente estudo é proporcionar uma análise a respeito das formas de aprendizado e de geração de conhecimento utilizados nas Universidades Corporativas, de forma estrita, em ambientes virtuais, através do uso de plataformas disponibilizadas em dispositivos móveis, chamados de Mobile. Através de instrumentos de pesquisas de caráter qualitativo, como pesquisa exploratória bibliográfica, foram adquiridas as informações para uma análise quanto à efetividade desses canais, bem como sua usabilidade e acesso remoto por parte das várias gerações, nas comunidades corporativas.

PALAVRAS CHAVE

Conhecimento, Tecnologia, Mobile, Virtual.

1 Possui graduação em Administração pela Universidade Estadual de Alagoas (2010). MBA em Gestão de Pessoas. Atualmente é gerente do BANCO DO BRASIL S/A. Tem experiência na área de Administração. E-mail: felipeffranklin@gmail.com

ABSTRACT

This article deals with a study about the impact of the use of information technology and its channels and platforms in the learning and continuous generation of knowledge in Corporate Universities. It is considered the growing need and market demand in the use of technology in the most varied processes used in the corporate world, especially with regard to the practicality of using mobile devices for the formation of the workforce in a market that is in a Level of integration between all the links that make up its productive forces. The objective of the present study is to provide an analysis about the learning and knowledge generation forms used in Corporate Universities, strictly in virtual environments, through the use of platforms made available in mobile devices, called Mobile. Through qualitative research instruments such as bibliographic exploratory research, information was acquired for an analysis of the effectiveness of these channels, as well as their usability and remote access by the various generations in the corporate communities.

KEYWORDS

Knowledge, Technology, Mobile, Virtual.

1 INTRODUÇÃO

Para a manutenção da competitividade em uma economia que tem apresentado cenários complexos e mutáveis, tanto as empresas quanto as pessoas tem que estar alinhadas num propósito comum, que converge para uma aprendizagem contínua por meio da educação em forma de treinamentos, desenvolvimento e, por consequência, aumento de responsabilidades.

Segundo Chiavenato (2004, p.339), 'aprendizagem significa uma mudança no comportamento da pessoa através da incorporação de novos hábitos, atitudes, conhecimentos e destrezas'. De Aquino (2007) complementa que,

o mundo moderno, de modo em geral, e o mundo dos negócios, de modo particular, exigem das

pessoas um constante aprendizado, para que elas obtenham cada vez mais sucesso, ou no mínimo, não se sintam marginalizadas e sem oportunidades. Estamos na era do '*Lifelong Learning*', ou educação continuada (DE AQUINO 2007, p.3).

Nesse sentido, a Educação Corporativa tem se mostrado um braço forte para a área de Gestão de Pessoas, materializando-se por meio da Universidade Corporativa (UC), na forma virtual, atuando não apenas como centro de treinamentos e desenvolvimento (T&D), mas também proporcionando às organizações a disseminação das estratégias corporativas, além de garantir a formação continuada e permanente, cumprindo seu papel de desenvolvedora de competências e, sendo, portanto, geradora de vantagem competitiva sustentável para a organização.

Por consequência da globalização, a tecnologia, impulsionada pela conectividade, velocidade da troca de informações e pela inovação, tem encurtado distâncias e fazendo pressão por uma nova forma de organização social e econômica, mudando inclusive o comportamento e o estilo de vida das pessoas, tanto em sua vida social, quanto nas relações de empregabilidade e de ocupacionalidade.

Baseando-se nos pressupostos supracitados, ratifica-se que a educação, ao longo do tempo, está migrando do ambiente totalmente físico com a presença obrigatória de um professor, para ambientes virtuais, com o apoio de tutores e facilitadores na troca e compartilhamento de conhecimentos, criando, pois, uma nova forma de aprendizagem, atualmente denominada de heutagogia², onde o indivíduo se torna sujeito ativo de sua formação.

