



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

---

BRAGA

## Educação a distância e reputação: desafios do ensino superior brasileiro

Dissertação de Mestrado apresentada à  
Universidade Católica Portuguesa para  
obtenção do grau de mestre em **Comunicação  
Digital**.

**Rayssa Araujo Nascimento**

**Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais**

OUTUBRO 2019



CATÓLICA  
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

---

BRAGA

## Educação a distância e reputação: desafios do ensino superior brasileiro

Dissertação de Mestrado apresentada à  
Universidade Católica Portuguesa para  
obtenção do grau de mestre em **Comunicação  
Digital**.

**Rayssa Araujo Nascimento**

Sob a Orientação da Prof.<sup>a</sup> Doutora **Emília Simão**

## **RESUMO**

O ensino a distância nasceu da necessidade de diminuir as barreiras geográficas e da exigência de preparo profissional, buscando então, metodologias de ensino alternativas ao modelo tradicional presencial. No Brasil, os primeiros cursos oferecidos a distância foram por correspondência, evoluindo juntamente com a tecnologia, sendo posteriormente oferecidos via rádio, depois via televisão, até chegar nos dias atuais no computador, por meio da internet e dos ambientes virtuais de aprendizagem. O avanço dos meios de comunicação e das tecnologias da informação proporcionou a evolução deste modelo de ensino que se desenvolveu exponencialmente nos últimos anos, até levar nos dias de hoje, o ensino superior à casa dos brasileiros. Diante de tamanha proporção ganha pelo ensino superior a distância brasileiro nos últimos anos, o presente estudo visa discorrer sobre sua trajetória, desafios e vitórias com o objetivo de analisar de que forma a sua reputação, ou seja, a sua imagem vem se construindo perante a sociedade. Considera-se que ao romper com um paradigma de uma educação tradicional e ao valorizar uma estrutura formativa, onde o processo de construção da educação seja, sim de qualidade, mas muito mais inclusivo e acessível para o povo brasileiro, pode-se sim, transformar um país.

**Palavras-chave:** Educação a distância, Reputação, Ensino Superior, Ambientes Virtuais de Aprendizagem.

## **ABSTRACT**

Distance studying has born from the necessity of diminishing the geographic barriers and the demand of professional preparation, searching for teaching methodologies alternative from the traditional face-to-face model. In Brazil, the first degrees in distance studying were set by mail, evolving and-in-and with technology, being presented by Radio, followed by TV, until it reached nowadays by computer, using the Internet or virtual learning environments. The progress of social media and the informational technology allowed the evolution of this teaching method which developed exponentially over the last years, bringing nowadays University education to the home of Brazilians. Due to the high proportions of distance studying in brazil over the last years, the present study aims to speak of its trajectory, challenges and victories with the goal to analyze the way its reputation, meaning, their image, towards society. By breaking the paradigm of traditional education and by valuing an educational structure, where the process of building education is of high standards but much more inclusive and accessible for the Brazilian people, we can transform a Country.

**Keywords:** Distance Studying; Reputation; University Education; Virtual Learning Environments.

**Nota: Salienta-se que este estudo foi escrito sob as regras do mais recente acordo ortográfico que rege a Língua Portuguesa em sua variante brasileira, o Português Brasileiro.**

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço primeiramente ao meu eu de dois anos atrás, de 23 anos, por ter tido a garra e a coragem de atravessar um oceano e largar, até a minha própria identidade e quem eu era, para realizar os meus sonhos nessa viagem ao desconhecido. Mas eu nada seria e nem teria feito sem o apoio da minha família, amigos do Brasil, do meu noivo e futuro marido, Diogo, e dos poucos e bons amigos daqui que me ajudaram a me manter no foco para finalizar mais esse ciclo. Este mestrado foi acima de tudo uma experiência de vida, significou mudança, saudade, solidão, mas principalmente força e obstinação. Obrigada ao universo e a sua imensa energia por me permitir viver tudo isso!

# Índice

<b>1. Introdução</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Enquadramento teórico</b>	<b>13</b>
1.1.1 Conceitos de educação a distância	19
<b>1.2 Abordagem metodológica</b>	<b>21</b>
1.2.1 Questões de investigação	22
1.2.2 Metodologias de investigação	22
1.2.3 Dados necessários face às questões de investigação	24
1.2.4 Campo empírico e seleção de fontes e ferramentas	25
<b>1.3 Processo de análise</b>	<b>26</b>
<b>1.4 Organização da dissertação</b>	<b>26</b>
<b>2. Revisão da Literatura</b>	<b>27</b>
<b>2.1 Métodos de ensino, conhecimento e aprendizagem no ensino superior</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Ferramentas e abordagens do ensino superior a distância</b>	<b>31</b>
<b>2.3 Papéis do professor vs tutor</b>	<b>34</b>
<b>2.4 Métodos, materiais e ferramentas do ensino a distância</b>	<b>38</b>
<b>2.5 Comunicação no Ensino Superior a distância</b>	<b>43</b>
<b>2.6 Histórico da Educação a distância</b>	<b>47</b>
2.6.1 Trajetória do modelo a distância no mundo	48
2.6.2 Trajetória do EaD no Brasil	50
2.6.3 A regulamentação do EaD no Brasil	54
2.6.4 Universidade Aberta do Brasil	57
<b>2.7 A reputação e seus norteadores</b>	<b>59</b>
2.7.1 Conceitos de reputação corporativa	59
2.7.2 A reputação corporativa no mundo	61
2.7.3 A reputação corporativa no Brasil	63
2.7.4 A reputação corporativa nos últimos 20 anos	66
2.7.5 Identidade e imagem	68
2.7.6 A reputação como função estratégica nas organizações	70
<b>3. Apresentação e Análise de dados: reputação da educação superior a distância no Brasil</b>	<b>75</b>
<b>3.1 Questionários</b>	<b>75</b>
<b>3.2 Entrevistas</b>	<b>78</b>
<b>3.3 Pesquisa de Campo</b>	<b>78</b>
<b>3.4 Apresentação dos resultados</b>	<b>80</b>
3.4.1 Apresentação dos resultados: Questionários	81
3.4.2 Apresentação dos resultados: Entrevistas	98
3.4.3 Apresentação dos resultados: Pesquisa de Campo	99
<b>3.5 Análise geral: reputação do ensino superior a distância brasileiro</b>	<b>102</b>

<b>4. Considerações Finais</b>	<b>106</b>
<b>Referências Bibliográficas:</b>	<b>110</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>123</b>
Apêndice I	123
Apêndice II	129
Apêndice III	138
<b>ANEXOS</b>	<b>140</b>
Anexo I	140
Anexo II	147

## Índice de Figuras

Figura 1 - “Estar Junto Virtual” .....	18
Figura 2 - Competências do tutor .....	36
Figura 3 - As gerações de educação a distância .....	50
Figura 4 - Estrutura da reputação .....	71

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Número de matrículas em cursos de graduação, por modalidade de ensino: Brasil (2006-2016).....	54
Gráfico 2 - Categoria organizacional.....	82
Gráfico 3 - Tempo de atuação.....	83
Gráfico 4 - Faixa etária.....	83
Gráfico 5 - Gênero.....	84
Gráfico 6 - Escolha curso EaD.....	85
Gráfico 7 - Profissionais EaD x Presencial.....	86
Gráfico 8 - Diferença profissionais.....	87
Gráfico 9 - Avaliação ensino superior EaD.....	88
Gráfico 10 - Aluno ou ex-aluno ensino superior EaD.....	89
Gráfico 11 - Tipo de curso.....	90
Gráfico 12 - Motivo escolha modelo EaD.....	91
Gráfico 13 - Gênero.....	92
Gráfico 14 - Faixa etária.....	93
Gráfico 15 - Problemas mercado de trabalho.....	94
Gráfico 16 - Avaliação Experiência EaD.....	95
Gráfico 17 - Reputação ensino superior EaD.....	96
Gráfico 18 - Indicação curso EaD.....	97
Gráfico 19 - Como melhorar experiência do aluno.....	98

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 - Variação da terminologia do ensino a distância.....	21
Tabela 2 - Resumo Modelo de análise .....	23
Tabela 3 – Comparativo entre as funções do tutor e do professor.....	35

## **Índice de Siglas**

ABED - Associação Brasileira do Ensino a Distância

AVA - Ambientes Virtuais de Aprendizagem

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CEAD - Centro Nacional de Educação a distância

CI- Conceito Institucional

DVD-ROM - Digital Versatile Disc - Read Only Memory

EaD - Ensino / Educação a Distância

ENADE - Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

FAQ - Frequent Ask Question

FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

FNDE - Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação

IES - Instituições de Ensino Superior

Inaf - Indicador de Alfabetismo Funcional

ISDN - Integrated Services Digital Network Rede Digital de Serviços Integrados

LDB - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

Moodle - Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment

ONG - Organização Não Governamental

OU - Open University

PDI - Plano de Desenvolvimento Institucional

PPC - Projeto Pedagógico do Curso

SEED - Secretaria de Educação a distância

SEMESP - Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SESC Serviço Social do Comércio

Sinaes -Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

TIC - Tecnologias da Informação e Comunicação

UAB - Universidade Aberta do Brasil

UniCesumar - Centro Universitário de Maringá

Unimar - Universidade de Marília

UniRede - Rede de Educação Superior a Distância

Unopar - Universidade Norte do Paraná

## 1. Introdução

A educação a distância, modalidade de educação que se tornou efetiva e popularizada por meio do desenvolvimento de tecnologias da informação e comunicação, é de fato uma prática educativa, ou seja, de interação pedagógica, tendo como principais objetivos romper com barreiras geográficas e levar a educação além dos limites dos grandes centros.

