



UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL: O CASO DO PROJETO-PILOTO DA UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL

UNIVERSITY CORPORATE OF BRAZIL BANK: THE CASE OF THE PILOT-PROJECT OF OPEN UNIVERSITY OF BRAZIL

**Cristini Koerich Staimbach
Rafael Moré
Isaias Scalabrin Bianchi
Alessandra de Linhares Jacobsen
Renata Dal Prá**

RESUMO

A Universidade Corporativa do Banco do Brasil, em conjunto com o Ministério da Educação (MEC) e de Instituições de Educação Superior (IES), em 2005, resolve apoiar e investir o projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil. Nesse contexto, é apresentado o projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil, caracterizando-se a Universidade Corporativa do Banco do Brasil, entidade parceira dessa importante iniciativa de acesso e inclusão da população à educação superior. A metodologia aplicada ao trabalho se caracteriza como sendo de pesquisa qualitativa, descritiva e aplicada, onde será apresentado o caso do projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil, em especial a participação da Universidade Corporativa do BB. Os resultados da pesquisa demonstram que a Universidade Corporativa do BB desempenhou importantes papéis na gestão e no financiamento do projeto-piloto, promovendo diversas articulações com municípios, estados, MEC e estatais brasileiras, viabilizando, assim, o projeto.

Palavras-chave: Universidade Corporativa; Educação a Distância; Banco do Brasil; Inclusão; Gestão.

INTRODUÇÃO

A Educação Corporativa (EC) se apresenta como uma das possibilidades de aumentar a competência dos profissionais da organização, e sendo ela uma forma de educação direcionada à realidade empresarial, pode representar uma maneira de a organização potencializar a formação de competências necessárias às suas atividades.

As organizações têm se utilizado de programas de gestão de pessoas de modo sintonizado à EC, indo além do subsídio de acesso ao aprendizado e da oferta de capacitação intermitente e pontual, que visam sanar apenas problemas de ordem tática da organização.

Iniciativa semelhante à Educação Corporativa é a Universidade Corporativa (UC), que apresenta conceitos e características diferenciados quanto ao escopo estratégico para a organização, especialmente quanto à continuidade das ações educacionais e abrangência de atendimento ao público. Apesar dessas diferenças, podem-se considerar os termos como idênticos, sendo que este artigo partiu do conceito de Universidade Corporativa, analisando-a como proposta de educação continuada e permanente.

Jeanne Meister (1999, p. 29) afirma que a UC é “um guarda-chuva estratégico para desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias empresariais”. Apesar de seus diferentes formatos de funcionamento (presencial e virtual), sua finalidade é criar uma força de trabalho de primeira qualidade por meio de sistematização e organização de informações e experiências de aprendizagem para o desenvolvimento humano.

Nesse contexto da UC, diversos segmentos da sociedade, a exemplos de bancos públicos, empresas estatais, autarquias, universidades estaduais, federais e privadas, Ministério da Educação, Ministério do Trabalho e demais “*players*” integrantes do segmento da Educação, buscam firmar parcerias visando à maximização de demanda para a realização de projetos e a redução de custos. É a partir dessa conscientização que nasce o projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil (UAB).

O Projeto-piloto representa os primeiros passos na criação e consolidação do Sistema Universidade Aberta do Brasil, que tem seus esforços atuais na oferta de cursos de licenciatura para a formação docente, sendo que a parceria do BB pode ser considerada primordial para o início da UAB, seja por meio de seu financiamento ou ainda por seu conhecimento como UC na oferta de curso.

Em relação à educação a distância – modalidade de ensino que, em razão do uso intenso e organizado de tecnologias e ferramentas educativas, busca otimizar os processos e viabilizar a oferta de cursos; e quando aplicada a uma UC, caracteriza-se como modalidade estratégica para gestores organizacionais no lançamento de cursos –, sua utilização pode ser determinante na viabilização de cursos.

Após breve contextualização do projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil assim como da participação do BB em sua criação, este artigo tem como objeto de pesquisa o curso-piloto da UAB. Sendo assim, serão caracterizadas: a Universidade Corporativa do Banco do Brasil (UNIBB), entidade parceira na criação da UAB; e a UAB, uma importante iniciativa de acesso e de inclusão populacional à educação superior.