Pelo exposto, este artigo faz uma incur-são teórica sobre a educação corporativa e seus

2 O termo, 'heutagogia', foi recentemente criado para representar uma abordagem de aprendizagem na qual o aprendiz está sozinho no processo, ou seja, não existe a figura do professor ou facilitador. Segundo Hase e Kenyon, que cunharam o termo em 2000, a heutagogia seria a abordagem ideal para as necessidades de aprendizagem das pessoas do século XXI, pois estaria plenamente alinhada com as novas tecnologias de educação, como a Internet, as aplicações multimídia e os ambientes virtuais, que estimulam um desenvolvimento individualizado. DE AQUINO, Carlos Tasso Eira. Como aprender: andragogia e as habilidades de aprendizagem. 1. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. p 12.

diferentes e inovadores canais interligados a modelos de gestão de pessoas, trazendo informações sobre a modalidade de educação à distância, com ênfase nas plataformas de aprendizagem em dispositivos móveis, tais como *smartphones*, *tablets*, computadores de mão, chamados de *mobile*³. Isto porque esses dispositivos visam uma maior efetividade e buscam excelência no processo de ensino-aprendizagem como garantia de vantagem competitiva organizacional.

Como objetivo do presente estudo, buscar-se-á analisar o impacto do uso da tecnologia na educação corporativa, através de dispositivos móveis. De forma mais específica, serão contemplados os referenciais teóricos relevantes em educação corporativa, sobretudo em educação à distância, apresentando as tecnologias e canais utilizados como formas de disseminação da educação corporativa, garantindo vantagem competitiva para as organizações que delas se utilizam.

Nesse sentido, este artigo procura analisar o cenário atual do ambiente de negócios, considerando o processo de educação e seu papel como elemento formador de competências, seguindo-se, pois, de um histórico da educação corporativa, evidenciando-se as tecnologias da informação aplicadas ao ensino à distância na educação corporativa, e por fim, têm-se as contribuições sobre o tema pesquisado.

2 METODOLOGIA

No que concerne a metodologia, sabe-se que esta é de suma importância para o delineamento do trabalho de pesquisa, em toda a sua concepção, e na forma que tomará ao longo do percurso da pesquisa.

A pesquisa utilizada neste trabalho é do tipo qualitativa, possuindo características explicativa e descritiva, ancorada em pesquisas bibliográficas que tornarão a análise proposta mais aprofundada, haja vista que 'esse tipo de pesquisa é essencial para a

³ Atualmente é notável a popularização de dispositivos móveis como telefones celulares, notebooks, palmtops, assistentes digitais pessoais (PDAs – Personal Digital Assistants), smartphones, aparelhos de MP3 e MP4, entre outros. SACCOL, Amarolinda. M-learning e U-learning: novas perspectivas das aprendizagens móvel e ubíqua / Amarolinda Saccol, Eliane Schlemmer, Jorge Barbosa. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. p 17.

ciência, pois a essência da ciência é explicação de fenômenos da realidade " (ACEVEDO, 2007, p. 47).

Dessa forma, buscar-se-á dar relevância ao tema proposto, bem como subsidiar a elaboração de considerações, que tem por objetivo contribuir para a análise do contexto em que está inserida a tecnologia nas Universidades Corporativas.

3 O Mundo Empresarial e a Gestão de Pessoas

O século XX trouxe grandes mudanças e evoluções na forma de administrar as empresas, passando por eras organizacionais distintas, que exigiram mudanças de postura e novas formas de abordar e lidar com as pessoas dentro das organizações. De acordo com Chiavenato (2004),

É um século que pode ainda ser definido como o século das burocracias ou o século das fábricas, apesar da mudança que se acelerou nas últimas décadas. E, sem dúvida alguma, as mudanças e transformações que nele aconteceram marcaram indelevelmente a maneira de administrar as pessoas. Nesse sentido, podemos visualizar ao longo do século XX três eras organizacionais distintas: a Era Industrial Clássica, a Era Industrial Neoclássica e a Era da Informação. (CHIAVENATO, 2004, p.34).

Nesse contexto, conforme citado acima, a área de recursos humanos (ARH), tendo como princípio as pessoas como recursos assim como os demais da organização (físicos, tecnológicos, financeiros, dentre outros), evolui para a Gestão de Pessoas, onde as pessoas deixam de ser classificadas como meros recursos e passam a ser colaboradores do processo produtivo. Especialmente, a Gestão de Pessoas, hoje, na era da informação e da conectividade, da revolução microeletrônica com a automação e a robótica, da inteligência artificial, da realidade virtual, deve estar alinhada a uma nova forma de gestão que propõe a colaboração entre as pessoas que fazem as empresas, onde as mesmas deixam de ser recursos organizacionais e passam a ser agentes de transformação e fonte de vantagem competitiva.

