https://doi.org/10.5281/zenodo.17243234

EDUCAÇÃO CORPORATIVA: SUA IMPORTÂNCIA PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL NO SETOR PÚBLICO
UM ESTUDO DE CASO A PARTIR DA UNICORREIOS - UNIVERSIDADE CORPORATIVA DOS CORREIOS

Recebido: 16/07/24 | ***Avaliado:*** 09/09/24 | ***Aceito:*** 01/04/25

MOISÉS BATISTA RIBEIRO
Graduando em Administração Pública pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Graduação em Pedagogia. Pós-graduação em Educação a Distância pela mesma universidade.
E-mail: mobari_@hotmail.com

REGINILDE MENDES
Graduando em Administração Pública pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Bacharel em Direito pela Faculdade São Francisco de Barreiras/BA (2006). Pós Graduada em Direito Civil e Processual Civil Faculdade São Francisco de Barreiras/BA. Servidora do Tribunal de Justiça da Bahia.
E-mail: rcsmendes@tjba.jus.br

Márcia Mazza
Doutorando e Mestre em Educação e Contemporaneidade pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Especialista em Administração de Recursos Humanos pela Fundação Visconde de Cairu. Graduada em Administração pela Universidade Católica do Salvador e Licenciada em Matemática pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora da UNEB e Coordenadora do Núcleo de Tutoria da Unidade Acadêmica de Educação a Distância (UNEAD/UNEB).
E-mail: mmazza@uneb.br

RESUMO

A Educação Corporativa desempenha um papel fundamental na formação da identidade organizacional, especialmente no setor público. Este estudo de caso se concentra na Universidade Corporativa dos Correios (UniCorreios), compreendendo sua importância para a construção da identidade organizacional através do plano de educação corporativa e do alinhamento estratégico da organização. A pesquisa examina como programas de Educação Corporativa influenciam a cultura organizacional, promovendo valores, conhecimentos e habilidades alinhados com às estratégias empresariais. Destaca-se a capacidade da UniCorreios em fortalecer a identidade dos empregados, promover o desenvolvimento profissional e aprimorar a eficácia operacional, utilizando-se de da educação a distância e tecnologias digitais como elementos catalisadores de práticas de ensino e aprendizagem. Além disso, evidencia-se como a Educação Corporativa contribui para a adaptação às mudanças, impulsiona a inovação e reforça o compromisso com os serviços públicos de qualidade. Os resultados deste estudo fornecem insights valiosos para gestores públicos e profissionais de RH sobre a relevância da Educação Corporativa na construção e sustentação da identidade organizacional no setor público. O trabalho considerou a contextualização da educação corporativa no setor público, e destacou a UniCorreios, como exemplo inspirador para o setor público pautado em um plano de educação corporativo holístico e comprometido com a eficácia operacional.

Palavras-chave: Educação corporativa. Identidade organizacional. Setor público. Inovação. Eficácia operacional.

ABSTRACT

Corporate Education plays a fundamental role in the formation of organizational identity, especially in the public sector. This case study focuses on the Correios Corporate University – UniCorreios, understanding its importance for the construction of organizational identity through the corporate education plan and the organization's strategic alignment. The research examines how Corporate Education programs influence organizational culture, promoting values, knowledge and skills aligned with business strategies. UniCorreios' ability to strengthen employee identity, promote professional development and improve operational effectiveness stands out, using distance education and digital technologies as practical teaching and learning elements. Furthermore, it is clear how Corporate Education contributes to adaptation to changes, drives innovation and reinforces the commitment to quality public services. The results of this study provide specific insights for public managers and HR professionals about the relevance of Corporate Education in building and sustaining organizational identity in the public sector. The work is currently contextualizing corporate education in the public sector, and highlighted UniCorreios as an inspiring example for the public sector based on a holistic corporate education plan and committed to operational effectiveness.

Keywords: Corporate education. Organizational identity. Public sector. Innovation. Operational effectiveness.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a Educação Corporativa tem ganhado destaque como uma estratégia fundamental para o desenvolvimento organizacional em diversos setores, inclusive no público. Nesse setor, essa modalidade de educação reveste-se de maior significado, pois desempenha um papel crucial na capacitação dos servidores, na melhoria dos serviços prestados à sociedade e na construção de uma cultura organizacional sólida. A natureza dinâmica e complexa do setor público exige que os funcionários estejam constantemente atualizados em relação às melhores práticas, regulamentações e tecnologias emergentes. A capacidade de promover o alinhamento de valores, competências e práticas entre os colaboradores é essencial para a construção de uma identidade organizacional coesa e para o sucesso institucional. Sabe-se que setor público enfrenta desafios únicos, incluindo a necessidade de fornecer serviços de qualidade para a sociedade, frequentemente em um ambiente de recursos limitados e mudanças regulatórias constantes.

Diversos autores relacionam os conceitos de educação corporativa à questão do desenvolvimento de competências e à viabilização da estratégia empresarial. Fleury e Oliveira (2001), por exemplo, argumentam que a educação corporativa pode ser definida como um sistema de desenvolvimento de recursos humanos, orientado pelas competências de gestão, cujo principal papel é o de construir as competências empresariais e humanas consideradas críticas para a viabilidade da estratégia de uma organização.

Diante disso, concebe-se que a Educação Corporativa também desempenha um papel crucial na promoção da transparência, da ética e da eficiência no setor público. Ao investir na formação dos servidores, os órgãos governamentais podem melhorar a qualidade dos serviços oferecidos à população, promovendo uma gestão mais eficaz dos recursos públicos e aumentando a confiança dos cidadãos nas instituições governamentais.

Nesse contexto, a construção e a manutenção de uma identidade organizacional forte e atualizada são essenciais para garantir a eficácia, a transparência e a confiança nas instituições governamentais. A Educação Corporativa surge como uma ferramenta estratégica para fortalecer essa identidade, capacitando os funcionários com habilidades, conhecimentos e valores alinhados com os objetivos organizacionais. Nesse sentido, este artigo se propõe a explorar a importância da Educação Corporativa na construção da identidade organizacional no setor público, com foco em um estudo de caso da Universidade Corporativa dos Correios (UniCorreios).