Nos capítulos seguintes, pretende-se abordar uma fundamentação teórica que dê suporte às análises a serem realizadas no decorrer dessa pesquisa além de aproximar o leitor ao tema. Para que este capítulo seja apresentado de forma clara, decidiu-se separá-lo em duas seções: Universidade Corporativa e Educação a Distância.

UNIVERSIDADE CORPORATIVA (UC)

A Universidade Corporativa é um sistema de desenvolvimento de pessoas pautado pela gestão de pessoas por competências. Para tanto, a organização deve-se utilizar da gestão por competências não somente no desenvolvimento de pessoas mas em todos os subsistemas de recursos humanos, como: recrutamento e seleção; atração e retenção de talentos; orientação e modelagem de cargo; planejamento de carreira; avaliação e desempenho; e, por fim, benefícios e remuneração (EBOLI, 2004).

A primeira empresa a adotar uma iniciativa de UC foi a General Motors, com a *GMI – General Motors Engineering and Management Institute* –, iniciada no ano de 1926, sua primeira turma se formou em Engenharia em 1946, sendo que seu credenciamento só ocorreu em 1962, concedido pela *North Central Association of Colleges and Schools*, tornando-se independente somente em 1982; por fim, teve seu nome alterado, em 1997, para *Kettering University*. Atualmente, a GM só fornece a formação para executivos e empregados Classe A, não estando aberta para fornecedores ou clientes (BRANCO, 2006; RICARDO, 2007; TARAPANOFF, 2004).

No Brasil, a UC está presente em muitos tipos de organizações, nacionais e multinacionais, públicas e privadas e em diversos setores industriais e de serviços. Por isso, cabe apresentar algumas Universidades Corporativas presentes no Brasil demonstrado no Quadro 1.

QUADRO 1: Universidades Corporativas no Brasil

ABM, ABIPTI, ABRAMGE, Abril, Accor, Alcatel, Alcoa Alumínio, Algar, ALL-Logística, AMESP, Amil, AON, ARBRAS, ASSOCIL.	Leader Magazine, Light, Lojas Renner, Losango. Marcopolo, Marinha do Brasil, Martins, McDonalds, Metrô-SP, Microsiga, Monsanto, Motorola.
Banco Central, Banco do Brasil, Banco Real, Bank Boston, BASF, Bematech, Beneficência Portuguesa, BIC, BNDES, Bompreço, BOSCH, Brasil Telecom/Oi, Braskem, Bristol.	Natura, Nestlé, Novartis. Oracle, Orbitall, Origem, Oxiteno, Perdigão, Pernambucanas, Petrobrás, Piccadilly. Redebahia, Redecard, Rede Globo, Renner, Rhodia, Roche.
Carrefour, Caterpillar, CEF, CEPEL, Citigroup, Coca-Cola, CONFEA, Correios (ECT), CNI-IEL, Credicard, Cruzeiro Esporte Clube, Coelba.Dana, Datasul, DPaschoal.	Sabesp, Sadia, Secretaria de Administração/Fazenda/Saúde do Estado da Bahia, Santander, Santista, SEBRAERS, Serasa, SECOVI, SEMCO, SEPRO, SESI, Siemens, Softway, Souza Cruz, Syngenta.
Elektro, Eletronorte, Eletropaulo, Elevar, Elma Chips, EMBASA, Embraer, Embratel, Ericson, Facchini, FIEC-CE, FIESC-SC, Fischer América, Fleury, Ford. Gessy Lever, Globo, GM, GVT	TAM, Telemar, Telemig Celular, Tigre, Transportadora América, Tupy Fundições, TV-Bahia
Habib's, Hewlett-Packard, Hospital Albert Einstein, Hospital Sírio Libanês, HSBC, IBM, Illy Café, Imbev, INEPAR, Instituto Gênus, INESS, ISVOR/FIAT, Itaipu Binacional, Itau. Klabin, Kraft Foods, Krüger	Ultragaz,Ullian, Unibanco, UniDistribuição, Unidus, Unilegis, UNIMED, Unimetro, UNIPREV, Unisys, VARIG, Vale, Vallé, Visa, Vivax, Vivo, Volkswagen, Volvo, Xerox, 3M

Fonte: adaptado de EBOLI, 2003.