O Brasil, no ano de 2005 revelava um índice de envolvimento bruto no ensino superior consideravelmente abaixo da média de países desenvolvidos e abaixo até mesmo, da média da América Latina (World Bank, 2018). Apesar de atualmente ainda apresentarmos índices educacionais abaixo do de países desenvolvidos, em apenas onze anos, o país dobrou o número de matrículas no ensino superior, que passou de 4,57 milhões em 2005 para 8,05 milhões no ano de 2016 (Inep, 2018). A evolução apresentada pelo país ultrapassou a média internacional e uma parcela significativa desse crescimento se deu graças ao avanço do ensino a distância no ensino superior. Cerca de 40%, ou seja, de 1,5 milhão de matrículas foram advindas de cursos a distância. O ensino superior a distância brasileiro passou de 59,6 matrículas em 2004 para 1,5 milhão em 2016, ainda segundo dados do Inep. Tamanho crescimento no ensino superior a distância e do ensino superior como um todo, deu a população o poder de transformar suas realidades por meio do conhecimento.

O ensino a distância possui um enorme potencial de transformação social, mas será analisar apenas o crescimento suficiente? Apesar do ensino superior a distância, aparentemente, possuir capacidade de se desenvolver exponencialmente, existem muitos questionamentos a respeito da qualidade e comparações com o modelo de ensino presencial, já enraizado na cultura brasileira. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo geral discutir os desafios presentes no ensino superior a distância brasileiro e compreender de que maneira a sua reputação vem se desenvolvendo. Paralelamente, pretende também questionar se a reputação do modelo a distância é ou não um fator condicionante para o seu desenvolvimento e popularização.

Este estudo assentará nos seguintes objetivos específicos:

- Exibir um breve histórico do ensino a distância no Brasil e no mundo;
- Investigar a dinâmica dos cursos, assim como métodos de ensino e aprendizagem no ensino superior;
- Discorrer sobre seus aspectos positivos e negativos a fim de compreender como o

ensino a distância contribui para a evolução da educação no país;

- Apresentar os papéis e obrigações do professor, do tutor e do aluno;
- Desenvolver uma análise acerca do tema reputação;
- Recolher dados de estudantes, profissionais de recursos humanos e demais públicos envolvidos com o ensino a distância, por meio de questionários, pesquisa de campo e entrevistas, para que se permita analisar como, atualmente, se situa a reputação do ensino superior a distância brasileiro.

A relevância desta temática reside no interesse em examinar a reputação do ensino superior a distância perante a sua aparente expansão veloz e transformadora, e de que forma isso se espelhou na sociedade, ou seja, como o mercado de trabalho recebeu esses 1,5 milhões de estudantes formados até 2016. Porém, parece que o ensino superior a distância vem democratizando o ensino no Brasil como um todo, proporcionando oportunidade de transformação para a vida de milhões de brasileiros. Ao decorrer deste estudo espera-se concluir de que forma a imagem do ensino superior a distância brasileiro vem se construindo no decorrer dos anos, sob a ótica do mundo digital, com seus diversos públicos de interesse.

## **1.1 Enquadramento teórico**

O espaço digital está cada vez mais presente no dia a dia da sociedade moderna, na qual tanto as ligações laborais quanto individuais utilizam e beneficiam dessa atual realidade. O próprio conceito de sociedade em rede está sendo discutido, cada vez com mais frequência por autores de áreas científicas distintas, abordando a função da informação na sociedade contemporânea, sociedade esta que se transformando com a crescente disseminação da informação. São estabelecidas e disseminadas redes características sociais, económicas e políticas, que estão interligadas pela tecnologia e pela informação. As próprias mudanças estruturais da economia mundial são influenciadas e desencadeadas por tais articulações em rede, nas quais a informação e o conhecimento são pilares fundamentais nas dinâmicas laborais e empresariais. A expressão “sociedade em rede” surgiu na década 70 do século XX, com o título de um estudo de Manuel Castells, sociólogo espanhol, que destina sua carreira ao estudo do impacto que as tecnologias então emergentes teriam na economia e na sociedade. Uma das grandes conclusões do estudo (Castells, 2002) indica que as relações humanas passariam a ser, cada vez mais, estabelecidas em ambientes digitais e que a

relevância social de cada indivíduo poderá assim depender dessa sua presença digital.

Segundo Takahashi (2000) o conhecimento tornou-se, nos dias atuais, mais do que no passado, um dos principais responsáveis pela superação de desigualdades, geração de empregos qualificados, agregação de valor como um todo e de disseminação do bem-estar social. A nova situação tem reflexos no sistema econômico e político, a soberania e a autonomia dos países passam mundialmente por uma nova leitura, e sua manutenção - que é essencial - depende nitidamente do conhecimento, da educação e do desenvolvimento científico e tecnológico.

Ao refletirmos as distinções entre as regiões e países no contexto da sua inserção na era da informação e do conhecimento, há duas questões a serem consideradas: por um lado, as disparidades no campo da ciência, inovação e tecnologia entre essas regiões, pelo outro, as desigualdades no acesso às tecnologias da informação - surgindo a designação *digital divide*, (“divisão digital”), formulada pela National Telecommunications and Information Administration ainda na década de 1990 (apud Maciel e Albagli, 2011, p.321).

No que se trata da primeira questão, relacionada com a disparidade entre o Norte e o Sul, é notória a grande concentração de produção de conhecimento no novo mundo, basicamente no que diz respeito ao hemisfério norte do planeta (Maciel e Albagli, 2011).

Para Annan (2003, apud Maciel e Albagli, 2011, p.29), 95% da produção científica atual é criada nos países que possuem apenas um quinto de toda a população do mundo, ou seja, confirmam que há dois mundos científicos que estão em momentos completamente distintos. O autor argumenta ainda que a agenda de pesquisas em ciências e tecnologias é composta por temas que não englobam questões prioritárias da maioria da população do planeta (que se encontra basicamente nos países menos desenvolvidos do hemisfério sul). Os problemas citados e situados entre os dois pólos, no que respeita à informação e ao conhecimento, possuem além de tudo, barreiras de disseminação e difusão entre eles, implicando de certa forma conflitos geopolíticos que podem contribuir para diminuir ou reforçar ainda mais desigualdades entre os países centrais e os semiperiféricos, no sistema de poder mundial (Maciel e Albagli, 2011).

Vale ressaltar que as expressões “redes de informação” e “redes de conhecimento” são conceitos e realidades diferentes, sendo as segundas vistas como as mais hierarquizadas e seletivas, no que se diz respeito à distribuição.

Neste contexto, ocorre a diferenciação entre conhecimento e informação. O

conhecimento, produção e inovação estariam concentrados nos países detentores de uma base científica e educacional mais desenvolvida, o que torna a ideia de transferência de conhecimento e tecnologia algo insustentável, pois o conhecimento é baseado no ato ou efeito de conhecer. É o saber, a instrução e a informação por meio de estudos e experiências. No entanto, a informação é um conjunto de dados estruturados e processados sobre um determinado fenômeno, contexto ou evento. Dessa forma, o conhecimento ocorre, quando a informação é aplicada e quando se há suporte para isso, suporte esse que é reduzido em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.

Pode-se pensar em aprendizado, adaptação e construção de conhecimento, mas o conhecimento, principalmente tecnológico, não se transfere, se desenvolve. Discute-se então que, mais atual e integrado na nossa sociedade do que o conceito de *digital divide*, é o *learning divide* – que faz menção às desigualdades a respeito da aprendizagem (e a acesso à educação) e capacidades de aplicar conhecimento e tecnologia de ponta para solucionar problemas internacionais (Maciel e Albagli, 2011).

Diferentemente da sociedade industrial, atualmente, a sociedade atual adota valores mais humanos em suas relações laborais, sociais e educacionais. Ainda na lógica de Castells (2002), esses valores interferem diretamente no processo de aprendizagem e o nível de conhecimento entre as pessoas se valida como um diferencial importante na contemporaneidade, pois o modelo econômico vigente é informacional, global e em rede. Dessa forma, a qualidade da educação e o nível da apropriação tecnológica de uma sociedade são fatores importantes para medir o seu desenvolvimento.

A adoção de políticas públicas educacionais que disseminem o acesso à educação são formas de multiplicar o acesso à informação e/ou à qualificação profissional. Programas e ofertas de cursos a distância, que vão da graduação à pós-graduação, chamados cursos de especialização *lato sensu*, têm sido uma prática crescente no cenário educacional brasileiro, a partir principalmente, do início do ano 2000. Segundo Moran (1994), o conceito de educação a distância está relacionado com a utilização de recursos tecnológicos e didáticos para mediar a comunicação entre professores e alunos, que estão separados espacial e/ou temporalmente. Deste modo, essa modalidade educacional é responsável por romper com os paradigmas educacionais tradicionais na medida em que torna possível, através das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), estabelecer a relação de ensino e aprendizagem.

Ao iniciarmos a abordagem a respeito da modalidade do ensino a distância é

necessário introduzir a temática das “plataformas digitais”. Uma plataforma digital pode ser definida enquanto unidade durável composta vários elementos que a compõem enquanto estrutura, na qual esses elementos, assim como sua a totalidade, mantêm entre si uma correlação permanente (Passarelli, Oliveira, Ribeiro & Mealha, 2014). Tanto a unidade, quanto a organização e a estrutura, são conceitos-chave inerentes ao conceito de sistema de informação, que também se articulam com o conceito de plataforma digital. Dessa forma uma plataforma digital poder ser definida como:

“(...) base tecnológica concebida e usada humana e socialmente para que se produza, armazene, recupere, dissemine, comunique e transforme o fluxo informacional. A plataforma digital (...) substitui com vantagem o emprego da expressão comum, ainda que bastante vaga, de tecnologia de informação e comunicação, e absorve o conceito de sistema tecnológico ou infraestrutura tecnológica.” (Passarelli, Oliveira, Ribeiro & Mealha, 2014, p.115-116).