Criada em 2002, a UniCorreios é a Universidade Corporativa dos Correios, empresa pública com mais de 80 mil empregados alocados em todos os municípios brasileiros. A UniCorreios, é acessível à todos os empregados podendo ser acessada através de dispositivos conectados à internet, oferecendo centenas de cursos voltados à capacitação dos empregados tanto para o exercício das questões técnicas da empresa, quanto para o relacionamento e inclusão com demandas sociais. A atuação da UniCorreios, é definida pelo Plano de Educação Corporativo, que se encontra vinculado aos objetivos estratégicos e à identidade organizacional da estatal.

Segundo Ruão (2001), o entendimento de identidade organizacional surgiu em 1985 a partir dos trabalhos de desenvolvido por Albert, em colaboração com Whetten, na Universidade do Ilinois, EUA. Para ambos, a identidade organizacional é uma questão autorreflexiva que surgiria no interior da instituição, captando o essencial de suas características. E resumiram o conceito em três pontos:

> (1) a identidade de uma organização é o que é percebido pelos seus membros como essencial para esta; (2) é o que a torna distinta de outras (pelo menos aos olhos dos seus trabalhadores); (3) e é o que é percebido pelos seus membros como a característica que mantém e desenvolve a ligação entre o presente e o passado da organização (e presumivelmente o seu futuro). (Ruão, 2001).

Pratt e Foreman (2000), trazem uma definição que reúne maior consenso acerca da identidade organizacional, afirmam “tratar-se das características da organização que os seus públicos consideram centrais (descrições fundamentais da organização), distintivas (únicas) e duradouras (persistentes no tempo)”. Em outras palavras, a identidade constituiria, dessa maneira, numa forma das organizações afirmarem a sua diferença relativamente às outras, com as quais se relacionam no mercado, buscando dessa forma a afirmação da sua reputação e a fidelização de empregados e consumidores.

Diante desse entendimento, em se tratando do setor público, surge a questão: Como a Educação Corporativa pode contribuir efetivamente para a construção e sustentação dessa identidade organizacional, voltada para relação com o mercado, empregados e clientes? A hipótese deste estudo é que programas de Educação Corporativa bem estruturados e alinhados com a missão e valores institucionais podem fortalecer a identidade organizacional no setor público, melhorando o desempenho, a inovação e a resiliência das organizações governamentais.

O objetivo principal deste artigo é analisar a importância da Educação Corporativa na construção da identidade organizacional no setor público, utilizando a UniCorreios como

estudo de caso. Especificamente, busca-se compreender como os programas de Educação Corporativa contribuem para a coesão da cultural e identidade organizacional; analisar o plano de educação corporativo se desdobra para atender o desenvolvimento profissional; e compreender como as ações de educação contribuem para a adaptação às mudanças no contexto dos serviços postais públicos.

A relevância deste estudo reside na sua contribuição para o entendimento dos mecanismos pelos quais a Educação Corporativa pode fortalecer a identidade organizacional no setor público, uma área pouco explorada na literatura acadêmica. Além disso, os resultados deste estudo podem fornecer insights valiosos para gestores e profissionais de recursos humanos no desenvolvimento de estratégias eficazes de desenvolvimento organizacional e na promoção de uma cultura de excelência no serviço público.

O artigo está dividido em quatro partes. A primeira é a introdução, onde está contextualizado o tema, problema, hipótese, objetivo e justificativa. Na segunda, serão discutidos os fundamentos teóricos que embasam a relação entre Educação Corporativa e Identidade Organizacional, seguidos por uma revisão da literatura relevante. Na terceira parte, aborda-se a metodologia, seguida da apresentação do estudo de caso da UniCorreios, destacando como essa universidade corporativa dos Correios tem sido crucial na promoção de uma identidade organizacional coesa e no desenvolvimento contínuo dos colaboradores. Por fim, serão discutidas as considerações finais e as implicações práticas para gestores e profissionais do setor público interessados em promover uma cultura organizacional robusta e eficiente.

A definição mais aceita sobre cultura organizacional se encontra em Schein (1984, p. 56). O termo é definido como:

> [...] o padrão de premissas básicas que um determinado grupo inventou, descobriu ou desenvolveu no processo de aprender a resolver seus problemas de adaptação externa e de integração interna e que funcionam eficientemente bem a ponto de ser considerada válida e, por isso, ser ensinadas a novos membros do grupo como a maneira correta de perceber, pensar e sentir em relação a esses problemas.

Nesse sentido, percebe se que uma organização que se desenvolve na esfera da cultura organizacional, se ambienta melhor em um cenário mercadológico marcado por mudanças cada vez mais profundas e rápidas, exigindo das instituições resiliência e adaptabilidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EDUCAÇÃO CORPORATIVA NO SETOR PÚBLICO

A Educação Corporativa no setor público emergiu como uma resposta às crescentes demandas por eficiência, transparência e profissionalização na gestão governamental. Segundo Éboli (2015), a Educação Corporativa no contexto público envolve a implementação de programas e estratégias educacionais específicas, visando capacitar os servidores para lidar com os desafios complexos e em constante evolução enfrentados pelas organizações governamentais.

Uma das principais características da Educação Corporativa no setor público é a sua abordagem holística, que vai além da transmissão de conhecimentos técnicos para incluir o desenvolvimento de competências comportamentais e gerenciais. Conforme ressaltado por Éboli (2015), essa abordagem reflete a compreensão de que as habilidades interpessoais e de liderança são fundamentais para o sucesso dos servidores públicos em um ambiente burocrático e regulamentado.

Além disso, a Educação Corporativa no setor público busca promover a profissionalização e a valorização dos servidores como um todo. É inegável que a implementação de programas educacionais voltados para o desenvolvimento e capacitação dos servidores, reflete o reconhecimento da importância do capital humano para o alcance dos objetivos e missões das organizações governamentais.