Uma característica importante da UC é seu caráter contínuo da aprendizagem, ou seja, a organização fornece uma educação permanente vinculada às metas empresariais (EBOLI, 2004). Corroborando com essa ideia, Meister (1998 *apud* ALPERSTEDT, 2001)

destaca o caráter intensivo e permanente como característica diferenciadora do provimento educacional oferecido pelas empresas que possuem UC.

Diferente da associação inicial que se possa pensar, a UC não exerce a mesma função das Universidades Tradicionais (UT), que normalmente atuam no ensino, pesquisa e extensão, de forma indissociável. Porém cabe esclarecer que a UC não deve ser considerada uma ameaça à UT, pelo contrário:

[...] as experiências mais bem sucedidas de UC são aquelas que realizaram parcerias com algumas universidades que têm a competência para agregar valor a estes programas corporativos, principalmente pela expertise em realização de pesquisa (geração de conhecimento) e educação (assimilação de conhecimento), contribuindo assim para que as empresas realizem com mais competência e resultado o processo de divulgação e aplicação dos conhecimentos considerados críticos para o sucesso do negócio. (EBOLI, 2008, p. 13)

É importante destacar que uma UC pode ter estrutura física própria ou se utilizar de espaços da IES conveniadas, aumentando, assim, a dependência da organização em relação às instituições. Tal decisão implica na redução do custo inicial de investimento em estrutura física, porém aumenta o custo de utilização da infraestrutura da IES, especialmente quando para formação de um grande contingente de pessoal. Por fim, destaca-se a formação de pessoal na modalidade a distância, que pode apresentar benefícios quanto à redução de custos na utilização de infraestrutura física, seja da própria organização ou das conveniadas.

Apresentada a UC como importante iniciativa de formação de desenvolvimento humano, principalmente no ambiente organizacional, serão expostos preceitos da educação a distância no contexto do processo de aprendizagem.

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (EAD)

A educação a distância é uma modalidade de ensino em que o professor e o estudante estão afastados no espaço e, muitas vezes, no tempo. Dentre as definições disponíveis na literatura, pode-se escolher a de Moore e Kearsley (2007, p. 1):

A ideia básica de educação a distância é muito simples: alunos e professores estão em locais diferentes durante todo ou grande parte do tempo em que aprendem e ensinam. Estando em lugares distintos, eles dependem de algum tipo de tecnologia para transmitir informações e lhes proporcionar um meio para interagir.

O histórico da utilização da EAD por instituições de ensino não é de longa data. No final do século XIX, instituições particulares nos EUA e na Europa ofereciam cursos por correspondência destinados ao ensino de temas e problemas vinculados a ofícios de escasso valor acadêmico (LITWIN, 2001). Em 1892, por exemplo, a universidade de Chicago instituiu um curso por correspondência, e, no início do século XX, a instituição de ensino *Calvert*, em Baltimore, desenvolveu curso nessa modalidade para a escola primária. Em 1930, já era possível identificar 39 universidades norte-americanas que ofereciam cursos a distância.

Na década de 60, a universidade a distância começou a competir com a universidade presencial, principalmente após a implantação da universidade Aberta da Grã-Bretanha, mais conhecida por *Open University*, que desenvolveu uma proposta de educação com um desenho complexo, na qual eram utilizados meios impressos e televisivos para oferta de cursos intensivos em períodos de recesso de outras universidades convencionais (LITWIN, 2001).

O início da EAD no Brasil, por meio da teleeducação, foi no ano de 1923, com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por um grupo de membros da Academia Brasileira de Ciências, o qual era comandado por Henrique Morize e Roquete Pinto. Em 1936, a emissora foi doada ao Ministério da Educação e Saúde, o qual criou, em 1937, o Serviço de Radiofusão Educativa (DÍAZ BORDENAVE, 1987). O nascimento e o crescimento da EAD se traduzem como resposta a um acúmulo importante de necessidades educacionais, tais como: alfabetização, incorporação cada vez mais precoce ao mundo do trabalho, população isolada dos centros urbanos ou impossibilidade de ter acesso, por diversos motivos, às formas convencionais de ensino (LITWIN, 2001).