O ensino a distância no Brasil se confirma cada vez mais como uma tentativa de democratização do ensino superior, considerando o atual cenário educacional e econômico que se desenvolve no país. Além dos modelos de curso que são oferecidos em sua totalidade na modalidade a distância, grande parte das universidades públicas e particulares utilizam Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA), apenas como apoio às atividades de aula ou para a ministração de algumas disciplinas fazendo uso das TIC, mais precisamente utilizando a plataforma Moodle. Segundo Almeida (2010), tais ambientes de aprendizagem possuem determinadas particularidades importantes que auxiliam em todo o processo de aprendizagem do ensino a distância, nomeadamente:

“Interação multidirecional e multimodal, conexões possíveis de se estabelecer com links internos ou externos aos sistemas, o registro contínuo das produções que podem integrar múltiplas mídias e dos caminhos percorridos pelo aluno ao explorar informações por meio da navegação a-linear, a recuperação instantânea dos registros de qualquer etapa do processo, realização de tantas atualizações quantas forem necessárias, a avaliação da aprendizagem do aluno e do projeto do curso” (Almeida, 2010, p. 92).

O Moodle, acrônimo de "Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment", é um software livre, de apoio à aprendizagem, executado em um AVA. Já para o suporte às universidades públicas, existe o programa Universidade Aberta do Brasil (UAB), um sistema articulador entre o governo federal e entes federativos que apoia instituições públicas de ensino superior a oferecerem cursos de nível superior e de pós-graduação, por meio do uso da modalidade de educação a distância. Segundo o site do portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), este sistema foi criado em 2005, com o objetivo de expandir e interiorizar a oferta de cursos e programas de educação superior

no país.

Registou-se um interesse geral entre governo e instituições de ensino para o desenvolvimento do ensino superior a distância e conseqüentemente, dos AVA. Segundo dados do Inep/MEC (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira / Ministério da Educação) e Hoper Educação, publicados pela revista Veja (2018), até o ano de 2016 cerca de 1,5 milhão de brasileiros optaram pelo ensino a distância — 18,6% das matrículas totais. Por comparação, em 2004, eram apenas 60.000, 4,2% do total. O número de ingressantes no ensino superior a distância cresceu 21,4% de 2015 a 2016 e já representa 28% dos novos alunos. Por outro lado, a quantidade de ingressantes em cursos superiores presenciais em faculdades sofreu retração de 3,7% no mesmo período. Para que houvesse todo esse crescimento no ensino superior a distância, foram necessários projetos de flexibilização da regulamentação e conseqüentemente, da oferta de cursos a distância por meio da Portaria Normativa nº 11, de 20 de junho de 2017. Com essa mudança, passou a ser possível a criação de instituições que oferecessem ensino / educação a distância (EaD) sem a contrapartida presencial e facilitou-se a criação de polos, ao mesmo tempo em que eles deixaram de ser obrigatórios nos cursos regulamentados.

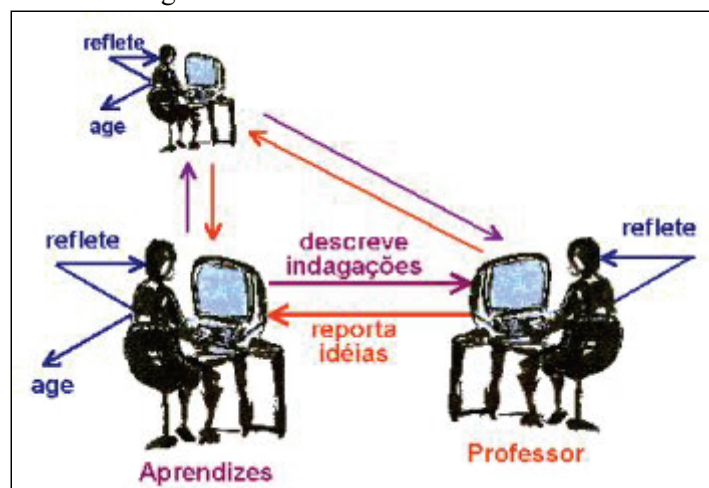
Na presente análise do Censo EaD.BR 2017, disponibilizado pela Associação Brasileira de Ensino a distância, observamos os dados referentes ao aumento da oferta de cursos levando em conta a mudança recente da legislação. Esses dados não surpreendem, tendo em vista a forte necessidade de o ser humano viver em sociedade e de gerar interação. Conforme Kenski (2003, p. 21) “O homem transita culturalmente mediado pelas tecnologias que lhe são contemporâneas. Elas transformam suas maneiras de pensar, sentir, agir. Mudam também suas formas de se comunicar e de adquirir conhecimentos”. A interatividade entre os que participam acontece entre os meios de comunicação de forma síncrona, ou seja, a comunicação é estabelecida ao mesmo tempo, como é o caso do “bate-papo”, por outro lado, na comunicação assíncrona, a interação ocorre em tempos diferentes, não sendo necessário que os participantes envolvidos estejam online, como acontece por exemplo, na plataforma Moodle.

Segundo o Ministério da Educação pelo Decreto 2494 de 10.02.1998 – artigo I, a educação a distância é “uma forma de ensino que possibilita a autoaprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados pelos diversos

meios de comunicação”.

Ou seja, o ensino a distância é um novo ambiente de ensino - oriundo da utilização dos meios gerados pela sociedade em rede e pela sociedade da informação. Neste novo tipo de ambiente, é necessário que tanto os docentes, quanto os discentes reformulem a sua postura perante os processos de obtenção e difusão do conhecimento. Referido por Almeida (2003), participar de um AVA está próximo do “*estar junto virtual*” (Prado & Valente, 2002) uma vez que atuar nesse ambiente significa se expressar, dialogar, obter trocar informações, experiências e produzir conhecimento. O conceito de interação de “*estar junto virtual*”, implica que “os alunos são considerados aprendizes, mas vale lembrar que o professor também é aprendiz em todo o processo”, (Scherer; Fernandes, 2014, p.147).

Figura 1: “Estar Junto Virtual”



Fonte: (Valente, 2005, p. 86)

Segundo referido por Prado e Valente (2002, p.29 apud Almeida, 2003) o EaD pode fazer uso das TIC de três formas: *broadcast*, virtualização da sala de aula presencial e estar junto virtual. Na *broadcast*, a tecnologia computacional é utilizada para levar a informação ao estudante, de forma semelhante ao que acontece na tv e no rádio. Já a virtualização se realizada quando são empregados recursos das redes telemáticas do mesmo modo que na sala de aula dos cursos presenciais, o que reproduz para o meio virtual o mesmo padrão do espaço-tempo do método presencial, onde há a comunicação bidirecional entre estudante e o professor. No “*estar junto virtual*”, se analisa o potencial de interação das TIC estabelecidos pela comunicação multidimensional, que aproxima os emissores dos receptores, possibilitando condições de aprendizagem, colaboração e troca entre ambos todos os atores envolvidos no processo.

As interações realizadas por meio dos recursos dos AVA, facilitam trocas individuais e coletivas, possibilitando a criação de discussões que desenvolvem o conhecimento. Pressupõe-se que os AVA facilitem a disseminação e obtenção de conhecimento com base na troca de informações e que esta nova forma de se transmitir conhecimento possibilite novos papéis para o estudante e para o professor. Ainda que de um modo geral, seja apenas o início da existência e popularização destes modelos de ensino por meio dos AVA, é notório a expansão, evolução e facilitação no acesso às TIC de um modo geral.

### **1.1.1 Conceitos de educação a distância**

Diversos autores definem e abordam conceitos de educação a distância. No entanto, cada um destaca pontos e visões distintas, conforme referido por Bernardo (2009, apud Alves, 2011):

- Dohmem em 1967, conceituou o modo de ensino a distância como uma forma sistematicamente organizada de autoestudo, onde o estudante se orienta e se instrui por meio de um material de estudo disponibilizado, e pela supervisão de especialistas e professores. Para o autor esse modelo só surgiu através dos meios de comunicação que foram capazes de ultrapassar as barreiras da distância, tais como os rádios.
- Moore em 1973 aborda de que forma a comunicação entre estudantes e docentes deverão ser facilitadas no ensino a distância. O autor afirma que o EaD funciona como um conjunto de instruções onde as ações dos docentes são realizadas independente das ações dos estudantes. Neste caso, é enfatizada a importância da comunicação entre professor e estudante, que deve ser facilitada por materiais impressos, eletrônicos, telefone, entre outros.
- Em 1973, Peters aborda a educação a distância como uma forma industrializada de aprendizado. Para ele, o ensino a distância é um método racional de absorver o conhecimento, e por meio do método a distância se aplica a partir de metodologias organizacionais. Ou seja, todo o material e forma como o curso é construído deverá possuir um formato massificado, tornando possível que um grande número de pessoas ao mesmo tempo consiga adquirir conhecimento, além de possuir uma durabilidade razoável, fazendo a alusão de como acontecem com produtos de industriais.
- Holmberg em 1977, conceituou a educação a distância pela sua diversidade de formas de se estudar. Para o autor, o ensino a distância apresenta diversas formas e

níveis de estudo, ou seja, que esse regime de ensino poderá se encaixar em diversos propósitos (cursos livres, ensino superior, técnico, treinamentos e outros).