De acordo com Chiavenato (2004, p.34), 'tratar as pessoas como recursos organizacionais é um des-

perdício de talento e de massa encefálica produtiva”. Sendo assim, a tecnologia, aliada à globalização, trouxe o conceito de empresa digital e economia digital, incorporando novos modelos de negócios, buscando atrair e alcançar mais clientes, aumentar a eficiência de suas operações, de modo a melhorar os processos de negócios e efetivar a produtividade de seus colaboradores. Segundo Meister (1999),

Neste mundo conectado, as corporações estão desenvolvendo cursos para treinar funcionários em realidade virtual, intranet e internet, para que a colaboração global em equipe se torne realidade. Essas tecnologias mudarão a forma do conhecimento, ampliando o alcance das práticas empresariais em qualquer lugar, a qualquer momento (MEISTER, 1999, p.14).

Com isso, o investimento em pessoas e na gestão do conhecimento tornam-se imprescindíveis para a obtenção de vantagem competitiva num mercado que se tornou global, gerando, nas empresas, a necessidade da criação de sistemas educacionais próprios, a exemplo das Universidades Corporativas, em complementação às Universidades tradicionais. Ricardo (2005), sobre isso, confirma que

a Universidade Corporativa passa a ser vista como resposta das empresas ao ensino tradicional. A insatisfação com esse modelo estaria levando as maiores as maiores empresas mundiais a promover a formação de seus quadros internos (RICARDO, 2005, p.40).

De fato, as Universidades Corporativas tornam-se, então, verdadeiros centros de excelência, orientadas para a educação continuada, para a disseminação das estratégias corporativas e estreitamento de relações com parceiros, sejam eles, clientes, fornecedores e a própria comunidade em geral.

De todo o exposto, sobre as primeiras análises acerca da importância da educação para a gestão do conhecimento e para a geração de vantagem competitiva, apresenta-se, a seguir, um panorama acerca da educação à distância e da educação corporativa como embasamento para uma análise mais refinada sobre a aplicação em plataformas em dispositivos *mobile*.

4 Tecnologia da Informação e a Educação à Distância

A tecnologia da informação pode ser definida, de uma maneira geral, como uma área da informática que trata a informação para um fim predefinido em qualquer área de atuação, que usa informações para gerar algum tipo de vantagem competitiva, visto ser a informação um dos fatores mais importantes para a tomada de decisões.

Todavia, paralelamente as suas atribuições, os sistemas de informação necessitam de recursos humanos, de *hardware*, *software*, dados e tecnologia de rede de comunicações para coletar, transformar e disseminar informações em uma organização. O'Brien (2006), acrescenta que

As pessoas têm recorrido aos sistemas de informação para se comunicarem, utilizando desde a alvorada da civilização, uma diversidade de dispositivos físicos (*hardware*), instruções e procedimentos de processamento de informações (*software*), canais de comunicações (redes) e dados armazenados (recursos de dados) (O'BRIEN, 2006, p.6).

Não obstante, a área da educação tem adotado, de forma irreversível, a tecnologia para a disseminação de conhecimentos, a partir de informações e mídias condensadas em portfólios adequados para as diversas áreas de conhecimentos unindo conteúdos, áudios e vídeos em plataforma operadas via computadores portáteis, *notebooks e tablets*. Na verdade, uma estratégia que auxilia na quebra de paradigmas sobre a educação presencial, tradicional, incentivando a efetividade dos ganhos em mobilidade e disponibilidade.

Segundo Ricardo (2005),

A educação será mais complexa porque cada vez sai mais do espaço físico da sala de aula para ocupar muitos espaços presenciais, virtuais e profissionais; porque sai da figura do professor como centro da informação para incorporar novos papéis, como de mediador, de facilitador, de gestor, de mobilizador. Sai do aluno individual para incorporar o conceito de aprendizagem colaborativa, de que também aprendemos juntos, de que partici-

pamos e contribuímos para uma inteligência cada vez mais coletiva (RICARDO, 2005, p.4).