Vianney, Torres e Silva (2003) destacam que o MEC, em 1997, formou um grupo de especialistas para criar a regulamentação do artigo 80 da LDB, artigo que regulamentou a educação a distância no Brasil, tendo como resultado a criação de várias legislações – decretos 2.494 e 2.561 de 1998; portaria 301, também de 1998, e resolução 1, de 2011. Somente em 2005, com a criação do Decreto 5.622, mesmo ano de criação do projeto-piloto da UAB, o Brasil pode formular objetivos maiores com a EAD, configurando-se o cenário educativo brasileiro atual que se apresenta na promoção e no acesso da educação nacional por meio da EAD (BRASIL, 2011b).

A utilidade da EAD pode representar uma excelente estratégia de combate a um acúmulo das necessidades educacionais: alfabetização; necessidade do estudante ingressar no mercado de trabalho de modo precoce; e população isolada dos centros urbanos ou impossibilitadas ao acesso do ensino convencional (LITWIN, 2001).

Para isso, a utilização de diferentes métodos de ensino, recursos, ferramentas e tecnologias aplicadas à otimização do ensino presencial fazem pensar que a EAD preserva todas as qualidades de uma boa educação, o que permite às pessoas desenvolver suas capacidades cognitivas, sociais, emocionais, profissionais e éticas, e viver em sociedade, exercitando sua cidadania plena.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia representa o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade, ou seja, inclui, simultaneamente, “[...] a teoria da abordagem (o método), os instrumentos de operacionalização do conhecimento (as técnicas) e a criatividade do pesquisador (sua experiência, sua capacidade pessoal e sensibilidade)” (DESLANDES e MINAYO, 2008, p. 14). Dessa forma, para atingir o objetivo do trabalho, é necessária a apresentação metodológica da pesquisa.

Este trabalho é considerado eminentemente qualitativo, por não se tratar de um instrumental estatístico para análise do problema de pesquisa. Além disso, não visa enumerar ou medir unidades ou categorias homogêneas, conforme orientação de Richardson (2007). Essa abordagem qualitativa aprofunda-se no mundo dos significados, a partir de uma realidade não visível, que precisa ser exposta e interpretada, em primeira instância, pelos próprios pesquisados (DESLANDES e MINAYO, 2008).

A pesquisa científica é dimensionada em três aspectos: histórica, descritiva e experimental (BEST, 1972 *apud* MARCONI e LAKATOS, 2007). Esses autores afirmam ainda que a pesquisa descritiva esteja baseada em processos de descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando seu funcionamento no presente. Sendo assim, o estudo pode ser considerado descritivo, visto que analisa o projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil e a participação da Universidade Corporativa do Banco do Brasil na criação e no desenvolvimento desse projeto.

Esse estudo é classificado ainda como exploratório, pois se buscou alcançar os objetivos previstos, sondar diversos assuntos relacionados com o tema da pesquisa para que, dessa forma, os conhecimentos adquiridos auxiliassem na construção do trabalho e na recomendação de futuras pesquisas.

Por fim, diante da taxionomia apresentada por Vergara (2009, p.41), a pesquisa é bibliográfica, documental e estudo de caso. A pesquisa é bibliográfica quando são feitos estudos sistematizadas sobre o tema, com uso de material bibliográfico disponível para o público. É documental quando as fontes consultadas são documentos registros pessoais e outros. O estudo de caso possibilita, segundo Tull (1976), a análise em profundidade de uma situação em particular, identificando variáveis e suas inter-relações que, de outra forma, poderiam não ser percebidas. Esse autor ressalta ainda que a profundidade e o detalhamento de informações obtidas pelo estudo de caso são praticamente impossíveis de serem alcançados por meio de outro método de pesquisa. Nesse trabalho, o estudo de caso é adequado quando se pretende investigar o projeto-piloto da UAB, mais precisamente, da participação da Universidade Corporativa do Banco do Brasil.