- Keegan em 1991, discorreu sobre a separação física entre docente e discente, dando foco a socialização e a interação. O autor cita a educação a distância como a separação física entre estudantes e professor, sendo mais falha que a comunicação de mão dupla, que ocorre no ensino presencial.
- Chaves em 1999 aborda o ensino a distância também citando a separação física, porém dando ênfase ao uso de tecnologias de telecomunicação no processo de aprendizagem. Para o autor, o método a distância faz menção a separação física (espaço e tempo) entre o professor e o aluno. Nos dias atuais enfatiza-se mais a questão do espaço, sendo essa contornada pelo uso de tecnologias de telecomunicação, transmissão de dados, imagem e áudio.

Oficialmente, o conceito de Educação a distância no Brasil é estabelecido oficialmente no Decreto nº 5.622 de 19 de dezembro de 2005 (BRASIL, 2005): Art. 1º “Para os fins deste Decreto, caracteriza-se a EaD como modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com estudantes e professores desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos.” A definição citada se complementa com o primeiro parágrafo do artigo onde é abordado e é mencionado que esta deve ter como obrigatoriedade ocasiões presenciais, conforme abaixo:

- I – avaliações de estudantes;
- II – estágios obrigatórios, quando previstos na legislação pertinente;
- III – defesa de trabalhos de conclusão de curso, quando previstos na legislação pertinente e
- V – atividades relacionadas a laboratórios de ensino, quando for o caso.

Segundo Passos (2018), atualmente ainda não há uma denominação padrão no mundo para o conceito de educação a distância. A autora cita:

“...essa modalidade de ensino recebeu denominações diferentes em vários países: educação ou estudo por correspondência, no Reino Unido; estudo em casa e estudo independente, nos Estados Unidos; estudos externos, na Austrália; tele-ensino ou ensino a distância, na França; estudo ou ensino a distância, na Alemanha; educação a distância, na Espanha; tele-educação, em Portugal; educação a distância, no Brasil; etc.” (p.11)

Tabela 1 - Variação da terminologia do ensino a distância

<b>Terminologia mais usual</b>	<b>Período de domínio</b>
Ensino por correspondência.	Desde a década de 1830, até as primeiras décadas do século XX.
Ensino a distância; educação a distância; educação permanente ou continuada.	Décadas de 1930 e 1940.
Tele-educação (rádio e televisão em <i>broadcasting</i> ).	Início da segunda metade do século XX.
Educação aberta e a distância.	Final da década de 1960 ( <i>Open University</i> , do Reino Unido- ICDE).
Aprendizagem a distância; aprendizagem aberta e a distância.	Décadas de 1970 e 1980.
Aprendizagem por computador.	Década de 1980.
<i>E-learning</i> ; aprendizagem virtual.	Década de 1990.
Aprendizagem flexível.	Virada do século XX e primeira metade do século XXI.

Fonte: Formiga (2009, p.44)

## 1.2 Abordagem metodológica

A problemática que orienta o presente estudo fundamenta-se nos desafios enfrentados pelo EaD no Brasil, a partir da análise da sua reputação, ou seja, da opinião já fundamentada da sociedade relativamente a esta realidade. Trata-se de um estudo metodológico descritivo de delineamento transversal, isto é, que pretende cruzar o universo da educação a distância no Brasil desde o seu princípio e por todo o seu trajeto de desenvolvimento no âmbito do ensino superior desde 1996. O foco é na janela temporal entre 2010 e 2018, onde as instituições de ensino superior se vêm confrontadas com a necessidade de estabelecerem processos de transformação perante os desafios previstos para a instituição universitária do século XXI, bem como o progresso do *e-Learning* e como esse vem se estabelecendo no mercado brasileiro de um modo fiável.

O crescente aumento dos cursos superiores a distância, como se pode constatar da revisão de literatura, atesta a necessidade de identificar qual a imagem a longo prazo do ensino superior *e-Learning* no país, bem como a sua importância no contexto de desenvolvimento do ensino superior como um todo. Como referido, a problemática central desta investigação reside assim em entender de que forma a reputação da educação superior a distância no Brasil é determinante para a sua existência e evolução, tendo em conta os desafios organizacionais, tecnológicos, pedagógicos e humanos na expansão do modelo *e-Learning*, e se essa reputação é condicionante para quem frequenta ou pretende frequentar.

### **1.2.1 Questões de investigação**

Decorrendo desta formulação inicial do problema, e com o intuito de fornecer um rumo à investigação, enunciam-se como questões de investigação:

Questão 1: Quais os desafios enfrentados pela educação superior a distância no Brasil, a partir da análise da sua reputação?

Questão 2: Pode a reputação condicionar a decisão de frequentar o ensino superior a distância no Brasil?

### **1.2.2 Metodologias de investigação**

As metodologias de investigação que se consideram mais adequadas para este estudo são da área das Ciências da Educação e são organizadas da seguinte forma, tendo por base Creswell (2009):

1. Metodologia quantitativa, a qual se determina num paradigma positivista ou pós-positivista, em que por dedução, os dados são representados de forma numérica, resultantes de uma análise de fenômenos observáveis que são organizados em variáveis representativas no contexto do objeto estudado, tendo como objetivo a confirmação de hipóteses;
2. Metodologia qualitativa, em que é fundamentada sob um paradigma construtivista, apresentando estratégias flexíveis de investigação (Denzin & Lincoln, 2000, apud Creswell, 2009), como a observação, análise documental, entrevistas, pesquisa de campo, entre outros; que são adaptáveis ao contexto do estudo e em que há a interpretação de dados para se obter uma resposta às hipóteses lançadas em um estudo.
3. Metodologia mista, introduzida num paradigma pragmático em que há a combinação de dados quantitativos e qualitativos e que a recolha de dados é realizada de maneira simultânea; e busca a compreensão do problema de investigação, se combinando de forma que uma prevalecerá sobre a outra ao mesmo tempo em que podem se complementar na apresentação de resultados.

Perante a necessidade de conseguir respostas válidas às questões anteriormente citadas, e dada a natureza das temáticas abordadas neste estudo de investigação, será

empregue a metodologia mista recorrendo-se a metodologia quantitativa e qualitativa: essencialmente, a revisão de literatura com pesquisas bibliográficas; questionários realizados a estudantes do ensino superior a distância e a profissionais da área de recursos humanos; entrevistas com profissionais do EaD e pesquisas de campo. Pretende-se com a utilização e cruzamento das ferramentas de recolha, colectar informação específica, obter percepções e opiniões de intervenientes e ainda compreender as funcionalidades dos ambientes virtuais de aprendizagem e como ocorre a interação e comunicação entre universidade e alunos.

Considerando o fluxo de trabalho metodológico apresentado, segue um resumo do modelo de análise utilizado:

Tabela 2 - Resumo Modelo de análise

<b>Perguntas de partida</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quais os desafios enfrentados pela educação superior a distância no Brasil, a partir da análise da sua reputação?</li> <li>2. Pode a reputação condicionar a decisão de frequentar o ensino superior a distância no Brasil?</li> </ol>	
<b>Conceitos</b>	<b>Dimensões</b>	<b>Componentes</b>
<b>Ensino superior</b>	Instituições de ensino superior <i>E-learning</i> no Brasil	Reputação Funcionamento Desafios
<b>Ambientes digitais</b>	Plataformas de aprendizagem digitais Mídias Sociais	Interação aluno – plataforma Interação aluno – aluno Interação aluno – tutor Crença sobre modelo de ensino
<b>Hipóteses</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A reputação do modelo a distância é um fator decisivo para quem pretende frequentar ensino superior a distância no Brasil.</li> <li>2. A reputação não é um fator decisivo para quem pretende frequentar ensino superior a distância no Brasil.</li> <li>3. A reputação é um fator decisivo para quem pretende frequentar ensino superior a distância no Brasil, juntamente com o valor que será investido no curso.</li> </ol>		

4. A reputação é um fator decisivo para quem pretende frequentar ensino superior a distância no Brasil, juntamente com a reputação da instituição de ensino.
5. O mercado de trabalho diferencia cursos superiores a distância de cursos presenciais.
6. O mercado de trabalho não diferencia cursos superiores a distância de cursos presenciais.
7. No geral, as plataformas de aprendizagem a distância no Brasil, suprem as necessidades dos alunos.
8. No geral, as plataformas de aprendizagem a distância no Brasil, não suprem as necessidades dos alunos.

#### Abordagem metodológica

##### Metodologia mista:

- Pesquisa bibliográfica de fontes nacionais, internacionais e eletrônicas;
- Questionários a alunos, ex-alunos e profissionais da área de recursos humanos;
- Entrevistas com profissionais da área;
- Pesquisa de campo (observação não participante em mídias sociais utilizadas como suporte e interação dos cursos superiores a distância).

### 1.2.3 Dados necessários face às questões de investigação

Os dados a se obter constituem-se os seguintes:

- a) Histórico da educação superior e do ensino a distância no Brasil;
- b) Informação sobre as normas, regulamentação, funcionamento e atualizações sobre o ensino superior a distância no Brasil;
- c) Resumo a respeito dos ambientes digitais de aprendizagem e das tecnologias da informação atualmente utilizadas;
- d) Fatores organizacionais das instituições que influenciam no desenvolvimento dos cursos *e-Learning* no país;
- e) Análise da reputação da educação superior a distância no Brasil, contendo conceitos, amostragem, pesquisa de campo e análise dos dados a fim de confirmar ou excluir as hipóteses apresentadas.