Tal complexidade faz emergir uma necessidade de nossa época, a fim de que as pessoas sejam exigidas por suas competências como passaporte para o crescimento pessoal e profissional contínuos. Ou seja, a prática da educação à distância e a colaboração em ambientes *online*, surgem pelo tempo insuficiente de muitos em frequentar, de forma regular, os bancos de cursos em ambientes físicos. Mais que isso, a educação orientada com a presença da tecnologia, se viu frente a um desafio: apoiar e focar no refinamento de um contingente de pessoas, especialmente adultas, todas já possuidoras de uma gama de conhecimentos, experiências, além de formadoras de opinião.

Nesse contexto, vale destacar o necessário entendimento sobre a andragogia⁴, complemento da pedagogia em constante combinação, fato que ajuda a analisar a complexidade da educação alinhando-a as necessidades das pessoas às experiências trazidas de suas realidades. Sobre isto, De Aquino ratifica e nos auxilia a entender que

[...] até recentemente, o modelo pedagógico era aplicado tanto ao ensino de crianças quanto ao de adultos, de modo indiscriminado. Isso era capaz de tolher algumas características presentes em muitos adultos, como a independência e a responsabilidade por seus próprios atos, pois os adultos, em grande parte, são motivados a aprender pela oportunidade de resolverem melhor os problemas que se apresentam em sua vida [...] (DE AQUINO 2007, p.11).

No caso das universidades corporativas, todas as partes interessadas estão propondo modelos em gestão para tornar os ambientes de aprendizagem, num futuro próximo, praticamente virtu-

4 O termo Andragogia (do grego andros – adulto – e agogos – guiar, conduzir, educar) foi utilizado pela primeira vez em 1833, pelo professor alemão Alexander Kapp⁴ (LITTO, 2009, p. 105) para descrever elementos da Teoria de Educação de Platão. Voltou a ser utilizado em 1921, por Rosenstock para significar o conjunto de filosofias, métodos e professores especiais necessários à educação de adultos. Ver em LITTO, Frederic M.; FORMIGA, Marcos. Educação a distância: o estado da arte. São Paulo: Ed. Pearson, 2009.

ais, ancorados na tecnologia da informação. De acordo com Jeanne C. Meister,

A possibilidade de disseminar informação em uma empresa, do dia para a noite, é fenomenal. Com a aprendizagem baseada na tecnologia, os funcionários poderão ser apresentados a novos programas uma semana após sua adoção pela organização (MEISTER, 1999, p. 130).

Em resumo, é dessa celeridade que o mundo corporativo necessita, principalmente a partir de empresas que possam gerar exemplaridade, pois priorizam fluxo de informações de forma rápida e uniforme, e traduzem a expectativa da empresa para geração de valor e para a assertividade de suas estratégias.

Todos esses aspectos, de fato, sendo guiados por uma educação inovadora que, no caso do presente artigo, está sendo estudada a partir do ambiente das Universidades Corporativas, como será visto a seguir.

5 A Educação por meio das Universidades Corporativas

O papel das organizações, no aprendizado de seus funcionários, vem crescendo, de forma exponencial, dividindo com eles a responsabilidade da entrega de ambientes de aprendizagem disponíveis com foco na criação de novos modelos de negócios. Para tanto, a Universidade Corporativa (UC), de acordo com Eboli,

é um sistema de desenvolvimento de pessoas pautado pela gestão de pessoas por competências.[...] Mais que um conceito, torna-se um valor e uma prática empresarial! Dessa forma, a UC evidencia-se como uma mudança significativa em relação ao ultrapassado centro de T&D (EBOLI, 2004, p.48).

Na verdade, a intenção das estratégias de UC é garantir a manutenção das empresas como ambientes de negócios, além da geração de valor e vantagem competitiva tão necessárias no mundo organizacional da atualidade. E nesse cenário, a educação corporativa emerge de uma necessidade de complementação e continuação da forma-

ção das pessoas adultas oriundas das Universidades Tradicionais, formadoras de competências de profissionais, todavia consideradas mais genéricas, na grande maioria das vezes, sem a devida dosagem entre teoria e prática.