O BANCO DO BRASIL (BB) E A UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL (UAB)

A Universidade Corporativa representa uma importante iniciativa das organizações na formação e no desenvolvimento de seus funcionários para melhor exercerem suas atividades, e, nesse sentido, será apresentada a UC do Banco do Brasil. Associada a ela, verifica-se a criação do projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil, que representa, nos dias de hoje, a principal política educacional do Governo na promoção de cursos superiores a distância, mais precisamente na formação de professores para atuar na rede básica de ensino.

Assim sendo, verificando a pertinência da UC do Banco do Brasil na criação de desenvolvimento da UAB – seja por meio de seu financiamento, ou ainda na articulação desse projeto com o MEC, Instituições de Ensino Superior (IES), estados e municípios brasileiros –, estará caracterizado o Sistema Universidade Aberta do Brasil como proposta de formação professores e profissionais para o Brasil, e também a UC do Branco do Brasil, peça-chave na viabilização do projeto-piloto.

UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL (UAB)

A Universidade Aberta do Brasil foi criada pelo Ministério da Educação, no ano de 2005, em parceria com a ANDIFES e Empresas Estatais, no âmbito do Fórum das Estatais pela Educação, com foco nas Políticas e a Gestão da Educação Superior. Trata-se de uma política pública de articulação entre a Secretaria de Educação a Distância (SEED)/MEC e a Diretoria de Educação a Distância (DED)/CAPES, com vistas à expansão da educação superior, no âmbito do Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE). (CAPES, 2011).

A UAB representa um sistema integrado de universidades públicas para a oferta de cursos de nível superior para camadas da população que têm dificuldade de acesso à

formação universitária, por meio da metodologia da educação a distância. A oferta dos cursos é realizada para diferentes públicos, porém os professores que atuam na educação básica têm prioridade na oferta dos cursos, seguidos dos dirigentes, gestores e trabalhadores da educação básica dos estados e municípios.

Dessa forma, o Sistema UAB propicia a articulação, a interação e a efetivação de iniciativas que estimulam a parceria dos três níveis governamentais (federal, estadual e municipal) com as universidades públicas e demais organizações interessadas, enquanto viabiliza mecanismos alternativos para o fomento, a implantação e a execução de cursos de graduação e pós-graduação de forma consorciada. Os números da Tabela 1 retratam a UAB no tocante aos quantitativos de polos, cursos e matrículas, demonstrando o potencial desse sistema no Brasil.

TABELA 1: Quantidade de polos, cursos e matrículas na UAB

Região	Nr de Polos	Nr de Cursos	Matrículas 2008	Matrículas 2009	Matrículas 2010	Matrículas Totais
CO	47	63	1.928	5.463	11.609	19.000
NE	197	178	9.596	31.296	51.589	92.481
N	79	70	3.507	6.842	10.259	20.608
SE	157	173	13.750	30.103	50.463	94.316
S	110	123	5.955	14.379	27.147	47.481
Total	590	527	34.736	88.083	151.067	273.886

Fonte: CAPES, 2011.

Por fim, pode-se destacar que, no sistema UAB, são direcionadas várias ações de consolidação na ampliação do acesso dos estudantes à educação superior pública e de qualidade, ampliando-se os limites geográficos, físicos e financeiros. O governo deverá oferecer, nos próximos anos, maior apoio à formação de professores, de modo a atender à demanda apresentada na análise das pré-inscrições realizadas na Plataforma Freire, instituída pelo governo federal e pelos professores brasileiros. Além desse apoio, a UAB poderá atender a demanda social por vagas públicas de nível superior.

UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL (UNIBB)

O Sistema de Educação corporativa do Banco do Brasil existe desde 1965. Ao longo desse tempo, têm-se oferecido oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional a todos os funcionários.