No Brasil, a adoção da Educação Corporativa no setor público tem sido impulsionada por uma série de fatores, incluindo as demandas por modernização da administração pública, o avanço da tecnologia da informação e a necessidade de adaptação às mudanças sociais e políticas. Esse novo paradigma conclama que as organizações sejam aprendizes. Para Senge, (2008, p. 46),

> As Organizações que aprendem são aquelas nas quais o aprendizado é permanente, perene, constante. Existem cinco disciplinas a serem adotadas para que a organização possa manter-se aprendendo sempre. [...] São elas: modelos mentais inovadores (quebra de paradigmas), aprendizagem em equipe (alinhamento de esforços, ultrapassando a perspectiva individual), visão compartilhada de futuro (compromisso com o longo prazo), domínio pessoal (autoconhecimento/ autodomínio) e raciocínio sistêmico (visão não fragmentada). Se cada uma dessas premissas for observada, seguramente a organização se tornará aprendiz, ou seja, dentro dela haverá aprendizado permanente de seus colaboradores, que aprenderão uns com os outros e também com as situações trazidas à tona cotidianamente.

Essas mudanças visam atender às expectativas da sociedade por uma gestão mais eficiente, transparente e responsável.

Um exemplo relevante de Educação Corporativa no setor público brasileiro é a Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), fundada em 1986. A ENAP desempenha um papel central na formação e capacitação dos servidores federais, oferecendo uma ampla gama de cursos, capacitações e atividades de desenvolvimento profissional em diversas áreas de conhecimento relacionadas à gestão pública. Segundo dados da ENAP, a instituição já capacitou milhares de servidores públicos em todo o país, contribuindo para a melhoria da qualidade e eficiência dos serviços prestados à população.

Além da ENAP, outras instituições governamentais têm adotado estratégias de Educação Corporativa para promover o desenvolvimento e capacitação dos seus servidores. Os bancos públicos, como o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal, por exemplo, possuem universidades corporativas que oferecem programas educacionais específicos para as demandas do setor financeiro e bancário.

Portanto, a Educação Corporativa no setor público brasileiro desempenha um papel crucial na promoção do desenvolvimento e capacitação dos servidores, contribuindo para a eficiência, transparência e responsabilidade das organizações governamentais. Seu impacto é evidente não apenas na melhoria dos serviços públicos, mas também na valorização e profissionalização dos servidores como um todo.

2.2 IDENTIDADE ORGANIZACIONAL NO SETOR PÚBLICO

A identidade organizacional no setor público desempenha um papel central na definição da cultura, dos valores e da missão das organizações governamentais, influenciando diretamente o comportamento dos servidores e a percepção da sociedade em relação às instituições públicas. Segundo Schein (2006), a identidade organizacional é construída a partir das narrativas, símbolos e práticas compartilhadas pelos membros de uma organização, refletindo quem eles são, o que fazem e para onde estão indo.

No contexto do setor público brasileiro, a identidade organizacional das instituições governamentais é influenciada por uma série de fatores, incluindo a história política, social e econômica do país. Segundo Abrucio (2007), a identidade organizacional no setor público brasileiro é frequentemente associada a valores como democracia, inclusão social e desenvolvimento econômico sustentável. Esses valores refletem não apenas as aspirações do

Estado brasileiro, mas também as demandas e expectativas da sociedade em relação ao papel do governo na promoção do bem-estar social e no desenvolvimento do país.

Um exemplo emblemático de identidade organizacional no setor público brasileiro é o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Fundado em 1990, o INSS é responsável por garantir a proteção social dos trabalhadores brasileiros, oferecendo benefícios como aposentadoria, auxílio-doença e pensão por morte. A identidade organizacional do INSS é marcada pela sua missão de garantir a segurança social dos cidadãos brasileiros, promovendo a justiça social e a inclusão de grupos vulneráveis.

Além disso, a identidade organizacional no setor público é moldada pelas expectativas e percepções da sociedade em relação ao papel e à atuação do Estado. Segundo Barzelay (2001), a identidade organizacional no setor público é frequentemente associada a valores como transparência, responsabilidade e eficiência na gestão dos recursos públicos. Portanto, as organizações governamentais precisam estar atentas às demandas e expectativas da sociedade para construir uma identidade organizacional sólida e legitimada perante o público.

No entanto, a construção e manutenção da identidade organizacional no setor público enfrenta desafios específicos, incluindo a complexidade da administração governamental e a diversidade de *stakeholders*[1] envolvidos. Segundo Hatch e Schultz (2017), a identidade organizacional no setor público é influenciada por uma variedade de atores, incluindo políticos, funcionários públicos, cidadãos e grupos de interesse. Essa diversidade de perspectivas pode criar desafios para a construção de uma identidade organizacional coesa e unificada, especialmente em organizações governamentais de grande porte e complexidade.

Um exemplo que ilustra essa complexidade é a identidade organizacional do Ministério da Saúde do Brasil. Responsável por formular e implementar políticas públicas de saúde, o Ministério da Saúde busca promover o acesso universal e igualitário aos serviços de saúde, garantindo o direito à saúde como um princípio fundamental da cidadania brasileira. No entanto, a identidade organizacional do Ministério da Saúde é influenciada por uma variedade de atores e interesses, incluindo profissionais de saúde, gestores públicos, organizações não governamentais e a população em geral.

Entende-se, diante do exposto, que a identidade organizacional no setor público desempenha um papel fundamental na definição da cultura e dos valores das organizações governamentais, influenciando diretamente o comportamento dos servidores e a percepção da

[1] Stakeholders são todas as pessoas, empresas ou instituições que têm algum tipo de interesse na gestão e nos resultados de um projeto ou organização, influenciando ou sendo influenciadas – direta ou indiretamente – por ela.

sociedade em relação às instituições públicas. Sua construção e manutenção exigem um esforço conjunto de lideranças, funcionários e *stakeholders* externos, visando promover a coesão e a legitimidade das ações governamentais perante a sociedade.

2.3 IMPACTO DA EDUCAÇÃO CORPORATIVA NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

A Educação Corporativa desempenha um papel significativo na construção e fortalecimento da identidade organizacional no setor público. Por meio de programas educacionais específicos, as organizações governamentais podem promover valores, competências e comportamentos alinhados com sua missão e visão, contribuindo assim para uma cultura organizacional coesa e eficaz.

