**RELATOS DE PESQUISA: UMA ANÁLISE DOS CURSOS DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL NA SUBJETIVAÇÃO PROFISSIONAL**

Pablo Reis Silva Tiago

UEMS, Programa de Pós-graduação em Educação

pabloreisst@gmail.com

**Eixo: Tecnologias da Educação e Educação a Distância**

**Resumo**

Este estudo explora a Universidade Corporativa do Banco do Brasil (UniBB) – portal on-line destinado à promoção de cursos a distância e conteúdos de Educação Corporativa – a partir de um contexto educacional-sociológico-cultural, destacando a sua possível influência nas subjetivações dos funcionários do Banco do Brasil (BB) e na disseminação da cultura organizacional da instituição bancária. Para atingir os fins propostos, a pesquisa observou a UniBB enquanto Universidade Corporativa (UC), analisando uma parcela dos cursos disponíveis com o intuito de compreender o seu papel como um sistema de desenvolvimento educacional utilizado como um instrumento de aperfeiçoamento técnico-profissional e identificação cultural-comportamental dos trabalhadores.

**Palavras-chave:** UniBB, Cultura, Subjetivações.

**Introdução**

Ao penetrar nas vidas dos indivíduos mediando suas experiências sociais e interpessoais, a cultura influencia percepções, valores e comportamentos em diversos contextos, inclusive no ambiente de trabalho (HALL, 1997). As Universidades Corporativas atuam, assim, como instrumento direcionador dos trabalhadores, formando subjetividades aptas a não apenas aceitarem, mas desenvolverem uma cultura organizacional focada no perfil de indivíduo ideal para as empresas.

Para analisar de forma crítica as considerações expostas acima, o presente trabalho coloca como objeto de estudo a UniBB, com o intuito de propor reflexões acerca da relação entre educação, interesses empresarias e subjetivações dos trabalhadores.

**Justificativa e problema da pesquisa**

O objetivo primário de uma UC é promover, através de seus conteúdos, uma formação profissional adequada às necessidades do negócio. Busca-se, portanto, não apenas o desenvolvimento profissional por si só, mas o alinhamento dos valores e objetivos empresariais. Diante disso, faz-se necessário analisar a relação entre os cursos da UniBB e sua influência nas subjetivações dos trabalhadores, respondendo: Como o BB atua para formar seus profissionais? O que os cursos ensinam? Quais os discursos sobre a identidade profissional? Atuariam como norteadores da formação do trabalhador?

**Objetivos da pesquisa**

Analisar os cursos oferecidos pela UniBB e seus possíveis reflexos na formação das subjetivações dos colaboradores do BB.

**Referencial teórico que fundamenta a pesquisa**

Utiliza-se como referencial os Estudos Culturais conduzidos principalmente por Hall (1997), Cevasco (2003) e Williams (1954), a partir dos quais analisa-se os conteúdos da UniBB e suas implicações para os trabalhadores do BB. Para Williams (1954), os estudos culturais significavam um espaço de questionamento, de rever posições, pensamentos, padrões etc. Pensar em estudos culturais no contexto corporativo é, pois, expor a estrutura de poder patrão-funcionário, representando o patrão a figura empresarial e sua capacidade de exigir que os trabalhadores se encaixem em um perfil, tenham habilidades específicas, ou comportamentos determinados.

**Procedimentos metodológicos**

Por meio da análise de conteúdo, os cursos da UniBB são analisados de modo a interpretar as mensagens e compreender possíveis novos significados dos discursos. Para tanto, utiliza-se o mesmo método como instrumento de verificação da estratégia da UC no desenvolvimento dos trabalhadores, partindo da percepção que se tem dos cursos observados e do contexto em que estão inseridos, para compreensão do impacto sobre a formação profissional.

**Análise dos dados e resultados finais da pesquisa**

Os cursos analisados foram escolhidos pela temática relacionada a questões profissionais e pessoais que se relacionam com o ambiente corporativo e, ao mesmo tempo, trabalham noções da vida íntima dos trabalhadores, possibilitando ligar a vivência no BB com as subjetivações dos indivíduos. Dessa forma, os cursos observados foram: Autodesenvolvimento; Prevenção e Combate à Corrupção; Qualidade de Vida; e Gestão Financeira Pessoal.

Utilizando a teoria de Cevasco (2003) que vê a cultura como um modo de compreensão e questionamento da sociedade, compreende-se a UniBB como uma prática cultural com discursos que reforçam valores como eficiência profissional e alinhamento estratégico, portanto, de caráter impactante nas subjetivações.

**Relação do objeto de estudo com a pesquisa em Educação e eixo temático do COPED**

O presente trabalho se enquadra no eixo proposto, pois explora como a UniBB utiliza recursos educacionais digitais enquanto plataforma de ensino a distância que reúne conteúdos diversos, os quais concentram-se na consolidação da cultura corporativa do Banco do Brasil.

**Considerações finais**

Com base no exposto, a forma como os temas dos cursos são trabalhados pela UniBB refletem e reforçam a identidade corporativa desejada pelo Banco do Brasil, além de serem um espelho das dinâmicas de mercado atual. Percebe-se que, embora a Universidade Corporativa, representada aqui pela UniBB, busque alinhar os funcionários às metas estratégicas da organização, no caso, o Banco do Brasil, também abre margem para a análise do significado e impacto de seus objetivos na identidade dos trabalhadores. A Educação Corporativa, portanto, pode ser entendida e avaliada não apenas pelo propósito de transmitir conhecimento, mas, principalmente, pela capacidade de afetar as pessoas.

**Referências**

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições sobre estudos culturais**. Boitempo Editorial. São Paulo-SP, 2003.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, 22(2). 1997. Disponível em: < https://abrir.link/AGVOt>. Acesso em: 05 ago. 2023.

**UNIBB**. 2024. Disponível em: <https://unibb.com.br>. Acesso em: 07 abr. 2024.

WILLIAMS, Raymond. ***Culture & Society***. Garden City, Nova York: Anchor Books, 1954.