#### 1.2.4 Campo empírico e seleção de fontes e ferramentas

Considerando as questões e os objetivos de investigação, determinamos para a recolha de dados para as pesquisas, as seguintes fontes e ferramentas de recolha:

- a) Estudantes do ensino superior a distância, incluindo estudantes de graduação, pós graduação *lato sensu* e *stricto sensu* de todo o território brasileiro: questionários, principalmente enviados por mídias sociais;
- b) Profissionais atuantes na área de recursos humanos, mais precisamente envolvidos com o processos de seleção de todo o território brasileiro, sem ser definido um nível hierárquico: questionários, principalmente enviados por mídias sociais;
- c) Profissionais atuantes em universidades no ensino superior a distância;
- d) Mídias Sociais: análise de grupos online do Facebook com participação dos estudantes, professores e tutores e análise de um canal no Youtube voltado para o ensino a distância, ambos através de observação não participante.

O desenvolvimento da componente empírica da presente dissertação emprega um conjunto de instrumentos que se consideram mais adequados obtidos a cada uma das etapas de recolha de dados:

- a) Seleção de fontes documentais relevantes, nomeadamente documentos e sites de fontes nacionais e internacionais, com posterior aplicação da análise de conteúdo;
- b) Questionário com dez questões para a obtenção de dados de estudantes do ensino superior a distância brasileiro, a fim de caracterizar qual o perfil do estudante e qual a sua percepção perante os pontos que foram desenvolvidos durante o estudo; questionário com oito questões de profissionais da área de recursos humanos, mais precisamente de recrutamento e seleção, a respeito da visão das organizações e do mercado de trabalho como um todo, sobre os alunos e sobre o ensino superior a distância;
- d) Entrevista sucinta com quatro questões com dois profissionais com cargo de coordenação em universidades no setor de ensino a distância.
- c) Pesquisa de campo (observação não participante em contexto virtual), com coleta de dados a fim de obter informações sobre determinados aspectos do universo do ensino superior a distância. A pesquisa de campo ajuda a “identificar e obter

provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento” (Lakatos; Marconi, 1996, p.79). A observação também obriga a ter um contato mais próximo com a realidade pelo neste caso, será realizada em grupos virtuais, onde ocorrem interações entre estudantes, professores / tutores a respeito dos cursos e assuntos que estejam correlatados ao ensino a distância, e em um canal no Youtube que contém um conteúdo especializado em ensino superior a distância;

### **1.3 Processo de análise**

O procedimento de tratamento dos dados será estruturado em métodos qualitativos, especificamente no que respeita à análise de conteúdo recolhido das fontes documentais apresentadas e da observação não participante.

A análise quantitativa ocorrerá sobre os resultados dos questionários, em função dos dados recolhidos que serão apresentados de maneira descritiva e somatória. Não se espera necessária a utilização de um software de análise estatística, uma vez que poderão ser utilizadas as estatísticas dos resultados através da própria plataforma SurveyMonkey, já previamente utilizada para o desenvolvimento e envio dos questionários.

### **1.4 Organização da dissertação**

Tendo por base os objetivos já apresentados, esta dissertação será trabalhada com o intuito de explorar novas questões e novos pontos de vista a respeito do ensino a distância brasileiro, que até agora não tiveram grande participação nas investigações científicas no âmbito da comunicação.

A presente dissertação está assim dividida em cinco partes: Introdução; Revisão da Literatura; Recolha de Dados e Análise e Considerações Finais.

No primeiro capítulo, é exibido um enquadramento teórico inicial do tema, no qual se levantam as questões de partida sobre as quais incide todo o processo de investigação. Ainda neste capítulo, são explorados os principais conceitos de educação a distância, a abordagem metodológica, processo de análise dos dados e organização da dissertação, que faz parte do presente tópico.

Na revisão da literatura, são apresentados métodos, ferramentas e abordagens do

ensino superior a distância. O estudo também contempla os papéis dos professores e tutores no ensino a distância e métodos, materiais e ferramentas utilizadas no ensino a distância. Este segundo capítulo é finalizado com uma análise da comunicação do ensino superior a distância e apresentação do histórico, com toda trajetória desse modelo de ensino no Brasil e no mundo, até os dias atuais.

De modo que se constitua um estudo conclusivo, o terceiro capítulo explora a recolha de dados através dos questionários, pesquisa de campo/etnografia virtual e entrevistas. Por meio dos dados é realizada a análise da reputação da educação a distância, com a exibição do posicionamento dos principais atores sociais, ou stakeholders do ensino a distância brasileiro. As considerações finais concluem o processo de estudo que averigua as possibilidades e se propõe responder às questões levantadas durante todo o estudo.

## **2. Revisão da Literatura**

O investimento em desenvolvimento, educação e treinamento, permanece sendo um diferencial competitivo para os estudantes e conseqüentemente para os profissionais, tendo em vista as organizações. Nesse contexto, a educação a distância é explorada como uma possibilidade viável na construção de mecanismos que favoreçam a aprendizagem e qualificação contínuas e ao longo da vida de diferentes públicos e localidades. O presente estudo se insere nesse conjunto de reflexões, descrevendo brevemente o contexto e o foco das pesquisas sobre cursos de ensino a distância no Brasil, assim como suas principais ferramentas, voltados principalmente a dados de ensino superior. A revisão da produção de conhecimentos sobre o ensino a distância no Brasil expõe a necessidade de maior quantidade de pesquisas nas áreas de qualificação profissional, educação corporativa, e avaliação. Vale ressaltar que o ritmo das pesquisas é incompatível com o acelerado crescimento desse tipo de aprendizagem em instituições, que ao avançar dos anos já totaliza 21,2% dos discentes brasileiros do ensino superior, de acordo com o Censo da Educação Superior divulgado em 2018 pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep).

### **2.1 Métodos de ensino, conhecimento e aprendizagem no ensino superior**

Na educação brasileira, assim como ainda em grande parte do mundo, as instituições de ensino tradicionais, são as grandes detentoras e propagadoras do conhecimento. As

universidades e instituições de ensino superior estão habilitadas e pelo menos deveriam funcionar como alavancas do paradigma da aprendizagem, se estendendo aos novos e diferentes públicos e as suas necessidades que vem surgindo com a evolução das TIC e do mundo como um todo. As instituições, docentes e educadores em geral, deverão ocupar a linha de frente do movimento global para incentivar e fortalecer a formação contínua, assim como auxiliar no processo de inserção do discente no mercado de trabalho, dando sentido às competências adquiridas durante o ensino superior.

Os educadores aparentam ter expectativas de que os estudantes demonstrem interesse pelos mesmos conteúdos acadêmicos e objetivos que eles próprios revelam em suas pesquisas e áreas de estudo. É fato, que os discentes alteram substancialmente nos seus propósitos e interesses de aprendizagem, porém para entender a forma como os estudantes enxergam e abordam o assunto, é primordial compreender suas intenções, expectativas e anseios. Afinal, a aprendizagem eficaz exige do estudante competência, motivação e acima de tudo, resultado no mercado de trabalho e na construção social como um todo. No Brasil, segundo dados do INAF (Indicador de Alfabetismo Funcional), realizado pelo Instituto Paulo Montenegro em parceria com a ONG Ação Educativa, do ano de 2016, apenas 22% dos brasileiros que chegam à universidade são plenamente alfabetizados. Ainda segundo o estudo, 4% dos universitários são considerados analfabetos funcionais, ou seja, não conseguem compreender um texto simples.

Em um estudo pioneiro realizado por Marton e Säljö (1976), foi pedido aos estudantes que lessem um texto acadêmico da sua área de estudos e que posteriormente se preparassem para responder um questionário. Com o resultado, se verificou que os estudantes divergem entre si no nível de compreensão, fundamentando e justificando a variação com a determinada abordagem que cada estudante realizava face à tarefa. Do grupo, alguns estudantes adotaram uma abordagem superficial e outros, uma abordagem profunda em relação à tarefa, isto é, à sua leitura. Estes conceitos, desde então, foram ampliados para retratar a forma como os estudantes se envolvem em determinadas tarefas de aprendizagem, como, por exemplo, na resolução de problemas, interpretação e escrita (Entwistle, 1990). A diferença determinante entre as abordagens ao estudo se enquadra nas intenções adversas demonstradas pelos estudantes. Para o autor, uma abordagem profunda caracteriza um ponto de vista de aprendizagem mais elaborado com uma intenção de se obter uma compreensão pessoal do material exibido. Para alcançar este objetivo, é necessário que o estudante interaja

de forma crítica com os conteúdos apresentados e que relacione esse novo conhecimento com suas experiências, examine a evidência e avalie os passos lógicos que permitiram chegar a conclusões. Isso quer dizer, absorver o conhecimento adquirido, de forma que se torne uma experiência de vida ao aluno.

No sentido oposto, há uma abordagem superficial que envolve uma concepção simples e rasa no quesito aprendizagem, que valoriza a memorização e a trivial intenção de satisfazer as exigências das tarefas e provas exigidas pelo curso. Tal é visto como uma imposição externa e não como um genuíno interesse para o desenvolvimento profissional e principalmente pessoal. Esse tipo de abordagem superficial se encaixa no reconhecimento dos elementos da atividade de maior possibilidade de serem avaliados e na memorização desses dados (Entwistle, 1990).

Nos dias de hoje, a influência da análise e avaliação no contexto do processo de ensino-aprendizagem possui um efeito fundamental nas abordagens ao estudo por parte dos estudantes. A interferência ubíqua da avaliação no estudo diário fez emergir um novo e atual tipo de abordagem ao estudo e a forma de estudar, a chamada abordagem estratégica (Entwistle & Ramsden, 1983). Citamos este terceiro tipo de abordagem, em que o estudante adota e combina particularidades das abordagens profunda e superficial, e tem como seu principal foco e objetivo obter melhores notas classificativas. A abordagem estratégica abrange a utilização de métodos de estudo organizados e elaborado acima de tudo, uma gestão cuidadosa do tempo, exigindo uma vigia constante para as indicações dadas pelos professores acerca do que foi planejado, objetivos de cada conteúdo abordado e das questões pautadas nas provas (Entwistle, 1990).