Os programas e ações de aprendizagem fundamentam-se em princípios filosóficos e organizacionais e orientam-se pelos seguintes propósitos: desenvolver a excelência humana e profissional dos funcionários, contribuindo com sua empregabilidade e capacitando-os para processos de ascensão profissional; dar suporte ao desempenho profissional; aperfeiçoar a performance organizacional, tornando a empresa competitiva; e formar sucessores para quadros técnicos e gerenciais do Banco do Brasil. (UCBB, 2011).

A produção e o acesso ao conhecimento são ancorados na estratégia da empresa e nas várias possibilidades de carreira. Os meios usados são: treinamentos presenciais, oferecidos nas Gerências Regionais; aprendizagem por meio de diversas tecnologias educacionais, presenciais e a distância (mídia impressa, vídeo, TV Corporativa, Treinamento Baseado em Computador – TBC –, *web*); programas em parceria com as melhores instituições de ensino do país; consultas às bibliotecas do banco, com acesso a

livros, periódicos especializados, banco de vídeos, banco de teses, dissertações e monografias; portal virtual que permite acessar publicações digitalizadas, biblioteca virtual, trilhas de desenvolvimento profissional, treinamentos *on-line*, etc.

A realização do Quarto Fórum de Gestão de Pessoas do BB, em 2003, abrangendo a participação de funcionários em etapas locais, estaduais, regionais e nacionais, resultou na construção de soluções para democratizar o acesso às oportunidades de qualificação internas e externas. Essa construção de soluções gerou projetos, dentre eles o projeto-piloto da Universidade Aberta do Brasil, que tende a ampliar o acesso dos funcionários a cursos de nível superior por meio da educação a distância, orientando-os para a carreira funcional.

Durante o fórum verificou-se que, das 153 manifestações referentes aos Programas da Universidade Corporativa do BB, no tocante aos cursos de **Graduação e de Especialização**, 29,41% foram relativas à ampliação do número de bolsas concedidas pela Empresa, além da indicação de dificuldades de acesso a programas de ensino superior para os funcionários localizados nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, tendo em vista a inexistência de oferta nesses locais.

Diante dessa realidade, a UC do BB procurou investir, em um primeiro momento, na realização de MBA na modalidade a distância. Foram, no total, três cursos de MBA na modalidade a distância, sendo o primeiro iniciado em 2003. O sucesso da primeira fase, com mais de 12.000 inscrições, levou ao MBA II. As principais universidades públicas e privadas contribuíram na operacionalização e oferta desses cursos.

Os MBAs fazem parte do projeto do BB em ofertar cursos de educação a distância, tanto de graduação quanto de pós-graduação, na área de administração, desenvolvidos em sistemas de ensino modulados, semipresenciais, com conteúdos interativos aliados à tecnologia, tais como: *web*, teleconferência, videoconferência, televisão, tendo o computador como ferramenta de integração. Nesses cursos, os estudantes têm acompanhamento de um sistema de tutoria ativa, que, aliado ao uso de tecnologia, permite o monitoramento direto do desempenho e o fluxo de atividades, facilitando a identificação de possíveis dificuldades de aprendizagem.

O projeto obteve ainda para seu desenvolvimento, a parceria de instituições de ensino público e privado, além de órgãos públicos intervenientes no programa, envolvimento de bancos públicos estaduais e federais e demais entidades públicas que contribuíram para a otimização do programa.

No tocante à realização dos cursos de graduação a distância, o modelo idealizado foi formado por uma rede de universidades públicas federais e estaduais para disponibilizar os cursos a distância de graduação nas áreas de interesse do Banco. Com isso, promover a transição gradual do modelo de concessão de bolsas de graduação presencial para o modelo de graduação a distância, semipresencial.

Por indicação do Ministério da Educação, utilizou-se a tecnologia desenvolvida pelo Centro de Educação Superior do Estado do Rio de Janeiro (Cederj), consórcio composto pelas universidades estaduais e federais do estado do Rio de Janeiro. Destaca-se que o Cederj foi criado dentro de uma política governamental para desenvolvimento, por meio da educação a distância, em nível superior de professores do ensino médio e fundamental do Estado do Rio de Janeiro.

