

# ATUALIZAÇÃO E MULTIPLICAÇÃO DE CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS

Rodrigo Abucarma de FRANÇA<sup>1</sup>  
Melissa Marchiani Palone ZANATTA<sup>2</sup>  
João Augusto de Rocha DALBEN<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este resumo tem a finalidade de relatar alguns cursos e visitas efetuadas em empresas e instituições e em seguida propor aos colaboradores de organizações privadas, públicas, entidades não governamentais e outras, uma reflexão sobre a necessidade de atualização para aprimoramento contínuo da formação profissional. Além disso, procura conscientizar o colaborador do seu importante papel de multiplicador de conhecimento. O objetivo é fazer com que os colaboradores “enxerguem as oportunidades” e analisem se os conteúdos de cursos, palestras, seminários, visitas e outras atividades que eles estão desenvolvendo, poderiam ser estendidos a outros colaboradores da organização ou até mesmo transformarem-se em outros cursos ou palestras.

**Palavras-Chave:** Cursos de extensão. Atualização.

## 1 INTRODUÇÃO

Todo ano, dependendo da necessidade, colaboradores da Associação Educacional Toledo de Presidente Prudente - SP participam de cursos para atualização profissional com a finalidade de desempenhar melhor suas atividades no dia a dia. Outra ação comum também são visitas agendadas em outras instituições ou empresas para tomar conhecimento das infra-estruturas e funcionamento delas,

---

<sup>1</sup> Web-Design da Associação Educacional Toledo de P. Prudente. E-mail: [rodrigo@unitoledo.br](mailto:rodrigo@unitoledo.br)

<sup>2</sup> Mestre em Ciência da Computação, Gerente de TI; Associação Educacional Toledo – P. Pte – S.P.

<sup>3</sup> Administrador de Redes, Associação Educacional Toledo – P. Pte – S.P.

para assim ter parâmetros comparativos verificando necessidades de alterações além de adquirir novos contatos para trocas de experiências e informações.

Este artigo está organizado da seguinte forma: o capítulo 2 apresenta algumas visitas e cursos como relato de experiência informando o que se buscava nestas visitas e quais atitudes tomadas na instituição após a realização delas. No capítulo 3 são apresentadas algumas propostas de multiplicação de conhecimentos. O capítulo 4 apresenta a conclusão e finalmente o capítulo 5 mostra as referências bibliográficas utilizadas para a confecção deste artigo.

## **2 ALGUMAS VISITAS E CURSOS**

### **2.1 Toledo – Araçatuba -SP**

Em 2005, a Associação Educacional Toledo recebeu a visita do Administrador de redes e do Gerente de Tecnologia da Unitoledo de Araçatuba. A visita durou cerca de 2 (duas) horas. Após algumas “dicas” de parcerias em relação a softwares e ao funcionamento da internet, eles disseram que estavam fazendo testes com uma nova tecnologia (hardware e software) que possibilitava a redução de custo de 50% em relação à compra de um novo equipamento. Na ocasião foi trocado o endereço eletrônico e mantido contato via e-mail. Duas semanas depois foi agendada uma visita até Araçatuba pela Gerente de Tecnologia e Administrador de redes da Toledo com o objetivo de:

- Conhecer a política de uso dos servidores e dos computadores dos laboratórios;
- Ter conhecimento dos softwares e hardwares em uso e modo de aquisição;
- Verificar o funcionamento dos departamentos de informática e manutenção;

Após a visita, foi feito um relatório para a diretoria e em seguida algumas ações foram feitas:

- Reforma de um laboratório de informática, adequando desde mesas com balcões até cabeamentos permitindo um desempenho melhor da rede com a aquisição de uma *switch* (que mantém a velocidade da rede) ao invés de *hub* (que divide a velocidade da rede de acordo com o número de computadores ligados);
- Aquisição de um software/hardware que possibilita a instalação em um único computador transformando-se em até 9 estações de trabalho, reduzindo o custo de aquisição de equipamentos em até 50%;
- Assinatura de um contrato com a Microsoft que permite instalar vários softwares nos computadores de uso acadêmico independente do número de computadores por um preço 100% inferior;

## **2.2 AOKI Distribuidora de Auto Peças**

Em 2005 após vários problemas de telefonia na Instituição foi agendada uma visita na AOKI pelos funcionários da CIT (Centro de Informática e Tecnologia), com o objetivo de verificar a política de uso do sistema de telefonia e suas instalações e o funcionamento dos departamentos de informática (servidores) e manutenção.

O sistema de telefonia da AOKI era o mesmo da Toledo, porém as instalações eram mais apropriadas, pois o equipamento além de ficar juntamente com os servidores ficava ligado em no-breaks com alta capacidade para mantê-los ligado em caso de queda de energia. Outro fator importante é que ele era manipulado apenas pelo Administrador de Redes que fazia todas as configurações e programações necessárias. Em seguida foi verificado que cada servidor era ligado em apenas um no-break. Até então os 8 (oito) servidores da Toledo ficavam ligados em 2 no-breaks. Em relação à manutenção, eles tinham adotado a política de não mais comprar computadores “montados”, ou seja, estavam comprando computadores mais caros, porém com todas as peças do mesmo fabricante, no caso da Dell Computadores do Brasil.