Os fatores que influem nas abordagens dos alunos em relação às aprendizagens dependem diretamente da orientação do estudante para a educação e da sua concepção de aprendizagem, ou seja, do que a educação significa para ele, e de que forma irá pautar sua vida. Além disso, devem-se considerar também as diversas formas de motivação que o conhecimento possa fornecer (Marton et al., 1984; Schmeck, 1988), e da percepção dos estudantes em relação ao contexto educacional onde estão inseridos (Ramsden, 1992). As consequências do contexto educacional sobre a aprendizagem são particularmente significativas, uma vez que indicam como os procedimentos de ensino e de avaliação devem ser modificados para melhorar a aprendizagem e experiência do estudante e futuro profissional como um todo. Orientações e concepções de aprendizagem, abordagens ao

estudo e estilos de aprendizagem descrevem aspectos de como os estudantes se relacionam com as tarefas relacionadas com os seus cursos, implicando uma certa estabilidade destes atributos, o que auxilia a esclarecer o sucesso e o fracasso acadêmico (Bedford, 2004). Mas afinal do que se trata esse fracasso? Por que critérios que a sociedade atual se pauta? Fica o questionamento sobre se o objetivo da aprendizagem na sociedade contemporânea se dá realmente para o desenvolvimento do ser humano, ou para cumprimentos de objetivos e metas estabelecidos por um modelo visto muitas vezes como arcaico em que cobra do indivíduo um diploma.

Provavelmente, as preferências e os estilos de aprendizagem dos estudantes estão baseados e estabelecidos no decorrer do seu desenvolvimento e logo são difíceis de se alterar, mas as concepções de aprendizagem e as abordagens ao estudo podem ser sim condicionadas pelo ensino, experiência e avaliação que os alunos experimentam no ensino superior (Entwistle, 2000). Dessa forma, deve existir uma preocupação particular por parte do professor, como gerador de conhecimento, tendo a função de valorizar durante a sua rotina de trabalho de ensino-aprendizagem-avaliação, metodologias que despertem o interesse do discente e que prendam sua atenção, sendo assim significativas e profundas (Ferreira, 2008).

Para além da influência da avaliação nas abordagens ao estudo, encontram-se outros factores do envolvimento acadêmico que influem na qualidade da aprendizagem. Pesquisas qualitativas e quantitativas têm colocado em pauta uma abordagem ao estudo profunda está diretamente associada com a liberdade para aprender dada aos alunos, não só em relação aos conteúdos a aprender, mas também referente à forma da aprendizagem. Os estudantes definem um “bom ensino” aquele em que o nível de exigência das aulas se adequa às suas capacidades individuais, em que os conteúdos e as atividades são exibidas a um ritmo apropriado e dentro de uma estrutura programática organizada, em que as aulas são enérgicas e as explanações teóricas são realizadas de forma entusiastas. Em um contexto geral, onde o professor mostra empatia com as dificuldades dos alunos e acima de tudo, entende as necessidades individuais de cada um, assim como suas diferenças e particularidades de seres humanos únicos que somos (Entwistle & Ramsden, 1983).

## 2.2 Ferramentas e abordagens do ensino superior a distância

Segundo Serres (1994, p. 188) “até algum tempo atrás havia espaços definidos para ensinar e aprender: escolas, campus, bibliotecas...”. Para Kenski (2010) as novas possibilidades tecnológicas de comunicação e informação atravessam o cotidiano e se transformam permanentemente. O que é aprendido dentro das salas de aulas se torna em pouco tempo desatualizado, mostrando, cada vez mais, a necessidade de buscar novos conhecimentos, de se atualizar e de os obter de formas mais acessíveis, sem a necessidade de deslocamento, por exemplo, ou sem ficar inibido devido a valores. Virilio (1993), mesmo no início dos anos 90 já afirmava que na atualidade as janelas são as telas, por podermos enxergar o mundo. As telas assumem-se hoje como espaço possível para uma nova forma de fazer educação e de pensar, com base nas informações e interações disponíveis no ciberespaço.

A utilização de ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), é o ponto principal da comunicação entre professores e alunos que se encontram dispersos geograficamente. Definimos “ambientes de aprendizagem” como sistemas como sistemas de ensino de aprendizagem integrados e abrangentes, capazes de promover o engajamento e a interação do aluno (Black & McClintock, 1996; Dewey, 1933 in Coscarelli, 2002). Neste processo, “Os estudantes não devem ser objetos, mas sim, sujeitos do processo de aprendizagem. Por isso devem ser criadas situações de ensino e aprendizagem nas quais eles mesmos possam organizar seu estudo (princípio do estudo autônomo). (Peters, 2001, p.179)

Ainda segundo Peters (2001), o estudo em si não é dirigido por eventos ritualizados, mas sim, por meio de interação e exposição. A interação em um ambiente virtual de aprendizagem é a principal ferramenta para tornar os sujeitos autônomos de sua aprendizagem e para disponibilizar um AVA que propicie a interatividade, requer ferramentas e métodos que suportem tais interações. Com o objetivo de identificar como se fornecem essas funcionalidades, seguem abaixo algumas ferramentas que promovem tais requisitos.

Landim (1997), apresenta quatro particularidades necessárias para o sistema de educação a distância:

- O aluno como o centro do processo educativo;
- O docente que funciona como possibilitador e motivador do processo de

aprendizagem interativa e cooperativa no AVA;

- A comunicação que deverá ser realizada por meio de material audiovisual, impresso e perante tutoria presencial ou virtual;
- Organização e estrutura de materiais, assim como sua distribuição (via Moodle, e-mail e grupos do Facebook em tempos atuais) e processos de avaliação.

Landim também acrescentaria mais uma característica que faz menção ao tutor, citado por ela, como parte pertencente do sistema educativo e dentro da ação do docente, porém exercendo uma função mais voltada ao monitoramento, apoio e atendimento aos alunos em diferentes horários.

Na continuação, exibe-se os distintos modelos de ensino a distância que foram se construindo ao decorrer das décadas, por Peters (2001):

- Ensino por correspondência: material impresso (livros didáticos);
- Ensino a distância clássico: material diversificado (inclui material impresso, rádio, televisão, tutores e apoio audiovisual);
- Ensino a distância tendo como base a pesquisa: leitura, frequência dos alunos na participação de seminários, a qual abrange somente grau superior;
- Ensino a distância grupal: por conta da internet, atualmente é pouco utilizado, mas já foi utilizado por meio de programações didáticas em rádio e televisão, associadas a atividades obrigatórias que demandam presença;
- Ensino a distância autônomo: responsável por planejar, organizar e implementar o ensino de forma autônoma. A universidade tem apenas o papel de distribuir o material, assistir e fornecer o certificado;
- Ensino a distância por teleconferência: oferecido por meio de um consórcio de universidades entre estudantes e também a outras instituições. Podem participar estudantes avulsos, grupos em locais de trabalho que estejam participando de projetos na universidade.

Vale ressaltar que os modelos apresentados acima, são variáveis e flexíveis, o que faz o ensino a distância adaptável às necessidades dos alunos.

É notável a evolução do ensino a distância como um todo, assim como dos AVA. Instituições e universidades investem cada vez mais em tecnologias para diminuir a distância física e proporcionar um ensino democrático aos estudantes. Peters (2001) fundamenta a argumentação citada, dizendo:

“Caso de desenvolverem ainda mais o hardware e software necessários para isso, será possível fazer uma combinação das técnicas de ensino e aprendizagem discutidas até agora e, em parte, também integrá-las. Então os estudantes poderão desenvolver em seu ambiente digital de estudo tantas atividades de estudo jamais possíveis antes e em qualquer lugar. Eles então não utilizarão somente cursos de ensino a distância alternativos multimediais através do CD-ROM<sup>1</sup>, Internet ou ISDN<sup>2</sup>, não apenas dialogarão com outros estudantes e não apenas participarão de preleções, seminários, exercícios e aulas práticas virtuais na forma de teleconferência, mas também tirarão proveito de outras funções, como as oferece uma universidade no campus real. Desse modo descortinam-se os primeiros contornos de uma universidade virtual. (p.270-271)

A disseminação do uso das tecnologias fez com que o uso de computadores e de smartphones se popularizasse e fizesse parte do dia a dia do brasileiro de diferentes faixas de renda e etária. A recente situação refletiu no aumento e uso constante das TICs entre os discentes, alterando o comportamento do aluno em sala de aula. Com o tempo, o uso de projetores se tornou comum e as tecnologias avançaram para dentro das escolas, modificando o próprio comportamento dos alunos. Ficar em uma mesma posição, ou não obter distrações por meio de meios tecnológicos, se tornou maçante. “Uma das reclamações generalizadas de escolas e universidades é de que os alunos não aguentam mais nossa forma de dar aula. Os alunos reclamam do tédio de ficar ouvindo um professor falando por horas” (Moran, 2004, p. 01). Esse novo modelo social proporcionado pelo uso das tecnologias durante todo o dia da maioria da grande dos indivíduos, possibilitaram um novo formato em relação ao velho paradigma do ensinar e aprender. Paralelo ao crescimento desenfreado das tecnologias apareceram novas profissões, imprescindíveis para a concretização de novos modelos de aprendizado, nomeadamente, a profissão de tutor. Segundo o dicionário Aurélio Buarque de Holanda (2014), “tutor” significa: “1 Pessoa a quem é ou está confiada uma tutela. 2 Protetor; conselheiro. 3 Haste ou vara cravada no solo e à qual se segura uma planta para que não se vergue. [...]”. Fazendo referência ao ensino a distância e a profissão de tutor, o papel desempenhado é de mediador da aprendizagem, cabendo a ele compreender, identificar, analisar as necessidades dos alunos e servir como principal canal entre universidade e estudantes. Para Oliveira, Mill e Ribeiro (2009), o tutor EaD desempenha um papel hegemônico na construção da aprendizagem, tendo em conta de que é o intercessor entre o conhecimento, as tecnologias e sistemas, o professor e os discentes. Dessa maneira, o êxito da aprendizagem será a consequência de um ato colaborativo entre os atores do processo e as

---

<sup>1</sup> Compact Disc Read-Only Memory (Disco Compacto - Memória Somente de Leitura)

<sup>2</sup> ISDN - Integrated Services Digital Network (Rede Digital de Serviços Integrados)

novas relações entre os seus pares.