Nesse sentido, verifica-se que os programas de Educação Corporativa se constituem como instrumentos vivos que se movimentam em conjunto com a identidade da organização. Há em comum entre a maioria desses programas a preocupação de desenvolver eixos estratégicos do desenvolvimento dos empregados, cujo objetivo é a eficácia operacional. Entre os mais difundidos estão:

- **Desenvolvimento de Habilidades Digitais:** Em um mundo cada vez mais digitalizado, os servidores públicos precisam adquirir competências e conhecimentos relacionados à tecnologia da informação e comunicação (TIC's). Isso inclui habilidades do arcabouço da programação, análise de dados, segurança cibernética e uso de ferramentas colaborativas online. Esse tipo de capacitação torna a atuação dos servidores mais eficiente, e por isso essencial, para garantir a a segurança dos serviços públicos no ambiente digital.
- **Liderança e Gestão da Mudança:** Em um ambiente caracterizado por rápidas mudanças e incertezas, os líderes no setor público precisam construir a capacidade de inspirar e motivar suas equipes, promover a inovação e gerenciar de maneira eficaz e inteligente a transformação organizacional, que emerge desafiadora. Programas de educação corporativa que capacitam os líderes a desenvolverem essas habilidades são fundamentais para garantir o sucesso das organizações governamentais no enfrentamento dos desafios deste presente século XXI.
- **Cultura de Aprendizado Contínuo:** Promover uma cultura de aprendizado contínuo e colaborativo é crucial para garantir a adaptação e a inovação no setor público.

Investimento em iniciativas educacionais como mentorias, comunidades de prática e programas de intercâmbio de conhecimento podem ajudar a criar um ambiente organizacional que valoriza a aprendizagem, a experimentação e a colaboração entre os servidores públicos.

- **Ética e Integridade:** Em um contexto de crescente demanda por transparência e *accountability*[2], é importante promover valores éticos e de integridade entre os servidores públicos. Programas de educação corporativa que orbitam em torno da ética, *compliance*[3] e governança são diferenciais para fortalecer a confiança da sociedade nas instituições governamentais e promover uma cultura organizacional baseada em princípios éticos.
- **Inclusão e Diversidade:** Promover a inclusão e a diversidade no ambiente de trabalho é essencial para construir uma identidade organizacional que reflita a pluralidade da sociedade. Ações de educação que fomentam essa matéria, desdobrando-se ainda nas questões de diversidade cultural, equidade de gênero e inclusão de pessoas com deficiência são vitais para garantir um ambiente de trabalho inclusivo e acolhedor para todos os servidores.

Segundo Teixeira (2005), o conteúdo dos cursos propostos pela Educação Corporativa deve abranger uma educação geral humanística, o desenvolvimento de uma visão sistêmica, estratégica, crítica, criativa, ética e o conhecimento dos atuais modelos de gestão de pessoas e de negócios.

Nesse mesmo entendimento, Éboli (2015), pontua que a Educação Corporativa no setor público não se limita à transmissão de conhecimentos técnicos, mas também engloba o desenvolvimento de competências comportamentais e gerenciais. Essa abordagem abrangente permite que os servidores públicos não apenas adquiram habilidades técnicas necessárias para suas funções, mas também internalizem os valores e princípios que orientam o funcionamento da instituição. Esse aspecto aponta para a construção de uma cultura organizacional comprometido com a célere e eficiente resposta às demandas do público e com o resultado geral.

[2] Accountability é um termo inglês utilizado para descrever as práticas relacionadas à prestação de contas. O conceito também tem um entendimento mais amplo, sendo muitas vezes utilizado como sinônimo de controle, responsabilidade, transparência e fiscalização.

[3] Compliance, é o conjunto de procedimentos e regras que tem como objetivo manter a organização em linha com as normas vigentes, sejam elas legais ou internas. Para ser bem-sucedido, um programa de compliance precisa ter a adesão de todos os colaboradores da empresa e integrar a cultura organizacional.

2.3.1 Educação Corporativa e Cultura Organizacional Orientada para Resultados

Os programas de Educação Corporativa protagonizam um papel fundamental na criação de uma cultura organizacional voltada para os resultados da organização. Afinal, a aprendizagem é mola propulsora que torna as organizações mais competitivas e por isso, mais eficientes. Assim, o conhecimento é um dos ativos mais importantes de qualquer organização. Além de promover valores, desenvolvem comportamentos e práticas que impulsionam o alcance de metas e objetivos corporativos.

Um dos principais pilares que suportam a cultura organizacional voltada para resultados é o alinhamento dos colaboradores com os objetivos estratégicos da empresa. Seus desdobramentos e contextualização articulados contribuem para que os colaboradores possam compreender claramente as metas da organização e seu papel na contribuição para alcançá-las. Isso cria um senso de propósito e engajamento entre os colaboradores, que se tornam mais motivados e dedicados a alcançar os resultados desejados. Por meio de treinamentos específicos e programas de desenvolvimento profissional, os colaboradores podem adquirir as competências técnicas e comportamentais necessárias para realizar suas tarefas de forma eficiente e eficaz.

Nessa mesma tônica, destaca-se a promoção de uma cultura de excelência e melhoria contínua. Através de programas de educação corporativa que incentivam a inovação, criatividade e busca pela excelência, as empresas podem criar um ambiente onde os colaboradores se sintam encorajados a buscar constantemente melhores maneiras de fazer as coisas e a superar desafios. Isso não apenas impulsiona a produtividade e eficiência, mas também promove uma mentalidade de crescimento e aprendizado dentro da organização.

Por fim, é importante salientar a comunicação eficaz como elemento crucial na criação de uma cultura organizacional orientada para resultados. Por meio de programas de educação corporativa que promovem habilidades de comunicação, feedback construtivo e trabalho em equipe, as empresas podem melhorar a colaboração e coordenação entre os departamentos e indivíduos, facilitando a consecução dos objetivos organizacionais.

2.3.2 A Educação Corporativa e o Ambiente Virtual de Aprendizagem

O advento das tecnologias digitais aliados aos programas de educação corporativa tornam as ações de educação ainda mais difundidos no seio das organizações através dos

Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA). Sua capacidade de interconectar as pessoas e sistematizar o conhecimento, desempenhando um papel central no pleito de capacitação profissional dos colaboradores. Em outras palavras, o AVA não é apenas uma plataforma digital que permite o acesso a materiais educacionais, mas também, um ambiente onde a interação entre alunos e instrutores torna-se possível.