Sendo assim, para que haja uma efetiva sinergia entre empresa e pessoas, faz-se necessário, por parte das empresas, um esforço para a formação continuada, a partir do embasamento teórico gerado pelas universidades tradicionais, sem necessariamente substituí-las por Universidades Corporativas. O que se propõe é que haja um estreitamento entre ambas, a fim de unir experiências múltiplas, que possibilitem um melhor aproveitamento de conhecimentos complementares gerados por ambas as modalidades. Mais especificamente, a importância dos avanços das informações por meio do uso do mobile no ambiente empresarial, a ser tratado a seguir.

5.1 Uso do mobile na Educação corporativa

A era da conectividade e das relações virtuais trouxe, como imperativo, a necessidade do uso de dispositivos móveis nas relações pessoais e corporativas, traduzindo-se na conectividade e mobilidade proporcionada por esses dispositivos.

A conectividade e mobilidade são possíveis graças às tecnologias das telecomunicações, como as redes de telefonia móvel e as redes *wi-fi*, permitido, assim, o acesso contínuo aonde quer que as pessoas estejam: em salas de aula, em salas de espera, em aeroportos, em hotéis, em praças digitais. Na verdade, o mundo se tornou uma verdadeira 'aldeia interconectada' (*termo nosso*).

O uso dessas tecnologias, que particularmente está na essência das pessoas da Geração Z, nascidas entre as décadas de 1990 e 2010, também com adesão entre pessoas de outras gerações, tais como a Geração X e Y, ou seja, das décadas de 1960 até 1990, sob pena de perda de empregabilidade ou, até mesmo, de exclusão social. Prova disso, na vida pessoal, é o uso intenso de redes sociais tais como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* que são utilizados basicamente através de dispositivos móveis (*mobile*) como *smartphones* e *tablets*, além do computador pessoal (*notebook*).

Essas tendências vêm gerando uma forte colaboração e engajamento de relações entre as várias gerações, mostrando acentuadas trocas de informações e disseminação de conhecimentos.

Para tanto e como intento do presente estudo, a educação corporativa, ancorada nas soluções tecnológicas e na conectividade das pessoas em rede, é sabido, importou o modelo de troca de informações e conhecimentos para dentro dos muros de suas organizações. Nesses ambientes, o uso e experiências em dispositivos mobile, principalmente *smartphones* e *tablets*, vem transformando suas unidades de negócios em salas virtuais para a disseminação de seus programas de treinamento e desenvolvimento e, da mesma forma, de suas estratégias de negócios através da educação a distância e do *m-learning*⁵ para a formação contínua de seus colaboradores. Como descrito por Saccol (2011),

Nos últimos anos, a proliferação de computadores portáteis (como notebooks, handhelds e smartphones) e a exploração de tecnologias de interconexão baseadas em comunicação sem fio (como Wi-Fi, Bluetooth, Wimax e telefonia 3G), estimulou o surgimento da computação móvel. Essa nova tecnologia amplia o escopo dos sistemas distribuídos, viabilizando a mobilidade dos computadores. Com isso, o usuário pode deslocar-se no espaço físico carregando um computador portátil, mantendo com isso, a capacidade de conexão com uma rede de comunicação (SACCOL, 2011, p.38-39).

A proposta, então, é tornar o aprendiz, o sujeito ativo de sua própria formação, dotando o mesmo de ferramentas, em seu ambiente de trabalho e até mesmo em ambientes apartados do

⁵ De acordo com Traxler (2009), o *m-learning* algumas vezes é visto como uma extensão do *e-learning* (educação a distância baseada na Internet), ou seja, como o *e-learning* realizado por meio de dispositivos móveis. Em outros casos, o *m-learning* é apontado como algo diferente do *e-learning* justamente por procurar superar algumas de suas limitações, como certas barreiras de tempo e espaço impostas por uma tecnologia "fixa", que exige acesso a computadores de mesa (desktops). SACCOL, Amarolianda. *M-learning e U-learning: novas perspectivas das aprendizagens móvel e ubíqua* / Amarolianda Saccol, Eliane Schlemmer, Jorge Barbosa. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. p. 23.

trabalho, para que a aprendizagem possa ocorrer. Ainda, segundo Saccol (2011),

Aprender em processos de mobilidade e ubiquidade implica abrir-se às potencialidades que essas tecnologias oferecem. Envolve aguçar o senso de observação do entorno para perceber tais possibilidades, ser autônomo e autor do seu processo de aprender. Abrange ainda explorar, experimentar, relacionar, deixar-se provocar pelo meio, agindo e interagindo com ele, realizando aproximações e distanciamentos necessários para a significação (BARBOSA, SACCOL, SCHLEMMER, 2011, p.6).