### **2.3 Papéis do professor vs tutor**

O estudante está assistido não apenas pela tecnologia no processo de aprendizagem, mas pelo suporte e acompanhamento constante de professores e tutores. Ao averiguarmos o processo de aprendizado de forma mais profunda, possui dois elementos humanos essenciais para o processo de acompanhamento e desenvolvimento do do aluno: o tutor e o professor. O papel do professor no modelo de ensino a distância apresentar-se segundo Belloni e Lapa (2010) como um desenvolvedor do plano de estudo, ementas e programas das disciplinas e seleção de conteúdos. Isto é, realizada a função didática similar a do professor no ensino presencial. Já o tutor é responsável por guiar o aluno em todo o processo de aprendizagem da disciplina a qual é responsável, esclarecendo questões e dúvidas referentes ao conteúdo da matéria. Basicamente o tutor tem como tarefa acompanhar todo o processo do aluno no decorrer de todo o curso, assim como avaliar e fornecer *feedbacks* referente às atividades propostas, funcionando como uma figura motivadora e de correção, buscando orientar e coordenar o discente na execução dos exercícios. Para Lentell (apud Aretio, 2002), o tutor do ensino a distância tem de exercitar e demonstrar apoio, entusiasmo, ânimo, empatia, demonstração, explicação, objetividade, avaliação, feedback e correção.

Para compreendermos o processo educacional no âmbito do ensino a distância devemos analisar o papel do professor e do tutor. Sá (1998), estabeleceu tais diferenças conforme a tabela abaixo:

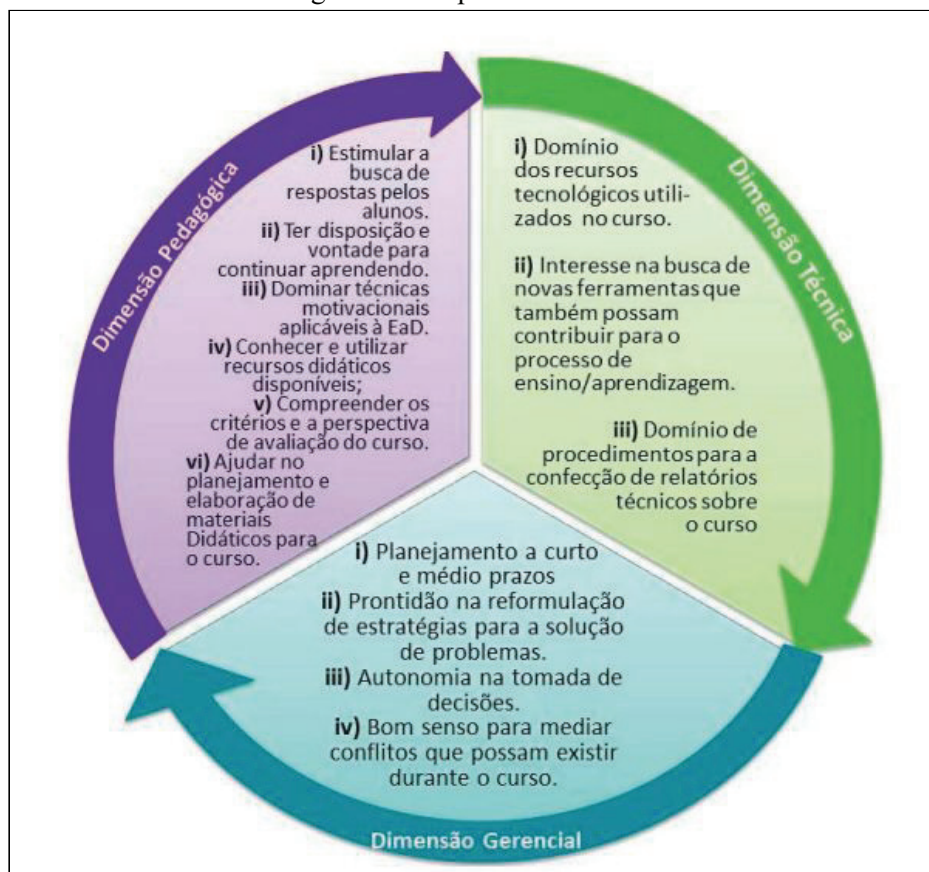
Tabela 3 – Comparativo entre as funções do tutor e do professor

EDUCAÇÃO PRESENCIAL	EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA
Conduzida pelo Professor	Acompanhada pelo Tutor
Predomínio de exposições o tempo inteiro	Atendimento ao aluno, em consultas individualizadas ou em grupo, em situações em que o Tutor mais ouve do que fala
Processo centrado no Professor	Processo centrado no aluno
Processo como fonte central de informação	Diversificadas fontes de informações (material impresso e multimeios)
Convivência, em um mesmo ambiente físico, de professores e alunos, o tempo inteiro	Interatividade entre aluno e Tutor, sob outras formas, não descartada a ocasião para os “momentos presenciais”
Ritmo de processo ditado pelo Professor	Ritmo determinado pelo aluno dentro de seus próprios parâmetros
Contato face a face entre Professor e aluno	Múltiplas formas de contato, incluída a ocasional face a face
Elaboração, controle e correção das avaliações pelo Professor	Avaliações de acordo com parâmetros definidos, em comum acordo, pelo Tutor e pelo aluno
Atendimento, pelo Professor, nos rígidos horários de orientação e sala de aula	Atendimento pelo Tutor, com flexíveis horários, lugares distintos e meios diversos

Fonte: S.A. Iranita. Educação a Distância: Processo Contínuo de Inclusão Social. (1998, p.47)

De acordo com o a Tabela 3, a figura do tutor se define como um recente personagem no que se trata de docência, sendo um profissional que se configura como peça fundamental no processo ensino-aprendizagem a distância. Segundo Ferreira e Rezende (2003) e Bernardino (2011), é necessário ponderar sobre algumas competências desses atores que são apresentadas em três dimensões: técnica, gerencial e pedagógica. Essas dimensões encontram-se detalhadas seguidamente, na Figura 2:

Figura 2: Competências do tutor



Fonte: Oliveira et al., 2017.

A figura retrata as competências técnicas, pedagógicas e de gestão desempenhadas pelo tutor, para que o mesmo domine e medie a interação com os alunos, de forma assertiva. Compreende-se que em um curso superior na modalidade a distância, o tutor deverá exercer uma atitude colaborativa, incentivadora e construtivista por todo o processo, que não começa e termina na sala de aula, como no modelo presencial. No caso da modalidade a distância, visa-se o estimular o aluno a desenvolver curiosidade, gestão do tempo, participação e iniciativa. Consequentemente, o trabalho dos profissionais integrados no processo de ensino aprendizagem a distância é visto por Mill, Oliveira e Ribeiro (2009) como um ciclo de análise e reflexão, basicamente uma prática diária de apoio, que une recursos metodológicos e tecnológicos para a completa imersão e interação do aluno em todo o AVA. De acordo com os autores, a docência no universo do ensino superior a distância é uma tarefa que requer reflexão sobre as várias funções, tendo em vista que novos ambientes são explorados e novas funções desempenhadas. Vale ressaltar que o trabalho do docente ou do tutor não têm como base o modelo presencial do ambiente físico sala de aula. Todo o material é desenvolvido

baseado na interação digital e na experiência do usuário como um todo, ou seja, a linguagem se altera, bem como o tempo de resposta, adaptando-se ao modelo de mundo imediatista que vem se construindo.

Apesar de todo o processo ter sido desenhado e apresentado pelo autores citados, os modelos de tutoria e docência estão em constante evolução, evoluindo na mesma velocidade dos AVA e dos novos sistemas que se criam a cada dia para englobar cada vez mais estudantes, diminuindo as distâncias territoriais.

Em toda a modalidade de ensino a distância, mais precisamente de cursos de ensino superior que possuem longa duração, o docente deverá assumir o papel de educador e mediador, no processo de ensino-aprendizagem. Neste caso, há a alteração do modelo tradicional e das tarefas do educador, o que gera uma evolução do mesmo modelo educacional utilizado há centenas de anos. Afinal, esse profissional, sendo tutor ou professor, deve instruir para as mudanças, para a autonomia, para a formação de um cidadão ativo, crítico, consciente de seus deveres e de suas responsabilidades sociais.

Observa-se portanto, que a performance do tutor é indispensável para a aprendizagem na modalidade EaD, porém, vale ressaltar que a formação dos tutores é imprescindível para se obterem bons resultados no processo educacional a distância como um todo. Existe uma pesquisa de campo realizada em dois grupos da plataforma Facebook, destinados a tutores de ensino a distância, nomeados como “Tutores EaD e “Tutores EaD - CAPES<sup>3</sup> / UAB - Nacional” que possuíam no mês de junho de 2018, 3.730 e 5.220 membros respectivamente. Segundo essa pesquisa e pelo exposto pelos próprios participantes do grupo, para se tornar um tutor EaD é necessário ter formação específica em AVA e experiência com docência, além de cursos de tutoria especializados em EaD. No que se trata de formação é significativo que o profissional tutor seja formado na área ou em áreas afins às que atua nos cursos.