A Educação Corporativa, por sua vez, refere-se ao conjunto de estratégias e práticas adotadas pelas empresas para promover o aprendizado contínuo e o desenvolvimento de habilidades de seus colaboradores, alinhados aos objetivos organizacionais. A integração do AVA nesse contexto permite ampliar o alcance e a eficácia dos programas de educação corporativa de várias maneiras:

- **Acesso Remoto e Flexibilidade**: O AVA proporciona aos colaboradores a oportunidade de acessar o conteúdo educacional de qualquer lugar e a qualquer momento, eliminando barreiras geográficas e de tempo. Isso permite que os colaboradores aprendam no próprio ritmo e ajustem seus horários de estudo de acordo com suas necessidades individuais e profissionais.
- **Variedade de Recursos Educacionais**: No AVA, é possível disponibilizar uma ampla gama de recursos educacionais, como vídeos, textos, infográficos, *podcasts* e simuladores interativos. Isso enriquece a experiência de aprendizado, tornando-a mais dinâmica, engajadora e adaptada às preferências de aprendizagem dos colaboradores.
- **Interatividade e Colaboração**: O AVA permite a interação entre os colaboradores e instrutores por meio de fóruns de discussão, salas de chat e grupos de estudo online. Isso facilita a colaboração, troca de conhecimento e construção coletiva de aprendizado, promovendo uma cultura organizacional baseada na cooperação e compartilhamento de experiências.
- **Acompanhamento e Avaliação:** O AVA possibilita o acompanhamento do progresso dos colaboradores por meio de ferramentas de análise e relatórios. Os gestores podem monitorar o desempenho dos colaboradores, identificar áreas de melhoria e oferecer suporte personalizado conforme necessário. Além disso, o AVA facilita a aplicação de avaliações e feedbacks para avaliar o aprendizado e promover a melhoria contínua.
- **Customização e Personalização:** O AVA oferece a possibilidade de personalização do conteúdo educacional de acordo com as necessidades específicas da empresa e dos colaboradores. É possível desenvolver cursos e programas de treinamento sob medida,

adaptados aos objetivos estratégicos da organização e às competências requeridas para o sucesso profissional.

Em resumo, a integração da Educação Corporativa com o AVA oferece uma série de vantagens e oportunidades para as empresas e seus colaboradores. Ao utilizar o AVA como uma ferramenta estratégica para promover o aprendizado contínuo, desenvolvimento de habilidades e engajamento dos colaboradores, as empresas podem fortalecer sua cultura organizacional, impulsionar o crescimento e a inovação, e alcançar melhores resultados no mercado competitivo.

Compreende-se diante disso, que a educação corporativa pode ajudar a fortalecer a liderança e a gestão eficaz dentro da organização. Líderes e gestores bem treinados são essenciais para motivar, inspirar e orientar suas equipes na direção dos resultados desejados. Programas de desenvolvimento de liderança podem equipar os líderes com as habilidades e conhecimentos necessários para liderar com sucesso suas equipes e assim, alcançar os objetivos e transmitir à sociedade uma característica funcional e eficiente.

Por todo o exposto, concebe-se que a promoção de um ambiente conectado com às tendências acima, possibilita uma atmosfera onde os colaboradores estão motivados, engajados e capacitados para alcançar os resultados desejados.

A adoção de tecnologias educacionais também pode ampliar o impacto da Educação Corporativa na construção da identidade organizacional no setor público. Segundo Lima e Silva (2018), a utilização de plataformas de aprendizagem online, cursos virtuais e recursos de Educação à Distância (EaD), permite que as organizações governamentais alcancem um número maior de servidores, independentemente de sua localização geográfica. Isso possibilita uma padronização mais eficaz dos programas educacionais e uma disseminação mais ampla dos valores e princípios institucionais.

Um exemplo prático do impacto da Educação Corporativa na construção da identidade organizacional no setor público é o Programa de Formação Continuada da ENAP. Por meio deste programa, a ENAP oferece uma variedade de cursos e capacitações destinados a servidores públicos de todo o país, abordando temas como ética, liderança, gestão de pessoas e políticas públicas. Esses cursos são projetados não apenas para desenvolver habilidades técnicas, mas também para promover os valores de integridade, responsabilidade e excelência no serviço público, contribuindo assim para a construção de uma identidade organizacional forte e positiva.

Outrossim, a Educação Corporativa no setor público pavimenta um firme caminho rumo às mudanças e à promoção da inovação no seio das organizações. De acordo com Almeida, Silva e Vieira (2018), os programas educacionais podem capacitar os servidores para enfrentar os desafios emergentes e aproveitar as oportunidades de melhoria e modernização dos serviços públicos. Isso contribui para uma identidade organizacional mais dinâmica e adaptável, capaz de responder à eficiência operacional das organizações públicas requerida pela sociedade.

Portanto, conclui-se, nesse sentido, que a Educação Corporativa tem um impacto significativo na construção da identidade organizacional no setor público, promovendo valores, competências e comportamentos alinhados com a missão e visão das organizações governamentais. A utilização de tecnologias educacionais pode ampliar esse impacto, permitindo uma disseminação mais eficaz dos programas educacionais e uma adaptação mais ágil às mudanças no ambiente organizacional.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa segue uma abordagem dedutiva qualitativa, com uso de pesquisa bibliográfica e descritiva. A pesquisa bibliográfica utilizou a palavra-chave educação corporativa, com base em autores como Éboli (2004), Machado; Ferreira (2019), Santos; Chinelato (2017) e Amaral (2017). Já a pesquisa descritiva foi realizada através de pesquisa no Ambiente Virtual da Aprendizagem e no Plano de Educação Corporativa dos Correios (PEC), onde foram observadas o modo como as ações de educação se desdobram, em aderência aos objetivos estratégicos da empresa.