Desse modo, as organizações têm investido em portais virtuais e aplicativos mobile (*app*), que permitem acessar cursos online e *off-line*, publicações digitalizadas, bibliotecas virtuais, trilhas de desenvolvimento profissional, ambientes de colaboração, além de soluções em experiências de inovação e busca de soluções compartilhadas para situações do dia a dia dos processos organizacionais.

Os portais virtuais são disponibilizados em *intranets* e acessados a partir de computadores pessoais, através de autenticação com chaves e senhas pessoais, garantindo, assim, a integridade do usuário que está utilizando a solução. Para os *smartphones* e *tablets* já foram desenvolvidas soluções próprias através de aplicativos para uma melhor experiência de usabilidade, os chamados *app*, geralmente destinados apenas para os colaboradores da empresa. Os *app* são distribuídos, geralmente de forma gratuita, em lojas de grandes desenvolvedores de software, tais como *Apple*, *Android*, *Microsoft*, dentre outros.

Na verdade, a partir dessas práticas, a fim de engajar e tornar atrativos os conteúdos disseminados aos seus públicos, são utilizados procedimentos relacionados à realidade virtual,

*storytelling*⁶ e *gamificação*⁷. O intuito é que a empresa, além de tornar o aprendizado corporativo muito prático, possa revelar a sua iniciativa de investimento em pessoas e em conhecimentos, através da participação de seus colaboradores em programas de colaboração e de geração de inovação em processos dinâmicos de troca de conhecimento e de criação e geração de valor interno e externo. Em suma, a tentativa visa alcançar uma relação ganha-ganha, onde todos os elos do processo sejam fortalecidos.

Considerações Finais

A educação como fonte geradora de conhecimentos, experiências e transformações vem, desde os tempos mais remotos, servindo a humanidade através de ferramentas peculiares e disponíveis em cada época.

6 O conceito de Storytelling tem sido cada vez mais frequentemente aplicado ao ambiente empresarial. Essa técnica virou tendência no mundo corporativo, sobretudo em marketing e gestão de pessoas, e está em alta em grande parte por conta dos avanços tecnológicos, das novas mídias sociais e principalmente pelo perfil da geração Y e Z. [...] Para se contar uma boa história existem técnicas e habilidades requeridas: ela deve ser interativa, visual, despertar emoções, usar diálogos realistas e introduzir personagens com os quais o interlocutor se identifique. Ao utilizar palavras, símbolos ou recursos audiovisuais para transmitir um conteúdo e compartilhar conhecimento, a arte de contar histórias acaba aproximando as pessoas da empresa, pois o ser humano estabelece ligações interpessoais e conexões emocionais através de uma narrativa. MORSCH, Marco. Storytelling como ferramenta para a cultura organizacional, 2015. Disponível em < <http://www.estudoadministracao.com.br/ler/16-11-2014-como-fazer-citacoes-internet/>>. Acesso em: 27 de Janeiro de 2017.

7 A gamificação consiste em transformar materiais não jogáveis em jogáveis, usando ferramentas de games para que os mesmos possam se tornar mais atrativos para quem os utiliza. A gamificação não é utilizada apenas como meio de propaganda, mas pode ter diversas vértices, como por exemplo, ser utilizada como aumento de produtividade, na área financeira, de saúde, educacional, sustentabilidade, entretenimento digital, treinamento de novos funcionários, entre outros. GALENTE, Rodrigo. Afinal, o que é gamificação?, 2014. Disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/afinal-o-que-e-gamificacao/79433/>. Acesso em: 27 de Janeiro de 2017.