A metodologia desenvolvida pelo Cederj caracteriza-se pela divisão dos estados brasileiros em regiões geográficas, agrupando microrregiões, de forma que o interessado em ingressar no ensino a distância do Cederj não tenha que se deslocar a uma distância de mais de 50 quilômetros. Essa mesma metodologia deverá ser disseminada em todo o Brasil.

A partir do *know-how* adquirido pelo Cederj, o projeto-piloto culminou na oferta do curso de Bacharel em Administração, na modalidade a distância, com prazo mínimo de duração de quatro anos, sendo três anos relativos ao tronco comum de um curso de administração, e um ano destinados às ênfases: Gestão Bancária, Estratégia Empresarial, Agronegócios e Desenvolvimento Regional Sustentado, e Gestão Pública.

O programa teve seu início no segundo semestre de 2006, em todo território nacional, com a participação de 25 universidades públicas federais e estaduais, sendo ofertadas aproximadamente 10.000 vagas. A parceria, ainda de governos estaduais, lideranças comunitárias e prefeituras, resultou na sinergia de ações, destacando-se a atuação da Andifes, que contribuiu com condições indispensáveis à concretização da UAB junto às universidades federais e estaduais.

Por fim, pode-se afirmar que o Sistema UAB é um modelo de sistema educacional para o Brasil e contempla, atualmente, a oferta de vários cursos de graduação e especialização, tanto por universidades federais como estaduais, atendendo pessoas nas cinco regiões do Brasil, em mais de 800 polos de ensino. Todo esse universo da UAB só foi possível com a ajuda do Banco do Brasil, por meio de sua Universidade Corporativa, que diante de uma demanda de seus trabalhadores, consolidou parcerias com o Ministério da Educação, estados, municípios e universidades, resultando na oferta de cursos de nível superior de qualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Banco do Brasil possui o entendimento de que a educação superior a distância permite a formação urgente de funcionários para atuar em um mercado em crescimento exponencial, tanto em novas tecnologias quanto em complexidades dos serviços bancários. Sendo assim, o mundo contemporâneo exige um trabalhador apto a atuar em diferentes contextos, ou seja, não apenas capacitado em nível operacional, mas, sobretudo, dotado de competências voltadas à análise de conjunturas e à tomada de decisões.

Diante disso, entende-se que a educação a distância, que deve ser centrada no estudante, desenvolve o profissional para a autodisciplina, a autoaprendizagem e a reflexão individual. Ao mesmo tempo, o estudante deve testar suas hipóteses e pesquisar métodos de ação com liberdade, e ainda contar com um ambiente virtual para confrontar seus pontos de vista com a comunidade de aprendizagem.

Desde a criação do Departamento de Seleção e Desenvolvimento de Pessoal (DESED), há mais de 40 anos, até o trabalho atual da UNIBB, é orientado o processo educacional no BB, no aluno como autor da aprendizagem, na importância do diálogo, no trabalho em equipe, na relação afetiva no ensino, na formação da consciência crítica, no desenvolvimento da criatividade e no aprimoramento da conduta ética.

Com a expansão dos MBAs e a parceria com o MEC, na criação da Universidade Aberta do Brasil, promoveu-se um novo rumo no método de capacitação e de desenvolvimentos dos funcionários do BB, como também de toda a população brasileira: permitir a graduação de um grande número de pessoas, e oportunizar a criação de um sistema que revolucionou o sistema educativo brasileiro, focado em uma educação pública e de qualidade para pessoas inseridas nas mais longínquas cidades do Brasil.

Nessa ótica de responsabilidade socioambiental, o Banco apoiou a iniciativa e se dispôs a investir na logística do projeto, somando esforços com municípios e estados para promover suporte à instalação de polos de ensino em locais estratégicos, bem como a formação de tutores e a montagem de equipamento para as aulas via internet.

Além desses aspectos, a EAD abre novas possibilidades para a capacitação e o desenvolvimento dos funcionários do BB, destacando-se a modularização virtual de conteúdos didáticos hoje exclusivamente difundidos em sala de aula. Eles podem ser formatados em meio eletrônico e, em um segundo momento, retomados e reforçados em oficinas ou encontros de aprendizagem, em uma produtiva mistura do virtual com o presencial, ganhando-se em amplitude, economia de custos e eficácia didático-pedagógica.