A escolha por esta abordagem se justifica pela necessidade de compreender detalhadamente a implementação e os impactos da Educação Corporativa no setor público, com ênfase no estudo de caso da Universidade Corporativa dos Correios (UniCorreios).

Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica abrangente, com o objetivo de contextualizar o tema da Educação Corporativa no setor público e identificar as principais teorias, conceitos e práticas relacionadas. Esta etapa permitiu fundamentar teoricamente a pesquisa e embasar a análise dos dados coletados.

Em seguida, foi conduzida uma pesquisa junto ao Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) da UniCorreios, a fim de coletar dados qualitativos sobre a estrutura, funcionamento, impactos e desafios da Universidade Corporativa dos Correios. O instrumento de coleta de dados utilizado foi a análise de documental do Plano de Educação Corporativa, página da UniCorreios e a configuração dos cursos dentro do ambiente virtual de aprendizagem.

Deste modo, realizou-se a análise documental do Plano de Educação desenvolvido pela UniCorreios, observando sua relação com a identidade organizacional. Essa análise forneceu insights adicionais sobre a história, evolução e estratégias da UniCorreios, contribuindo para uma compreensão mais completa do caso estudado.

Os dados qualitativos obtidos por meio de análise documental foram analisados utilizando técnicas de análise de conteúdo, com o objetivo de identificar padrões e tendências relevantes relacionados à implementação e impactos da Educação Corporativa no setor público, especialmente no caso da UniCorreios.

Por fim, os resultados foram interpretados à luz do referencial teórico, possibilitando a elaboração de conclusões e recomendações que contribuam para o avanço do conhecimento sobre o tema e para o aprimoramento das práticas de Educação Corporativa no setor público brasileiro.

4 ESTUDO DE CASO: UNIVERSIDADE CORPORATIVA DOS CORREIOS (UNICORREIOS)

A Universidade Corporativa dos Correios (UniCorreios), é uma iniciativa educacional implementada pelos Correios, empresa estatal brasileira responsável pelo serviço postal. Sua criação remonta ao ano de 2002, quando os Correios perceberam a necessidade de investir na capacitação e desenvolvimento de seus colaboradores para enfrentar os desafios do mercado postal em constante evolução. Desde então, a UniCorreios tem desempenhado um papel crucial na formação profissional e na promoção do conhecimento entre os funcionários da empresa.

O Plano de Educação Corporativa (PEC), vigente é de 2022 e foi desenvolvido a partir da observação de instrumentos importantes, como: Planejamento estratégico dos Correios (2022-2026); cadeia de valor; Fundamentos técnicos e práticos da Educação Corporativa; gestão por competências; e gestão do conhecimento. Se relacionam diretamente com: a vinculação aos objetivos, às estratégias, aos projetos viabilizadores, aos processos prioritários e aos processos viabilizadores; à matriz de competências; o atendimento às exigências legais obrigatórias; à construção colaborativa, com atuação conjunta da UniCorreios e as áreas sistêmicas; ao alinhamento ao planejamento orçamentário e de contratações; ao alinhamento e desdobramento às Superintendências Estaduais, dentre outros.

4.1 PLANO DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA NA PRÁTICA.

O Plano de Educação Corporativa é implementado por meio de uma variedade de programas de treinamento, cursos, workshops e atividades educacionais, tanto presenciais quanto online. A UniCorreios utiliza o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) como uma ferramenta central para oferecer treinamentos e recursos educacionais aos colaboradores, proporcionando-lhes acesso flexível ao conteúdo educacional e promovendo a aprendizagem contínua. Nesses termos, desempenha um papel fundamental na construção e fortalecimento da identidade corporativa dos Correios. Ao oferecer programas de educação e capacitação alinhados com os valores e objetivos da empresa, a universidade corporativa contribui para promover uma cultura organizacional coesa e alinhada com a missão dos Correios. As ações contemplam desde os empregados próprios aos terceirizados e se desdobram em centenas cursos, mini cursos e treinamentos, em suas diversas modalidades. Todas são trabalhadas sobre as orientações de capacitação diversas, por exemplo:

a) Capacitações previstas nas Normas Regulamentadoras e no eSocial (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA; Equipamentos de Proteção Individual - EPI etc.);
b) Capacitações do Operador de Equipamento de Segurança Postal- OESP;
c) Capacitações em cumprimento ao Termo de Ajuste de Conduta, TAC Acessibilidade firmado entre os Correios e o Ministério Público Federal- MPF (Aprendendo Libras como Segunda Língua; Atendimento à Pessoa com Deficiência);
d) d) Capacitações em Compliance, Ética e Gestão de Riscos em acordo com o Plano Anual de Compliance e Gestão de Riscos - PACRI (Conduta Íntegra; Ética é para todos; Conhecimento Expresso: Empresa íntegra; Compliance Concorrencial; Cibersegurança e Lei Geral de Proteção de Dados e EAD Gerenciamento de Riscos.)

4.1.1 Modalidades de ações de educação corporativa

As ações de educação são desenvolvidas através de várias modalidades, a saber: EaD, presencial, semipresencial, interno e externo. A principal delas que fomenta o autodesenvolvimento é a EaD. O AVA da UniCorreios distribui essas ações em quatro principais eixos: Liderança, Negócios, Suporte e Fundamental.

Além das ações educativas através do AVA, há outras modalidades bastante usual em toda a empresa. É o chamado TLT, treinamento em local de trabalho, que dura apenas uma hora e visa capacitar os empregados em algum assunto relevante. A carga horária é registrada, para

fins de avaliação de desempenho. Para aquisição de conhecimentos e habilidades mais específicas, há as Trilhas Operacionais, que é um compilado de cursos, geralmente com carga horária acima de 20h. A empresa também promove o desenvolvimento dos empregados através de cursos externos de graduação e pós-graduação, além de eventos externos que estrategicamente possam somar às habilidades requeridas para atuação na organização.

Figura 1 - Ambiente do AVA da UniCorreios

Por todo o exposto, verifica-se que o Plano de Educação Corporativa dos Correios (PEC), desempenha um papel fundamental na construção da identidade corporativa da empresa e na consolidação de uma cultura organizacional de sucesso. Ao alinhar os programas de treinamento e desenvolvimento com os valores, missão e visão da empresa, os Correios reforçam sua identidade como uma instituição comprometida com a excelência, eficiência e inovação no serviço postal.