Após a visita, a Toledo adquiriu 3 no-breaks novos com alta capacidade permitindo que até 3 (três) servidores possam ficar ligados neles com autonomia de 4 horas no caso de queda de energia. Outra vantagem na visita foi de conhecer os computadores da marca Dell que além de ter garantia de 3 anos e da compra ser feita diretamente pelo fabricante através da internet ou do 0800, não possuem parafusos nos gabinetes apenas presilhas, facilmente de ser manipuladas. Atualmente a Toledo conta com 40% do parque de máquinas da marca Dell.

Em 2007 novamente foi agendada outra visita na mesma empresa, desta vez para verificar as instalações elétricas e de rede. Foi verificado que todos os pontos de redes são identificados e esta identificação foi terceirizada por uma empresa que faz inclusive certificação dos pontos (verificação de ruídos e interferências na transmissão de dados).

Após a visita foi realizada uma reunião com a gerente de TI e com o Administrador de Redes verificando se havia necessidade de certificar os pontos ou somente de fazer identificação, já que a instituição está em constante crescimento e existe sempre a necessidade de incluir um ponto de rede em algum departamento ou laboratório. Após a reunião foi determinado que os próprios funcionários da manutenção juntamente com os estagiários com orientação do administrador de redes iriam identificar todos os pontos de redes. Para que isto fosse possível e tivesse a qualidade desejada foi adquirida pela instituição um rotulador elétrico para imprimir etiquetas próprias para identificar todos os pontos de rede da instituição além de fazer a identificação dos ramais telefônicos e parte elétrica, inclusive todas as tomadas. Estes procedimentos ainda estão em andamento.

### **2.3 Curso Web-Marketing e Comunicação Digital**

Em março de 2007 o Web-Design da Toledo juntamente com a Diretora Administrativa participaram de um curso em São Paulo com o objetivo de conhecer novas formas de comunicação e marketing através da web, focando alcançar vantagem competitiva perante a concorrência nesse novo ambiente que está ainda em formação. Com o curso foi possível compreender que a comunicação do marketing pela internet tem que ser trabalhada de forma distinta da tradicional.

Em uma conversa informal com a diretora administrativa ela disse: “Conhecemos novas ferramentas, trocamos experiências com pessoas da área e vimos necessidade imediata de colocar em prática os conhecimentos adquiridos e explorar a internet e não somente estar presente nela”.

Após o retorno do curso, o Web-Design preparou um curso para apresentar para todos os colaboradores da Toledo que estavam envolvidos no processo de comunicação (marketing, tecnologia da informação e imprensa). Foi montado um material, que foi transmitido aos colaboradores, possibilitando a multiplicação de conhecimento, uma rica discussão, adaptando para a realidade do trabalho os conceitos e idéias. Com isto foi possível trocar novas idéias.

Dois meses depois o Web-Design propôs um curso de extensão com este assunto para um público externo à instituição com o objetivo de arrecadar fundos além de divulgar seu currículo para outras pessoas.

### **3 PROPOSTAS**

A partir das visitas e de cursos realizados surgiram duas propostas de multiplicação dos conhecimentos adquiridos, que serão descritas a seguir.

Na primeira proposta, o colaborador, além de estar adquirindo conhecimento e colocando em prática conceitos e idéias que irão beneficiar e otimizar seu próprio trabalho, ele também poderá multiplicar o conhecimento com outros colaboradores envolvidos no processo, montando mini-cursos com a sua equipe, debatendo idéias, propondo soluções e enriquecendo ainda mais o tema abordado e suas aplicações no ambiente de trabalho. Ele deve partilhar a informação, dessa forma o investimento feito pela organização em uma pessoa, poderá ser multiplicado para outras.

Na segunda proposta, o colaborador identificará se a informação adquirida no aprimoramento da sua formação profissional pode ser transformada em cursos ou palestras, abrangendo a comunidade externa, que tenha interesse no assunto. Ele deverá então montar um projeto, material didático com cronograma e apresentar a organização. Dessa maneira, este estará multiplicando conhecimento e contribuindo para formação profissional de diversas pessoas, evitando que elas

tenham que se deslocar a grandes centros em busca dessas informações. Esta atitude do colaborador além de aumentar a produtividade no próprio trabalho desempenhado na organização, também será uma maneira dele reembolsar o investimento aplicado nele, através de cursos e palestras que ele irá ministrar. Outro fator importante é que para ele desempenhar essa tarefa, terá que se preparar, conhecer mais o assunto e procurar sempre atualizar-se sobre o tema.

#### **4 CONCLUSÃO**

A troca de experiências entre instituições e empresas só enriquece ambas as partes, pois dicas e sugestões podem ser estudadas, aprimoradas e seguidas de acordo com cada necessidade.

Para finalizar, fica a sugestão de que as organizações privadas, públicas, entidades não governamentais e outras, façam um investimento no colaborador em troca do desenvolvimento de uma ou das duas propostas acima.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CORNACHIONE, Jr: B, Edgar. **Informática para áreas de contabilidade, administração e economia**. São Paulo: Atlas, 1994.

KENDZERSKI, Paulo. **WEB Marketing e Comunicação Digital**. Porto Alegre: ISBN: 85-9058461-X

LITTO, Fredric M. Campus Computing ReportBR-2004: **computação e tecnologia da informação nas instituições de ensino superior no Brasil**, S.Paulo: Altana, 2005.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de Informação e as Decisões Gerenciais na Era da Internet**. São Paulo: Saraiva, 2004.

STAIR, Ralph M. **Princípios de Sistemas de Informação**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora. 2002.