Mais que isso, a competitividade transformou o panorama das relações comerciais, uma vez que tiveram que desenvolver sistemas capazes de manter sua força de trabalho atualizada, com a ajuda da educação corporativa, a fim de gerar vantagem competitiva e sobreviver nos mercados em que atuam.

Com o processo de evolução tecnológica, a educação também sofreu modificações em suas bases. Aulas passaram a ser ministradas à distância, e vem se tornando uma modalidade das mais populares da nossa atualidade, pelo alcance ilimitado de pessoas em qualquer localização, transpondo as barreiras temporais e geográficas em contrapartida a educação tradicional. De fato, verificamos que, a partir desse caminho, a educação à distância, baseada em dispositivos móveis, ancorados na crescente evolução tecnológica e inovações, tornou-se uma vantagem competitiva na gestão do capital intelectual das empresas.

De todo o exposto, uma formação de competências, ao tentar criar identidade entre os seus colaboradores, disseminando sua missão, visão, sua cultura e seus valores, dando celeridade a sua comunicação e aos procedimentos necessários para a preparação de sua força intelectual, faz manter a empresa capaz de competir nos mercados em que atua. Da mesma forma, a tecnologia, à serviço da educação corporativa em dispositivos móveis, trouxe a necessidade de inclusão digital, de forma mais acentuada, para alguns estratos da

sociedade pertencentes a gerações que não nasceram rodeados de tanta tecnologia.

Em linhas gerais, os aspectos positivos da educação corporativa e dos impactos da utilização do *mobile learning* são a aceitação dos dispositivos e a colaboração entre as várias gerações presentes nas organizações, tornando o processo de aprendizagem coletiva bem mais interessante. São evidenciadas as interfaces das plataformas que as empresas disponibilizam, sobretudo com o aprendizado sendo facilitado através de jogos, trilhas de desenvolvimentos, vídeos, áudios e verificações de aprendizagem e verificações de reação.

Destacamos, ainda, que essa metodologia de ensino-aprendizagem tem sido fundamental em Universidades Corporativas pelas experiências proporcionadas, conhecimentos gerados, nível de escolaridade e sugestões de aprimoramento da plataforma, além do próprio treinamento/atividade disponibilizada.

Por todas as análises trazidas no presente estudo, pode-se ratificar que, a cada passo que damos no mundo competitivo, cercados por inovações e evoluções, mais do que nunca, tornamo-nos sujeitos também responsáveis pela nossa própria formação, independentemente de onde estejamos ou do momento que estamos nos atualizando, faz-se mister entender como a educação corporativa pode ser competitiva por meio do uso de *mobile learning* e garantir efetividade nos processos organizacionais.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa. **Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações, teses**/ Claudia Rosa Acevedo, Jouliana Jordan Nohara. – 3. Ed. – São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 8. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DEAQUINO, Carlos Tasso Eira. **Como aprender: andragogia e as habilidades de aprendizagem**. 1. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

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

GALENTE, Rodrigo. **Afinal, o que é gamificação?**, 2014. Disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/afinal-o-que-e-gamificacao/79433/>. Acesso em: 27 de Janeiro de 2017.

LITTO, Frederic M.; FORMIGA, Marcos. *Educação a distância: o estado da arte*. São Paulo: Ed. Pearson, 2009.

MEISTER, Jeanne C. **Educação Corporativa: A Gestão do Capital Intelectual através das Universidades Corporativas**. São Paulo: Makron Books, 1999.

MORSCH, Marco. **Storytelling como ferramenta para a cultura organizacional**, 2015. Disponível em < <http://www.estudoadministracao.com.br/ler/16-11-2014-como-fazer-citacoes-internet/>>. Acesso em: 27 de Janeiro de 2017.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet**; tradução Célio Knipel Moreira e Cid Knipel Moreira. – 2. Ed. – São Paulo: Saraiva, 2006.

RICARDO, Eleonora Jorge (Org.). **Educação Corporativa e Educação a Distância**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

SACCOL, Amarolinda. **M-learning e U-learning: novas perspectivas das aprendizagens móvel e ubíqua** / Amarolinda Saccol, Eliane Schlemmer, Jorge Barbosa. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

Recebido em: 14 de Janeiro de 2018
Avaliado em: 24 de Fevereiro de 2018
Aceito em: 16 de Março de 2018