Em primeiro lugar, o plano de educação corporativa dos Correios promove uma cultura de aprendizado contínuo e desenvolvimento profissional entre os colaboradores. Ao oferecer uma ampla gama de cursos e programas de capacitação, os Correios demonstram seu compromisso em investir no crescimento e desenvolvimento de seus funcionários, promovendo uma cultura de excelência e melhoria contínua. Enfatizando valores fundamentais da empresa, como ética, integridade e compromisso com o serviço público. Os programas de treinamento abordam temas relacionados à ética profissional, *compliance* e responsabilidade social, contribuindo para fortalecer a reputação e a imagem dos Correios como uma empresa confiável e transparente. Exemplos de cursos:

- **Gestão por Competências dos Correios**

Carga Horária: 16h

Atualizado em: 21/12/2022

Objetivos: Reconhecer os conceitos, metodologias e práticas propostos pelo Modelo de Gestão por Competências dos Correios.

Público-alvo: Todos os empregados.

Palavras-chave: Competências, Gestão de Pessoas, Técnicas, Liderança.

- **Aprendendo Libras como Segunda Língua - Nível Básico**

Carga Horária: 16h

Atualizado em: 07/01/2014

Objetivos: Capacitar os empregados na utilização dos recursos básicos da Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS, como forma de promoção do acesso à informação para pessoas surdas ou com deficiência auditiva.

Público-alvo: Todos os empregados.

Palavras-chave: Acesso à informação; LIBRAS; Expressão corporal.

- **Agenda Ambiental na Administração Pública**

Carga Horária: 20h

Atualizado em: 21/05/2024

Objetivos: Este curso tem como objetivo capacitar gestores e servidores públicos para a implementação do Programa Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P em suas instituições, assim como capacitar e sensibilizar a população em geral em temáticas relacionadas à gestão socioambiental.

Público-alvo: Gestores e servidores de instituições públicas que tenham interesse em aderir à A3P ou que já possuem adesão à A3P, além de qualquer cidadão que queira aprofundar seu conhecimento sobre o programa A3P e seus eixos temáticos.

Palavras-chave: Agenda Ambiental na Administração Pública; A3P; redução de emissão de gases do efeito estufa; (GEE); atmosfera; ecológica; de veículos; descarte; sustentabilidade; Ministério do Meio Ambiente - MMA; responsabilidade socioambiental;

Competências: Técnicas - Identifica impactos ambientais e sociais.

6 RESULTADOS E TENDÊNCIAS

Diante do exposto, verifica-se que o Plano de Educação Corporativos dos Correios (PEC), possui diretrizes bem firmadas junto aos objetivos estratégicos da Empresa. Mantendo

vínculo com toda a cadeia de valor e em pleno atendimento aos normativos legais que instrumentalizam a ação pública junto a sociedade. Nesse sentido, a UniCorreios se consolida como como ferramenta na construção colaborativa do conhecimento inerentes às áreas, aonde o planejamento estratégico é desdobrado.

Quadro 1 - Quadro analítico da UniCorreios

CARACTERÍSTICAS	PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
Abrangência Nacional	Fácil acesso	Distanciamento da socialização de conhecimentos.
Técnica	Prepara os empregados dentro das necessidades da empresa.	Falta de normativo que torne os conteúdos afins, válidos para estudos regulares. (curso técnico, pós graduação, etc).
Alinhada com a identidade organizacional.	Dissemina o conhecimento de forma linear para todos os empregados.	Pode sofrer impactos em virtude dos reflexos políticos.
Diversa	Possibilidade de uma formação para além do trabalho.	Falta de uma sistemática que possibilite os empregados a fazerem seu próprio percurso de auto desenvolvimento

Fonte: Elaboração própria (2024).

Nesses termos concebe-se que a UniCorreios desempenha um papel importante papel formativo não apenas para a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT), mas para a sociedade de modo geral. Uma vez que seus mais de 88 mil empregados distribuídos por toda a federação, recebem frequentemente, informações e conhecimento de qualidade que refletem no relacionamento interno e externo. Entregando à sociedade um serviço público digno, contribuindo com a economia e com a construção de instituições que representam o povo brasileiro, como é o caso da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT).

Pela importância dos conteúdos ministrados, seria de grande valia para os alunos da UniCorreios, ter a carga horária contabilizada e aproveitada em cursos técnicos e/ou superiores. Traria incentivo à continuidade da busca pelo conhecimento que deve ser uma constante, e agrega valor às organizações e à sociedade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do estudo, ficou evidente como a UniCorreios desempenha um papel crucial na formação e capacitação dos colaboradores dos Correios, promovendo uma cultura de aprendizado contínuo e alinhando-se aos valores e objetivos da empresa. Através de seu plano de educação corporativa abrangente, a UniCorreios tem fortalecido a identidade corporativa dos Correios, reforçando sua reputação como uma instituição comprometida com a excelência, eficiência e inovação.

Verifica-se ainda que os programas de educação corporativa, tendem a buscar uma formação mais holística para os seus empregados. Essa perspectiva, visa aproximar as organizações do seu público alvo e aperfeiçoar o seu relacionamento com a sociedade.

Considera-se, portanto, que a UniCorreios serve como um modelo inspirador para outras organizações do setor público, demonstrando como é possível promover uma cultura de aprendizado e desenvolvimento mesmo em ambientes governamentais. Seu uso eficaz de tecnologia e recursos educacionais destaca-se como uma abordagem progressiva para o desenvolvimento de pessoal e melhoria dos serviços públicos.

Concluí-se que, a Educação Corporativa desempenha um papel fundamental na construção da identidade organizacional e na promoção de uma cultura de sucesso dentro das organizações. Ao investir no desenvolvimento de seus colaboradores, as empresas, incluindo as do setor público, podem fortalecer sua posição no mercado, alcançar melhores resultados e atender às expectativas de seus *stakeholders*. A UniCorreios representa um exemplo inspirador desse potencial, destacando a importância contínua da Educação Corporativa no cenário organizacional contemporâneo.