Como estudos futuros, devem-se apresentar os resultados e os indicadores relativos às turmas formadas pelo projeto-piloto, que encerraram suas atividades acadêmicas no segundo semestre de 2010. Esses números poderão demonstrar o sucesso da parceria firmada pelo Banco do Brasil e demais agentes públicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALPERSTEDT, Cristiane. Universidades corporativas: discussão e proposta de definição. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, v. 5, n. 3, set/dez, 2001.

ARETIO, Lorenzo Garcia. *Educación a distancia hoy*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), 1996.

BAUMGARTNER, Marcos. Sobre as universidades corporativas. *Revista T&D*, São Paulo, n. 137, 1 jun. 2004.

BOOG, Gustavo G. (Org.). *Manual de treinamento e desenvolvimento*. Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD). São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1981.

BRANCO, Alessandra Rosa. O Perfil das universidades corporativas no Brasil. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*. v. 7, n. 4, p. 99-120, 2006.

BRASIL. Ministério da Educação. Decreto nº 5.800, de 8 de junho de 2006. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. 9 jun. 2006 Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5800.htm>. Acesso em: 20 jul. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação. Decreto nº 5.622, de 19 de dezembro de 2005. *Diário Oficial da União*. Brasília, DF. 20 dez. 2005. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm>. Acesso em: 20 jul. 2011.

CAON, Korine Dekker de. *Fatores determinantes da evolução de educação corporativa: de T&D para UC*. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2007.

CAPES. *UAB – Universidade Aberta do Brasil*. Disponível em: <www.uab.capes.gov.br/index.php>. Acesso em: 17 maio 2011.

DESLANDES, Suely Ferreira; MINAYO, Maria Cecília de Souza. *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade*. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

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

FERREIRA, Paulo Pinto. *Administração de pessoal: relações industriais*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1986.

LITWIN, Edith. *Educação a distância: temas para o debate de uma nova agenda educativa*. Porto Alegre: Artmed, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa*. 6. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

MEISTER, Jeanne. C. *Educação corporativa: a gestão do capital intelectual através das Universidades Corporativas*. São Paulo: Makron Books, 1999.

MOORE, Michael G. e KEARSLEY, Greg. *Educação a distância: uma visão integrada*. Tradução de Roberto Galman. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

PANTON, Rob; PETERS, Geoff; QUINTAS, Paul. *Estratégias de educação corporativa: universidades corporativas na prática*. Disponível em: <www.educor.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em: 21 out. 2008.

QUARTIERO, Elisa Maria e CERNY, Roseli Zen. Universidade corporativa: uma nova face da relação entre mundo do trabalho e mundo da educação. In: GUARTIERO, Elisa Maria; BIANCHETTI, Lucídio. *Educação corporativa: mundo do trabalho e do conhecimento: aproximações*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC; São Paulo: Cortez, 2005.

RICARDO, Eleonora Jorge. A Educação do trabalhador do conhecimento. In: RICARDO, Eleonora Jorge (Org.). *Gestão da educação corporativa*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

TARAPANOFF, Kira Maria Antônia. Panorama da educação corporativa no contexto internacional. In: Secretaria de Tecnologia Industrial. *Educação corporativa: contribuição para a competitividade*. Brasília, DF: Petróleo Brasileiro/CNI, 2004, v. 1, p. 12-84. Disponível em: <www.educor.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em: 19 out. 2008.

TEIXEIRA, Enise Barth. Educação continuada corporativa: aprendizagem e desenvolvimento humano no setor metal-mecânico. 399f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2005.

TULL, D. S. *Marketing research: meaning, measurement, and method*. New York: Macmillan Publishing Company Inc., 1976.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIANNEY João; TORRES, Patrícia; SILVA, Elizabeth. A Universidade Virtual no Brasil: os números do ensino superior a distância no país em 2002. *Relatório do Seminário*

Internacional sobre Universidades Virtuais na América Latina e Caribe. Quito – Equador, 2003.