REFERENCIAS

ABRUCIO, Fernando Luiz. Os avanços e os dilemas do modelo pós-burocrático: a reforma da administração pública à luz da experiência internacional contemporânea. *In*: BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos; SPINK, Peter (org.). **Reforma do Estado e administração pública gerencial**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 157-180.

ALMEIDA, João; SILVA, Pedro; VIEIRA, Ana. Educação corporativa e desenvolvimento organizacional: Um estudo de caso no setor público. **Revista de Gestão Pública**, v. 24, n. 2, p. 87-110, 2018.

AMARAL, R. **A Educação Corporativa como Instrumento Estratégico no Desenvolvimento Organizacional**: Um Estudo de Caso no Setor Público. 2017. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

BARZELAY, Michael. **A Nova Gestão Pública**: Melhorando a Pesquisa e o Diálogo Político. Berkeley: University of California Press, 2001.

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

FLEURY, M. T. L.; OLIVEIRA JR., M. de M. (org.). **Gestão Estratégica do Conhecimento**: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2001.

HATCH, Mary Jo; SCHULTZ, Majken. **A teoria da identidade organizacional**: Dinâmica cultural e simbólica nas organizações contemporâneas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
LIMA, José; SILVA, Maria. A importância da educação corporativa no setor público brasileiro. **Revista Brasileira de Administração Pública**, v. 52, n. 3, p. 123-145, 2018.

MACHADO, D. F.; Ferreira, A. B. A influência da educação corporativa na cultura organizacional: um estudo de caso no setor público. **Revista de Administração Pública**, v. 53, n. 5, p. 942-960, 2019.

PLANO DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA. 2022. Disponível em: https://portalcorreioshom.correios.com.br/educacao-e-cultura/universidade-dos-correios-1/arquivos/plano-de-educacao-corporativa. Acesso em: 16 jul. 2024.

PRATT, M. G.; FOREMAN, P. O. The beauty of and the barriers to organizational theories of identity. **The Academy of Management Journal**, v. 25, n. 1, January, p. 141-143, 2000b.

RUÃO, T. O conceito de identidade organizacional: teorias, gestão e valor. *In*: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (SOPCOM), 2., 2001, Lisboa. **Anais** [...]. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. 2001.

SANTOS, E. M.; Chinelato, R. S. A importância da educação corporativa no setor público: um estudo de caso em uma autarquia federal. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 16, n. 3, p. 339-358, 2017.

TEIXEIRA, G. M. (org.) **Gestão Estratégica de pessoas**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

SCHEIN, Edgar H. **Cultura Organizacional e Liderança**. 3.ed. São Francisco: Jossey-Bass, 2006.

SCHEIN, Edgar H. Comming to a new awareness of Organizational Culture. **Sloan Management Review Winter**, Massachusetts Institute Tecnology.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina**. 14. ed. São Paulo: Best Seller, 2003.

MINI CURRÍCULO E CONTRIBUIÇÕES AUTORES

TITULO DO ARTIGO	**EDUCAÇÃO CORPORATIVA**: SUA IMPORTÂNCIA PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL NO SETOR PÚBLICO: UM ESTUDO DE CASO A PARTIR DA UNICORREIOS – UNIVERSIDADE CORPORATIVA DOS CORREIOS
RECEBIDO	16/07/2024
AVALIADO	09/09/2024
ACEITO	01/04/2025

AUTOR 1	
PRONOME DE TRATAMENTO	Sr.
NOME COMPLETO	Moisés Batista Ribeiro
INSTITUIÇÃO/AFILIAÇÃO	Universidade do Estado da Bahia - UNEB
CIDADE	Barreiras
ESTADO	Bahia
PAÍS	Brasil
RESUMO DA BIOGRAFIA	Graduando em Administração Pública pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Graduação em Pedagogia (2011). Pós-graduação em Educação a Distância pela mesma universidade.
CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES NO ARTIGO	Pesquisa e escrita.
AUTOR 2	
PRONOME DE TRATAMENTO	Sra.
NOME COMPLETO	Reginilde Cezar dos Santos Mendes
INSTITUIÇÃO/AFILIAÇÃO	Universidade do Estado da Bahia - UNEB
CIDADE	Barreiras
ESTADO	Bahia
PAÍS	Brasil
RESUMO DA BIOGRAFIA	Graduanda em Bacharelado em Administração Pública pela Universidade Estadual da Bahia: Bacharel em Direito pela Faculdade São Francisco de Barreiras/BA (2006). Pós Graduada em Direito Civil e Processual Civil Faculdade São Francisco de Barreiras/BA (2006). Servidora do Tribunal de Justiça da Bahia desde 1989 – 1ª Lotação Cartório de Registro Civil das Pessoas Naturais – no cargo de Escrevente de Cartório. 2ª Lotação (2003): Oficial de Registros Públicos no Cartório de Registro Civil das Pessoas Naturais.3ª Lotação (2012) Analista Judiciário lotada na 1ª Vara Criminal de Barreiras, no cargo de Assessor de Juiz da 1ª Vara Criminal. Experiência na área de Direito, com ênfase em Direito Penal e Processual Penal.
CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES NO ARTIGO	Análise e formatação ABNT.

AUTOR 3	
PRONOME DE TRATAMENTO	Sra.
NOME COMPLETO	Márcia Mazza
INSTITUIÇÃO/AFILIAÇÃO	Universidade do Estado da Bahia - UNEB
CIDADE	Salvador
ESTADO	Bahia
PAÍS	Brasil
RESUMO DA BIOGRAFIA	Doutorando e Mestre em Educação e Contemporaneidade pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Especialista em Administração de Recursos Humanos pela Fundação Visconde de Cairu. Graduada em Administração pela Universidade Católica do Salvador e Licenciada em Matemática pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora da UNEB e Coordenadora do Núcleo de Tutoria da Unidade Acadêmica de Educação a Distância (UNEAD/UNEB).
CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES NO ARTIGO	Orientação e revisão.

Endereço de Correspondência dos autores	**Autor 1:** mobari_@hotmail.com **Autor 2:** rcsmendes@tjba.jus.br **Autor 3:** mmazza@uneb.br