Em relação ao tutor de ensino a distância, até os dias atuais, esse profissional não possuía registro no Ministério da Educação e juridicamente não fazia parte da categoria de professores no país, o que influenciava diretamente no piso salarial da categoria. Porém segundo foi consultado no Portal Consultor Jurídico (2019), atualmente, um “Tutor de ensino a distância que exerce funções inerentes à docência deve ser enquadrado sindicalmente como professor, fazendo jus ao piso salarial da categoria”. A decisão é da 5ª Câmara do Tribunal

---

<sup>3</sup> CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior)

Regional do Trabalho da 12ª Região (Santa Catarina), em ação que foi movida por um ex-funcionário de instituições de ensino da cidade de São Paulo e de Criciúma. “Ao exercer função de ensino relacionada ao terceiro grau, ainda que com denominação distinta, as atividades do reclamante correspondiam às de professor”, afirmou o juiz do Trabalho Erno Blume ao portal Consultor Jurídico, concedendo ao funcionário o direito de receber as diferenças salariais em relação ao piso da categoria na região em que exercia a função. Portanto, o profissional de tutoria é um trabalhador capacitado, com formação, responsabilidades e tarefas compatíveis com a função de professor. Ou seja, apesar das funções dos tutores apresentarem diferenças em relação a atividade de docência habitual, os profissionais desempenham várias funções inerentes ao magistério, por isso, é cada vez mais comum tutores irem por meio da justiça reconhecer os seus direitos de trabalho similares a classe de professores e educadores e serem atendidos na equiparação.

## **2.4 Métodos, materiais e ferramentas do ensino a distância**

Posteriormente a evolução dos meios de comunicação, vivemos um inédito momento no desenvolvimento educacional mediado pelas tecnologias, ultrapassando barreiras de tempo, espaço e classe social. Neste cenário, destaca-se o ensino a distância, no qual os docentes e alunos estão longe fisicamente, porém, tal proximidade não é determinante para o que o conhecimento seja passado. Conforme Moran (2007, p.01) os intervenientes estão próximos por meio de ferramentas de comunicação, sejam elas “um texto impresso, o CD-ROM, DVD-ROM<sup>4</sup>, rádio, televisão ou internet”. Esta é uma modalidade com um alto grau de importância no desenvolvimento do país, principalmente por se tratar de uma nação com a extensão do Brasil, o que gera oportunidades para pessoas e classes sociais distintas, em diferentes contextos. Nesse sentido, é importante se definir os princípios, diretrizes e critérios que sejam Referenciais de Qualidade para as instituições que ofereçam cursos na modalidade a distância, tendo como objetivo visar a qualidade dos cursos. Dessa forma, o Ministério da Educação brasileiro apresenta o documento: “Referenciais de Qualidade para Educação Superior a distância” (2007, p. 08), que tem o objetivo de detalhar oito tópicos primordiais para um ensino de qualidade, sendo eles:

1. Concepção de educação e currículo no processo de ensino e aprendizagem;

---

<sup>4</sup> DVD-ROM (Digital Versatile Disc - Read Only Memory)

2. Sistemas de Comunicação;
3. Material didático;
4. Avaliação;
5. Equipe multidisciplinar;
6. Infraestrutura de apoio;
7. Gestão Acadêmico-Administrativa;
8. Sustentabilidade financeira.

É sabido o valor de todos esses conceitos para o desenvolvimento do ensino EaD de qualidade, contudo, vale salientar um deles, por ser a base da estrutura do ensino a distância, o que se refere a “Sistemas de comunicação”. Principalmente na educação a distância o aluno deve ser tido como o ponto central educacional, sendo necessária a interação permanente entre os componentes desse sistema, buscando a aprimoração e boa funcionalidade constante para que o conhecimento seja passado de forma eficaz ao estudante. Para que isso se efetive, é necessário que o sistema seja todo desenhado com esse objetivo, além de ser intuitivo para a utilização correta, e atender todas as necessidades do corpo estudantil.

O emprego inovador da tecnologia aplicado à educação, e mais exclusivamente, à educação a distância deve ser sustentado em uma filosofia de aprendizagem que proporcione aos alunos a oportunidade de interação, desenvolvimento de projetos compartilhados, seja com professor, tutor ou outros colegas, além de reconhecer e respeitar distintas culturas. Na atualidade do ensino a distância, existem, como também já referido, diversos AVA assentam maioritariamente na “(...) interação em sua totalidade entre os usuários e as ferramentas tecnológicas ocorrem por meio de um navegador *WEB (browser)*” (2008, p. 05). Os ambientes virtuais de aprendizagem dispõem de uma grande estrutura semelhante às divisões de uma escola, contando com: bibliotecas, sala de discussão, diário de notas, frequência, entre outros. É por meio dos fóruns, e-mails e mensagem que ocorre a interação entre os alunos, onde acontece a troca de conhecimento, um processo primordial para o processo de aprendizagem como um todo.

De acordo com os Referenciais de Qualidade para Educação Superior a distância, realizado pelo MEC (2007, p. 11), a classificação do ensino superior a distância no país, pode ser denominada como “síncronas e assíncronas como videoconferências, chats na Internet, fax, telefones, rádio para promover a interação em tempo real entre docentes, tutores e estudantes”. Independente do tipo de comunicação a ser feita entre discentes, universidade e

docentes / tutores, os estudantes têm a possibilidade de se sentirem atendidos mesmo que distantes fisicamente, sentindo-se próximos e pertencentes a um grupo através dos AVA.

Fundamentamos a comunicação síncrona como a que ocorre em tempo real ou seja, para ela ocorrer é necessário que os seus participantes combinem um determinado horário para participar das aulas e encontros por meio de videoconferências, chat, áudioconferência e teleconferência.

Já na forma de comunicação assíncrona são empregados meios de comunicação que são independentes de interação e de tempo real, podendo ser acessados a qualquer momento ou lugar, tanto pelos professores, tutores ou estudantes, sendo eles: portfólio, blog, fórum, apresentações, grupos em redes sociais e e-mail.

Referente às ferramentas de interações no ensino a distância, de acordo com Mehlecke e Tarouco (2003, p. 3), “os ambientes de educação a distância apresentam uma diversidade de ferramentas que podem promover tanto a comunicação síncrona como assíncrona”. Os recursos da *web* empregados ao suporte à comunicação, nomeadamente as salas de bate-papo, mural eletrônico, painel compartilhado, fórum, áudio e videoconferência, são referências de ferramentas disponíveis que possibilitam engrandecer e aumentar a interatividade, nas atividades que englobam o ensino a distância. Tais recursos obtêm cada vez mais destaque conforme os meios digitais evoluem, possibilitando ao estudante uma experiência de ensino quase personalizada, que valorize suas dúvidas e particularidades. Neste cenário, segundo os autores, reflete-se a relevância da relação entre o envolvimento do ensino a distância e o emprego das ferramentas de interação síncronas e assíncronas, para o êxito em todo o processo de aprendizagem.

Diversas ferramentas de ensino são empregues no processo educativo. Para investigar quais delas são realmente efetivas no processo de aprendizagem no modo de ensino a distância, é necessário identificar e descrever cada uma delas. Descrevemos então abaixo, detalhadamente, quais são as ferramentas mais populares durante a primeira década dos anos 2000 e quais suas particularidades. Porém vale ressaltar, que ao decorrer dos anos e da evolução digital, tais ferramentas foram substituídas por modelos e sistemas mais modernos e eficazes aos alunos.

Referido por Oliveira et al., (2007), tendo sido mencionados anteriormente exemplos de ferramentas síncronas e assíncronas, importa também explicar no que consistem:

- Videoconferências: tecnologia que possibilita o contato visual e por meio de som

entre indivíduos que estão distantes. Essa comunicação é realizada em tempo real, por meio de sistemas interpessoais de videoconferência que foram desenhados para esta finalidade. Além da transmissão simultânea de áudio e vídeo, esses sistemas oferecem ainda recursos de cooperação entre os usuários, compartilhando informações e materiais de trabalho, e além de permitirem a comunicação entre um grupo, permite a comunicação entre somente dois usuários;

- Chat: esta ferramenta permite ao mesmo tempo entre vários participantes por modo escrito. Estudantes, professores / tutores, estabelecem uma comunicação escrita. Para que haja eficácia nesse tipo de comunicação, é necessário que todos os participantes estejam participando ao mesmo tempo, ou seja, é necessário determinar um horário específico;
- Audioconferência: por meio desta ferramenta arquivos de imagem, áudios e vídeos são transmitidos de forma simultânea para vários indivíduos. Consistindo em um sistema de interação que permite que os usuários possam escutar e interagir, como por exemplo em palestras, seminários, cursos e reuniões;
- Teleconferência: neste tipo de ferramenta ocorrem conferências a distância, que são realizadas em tempo real e transmitidas em direto. Atualmente, muitas teleconferências de eventos e cursos ficam disponíveis online para que o público possa assistir e consumir aquele conteúdo mesmo a distância.

Dentre as ferramentas assíncronas se encontram:

- Tele-aula / telecursos: tal sistema não integra a realidade do ensino superior a distância no Brasil, mas representa a evolução da formação a distância como um no país. Os cursos que são disponibilizados via telecursos / tele-aula contam com aulas televisivas com material impresso encontrado nas bancas de jornal;
- Internet e Redes de Computadores: a internet é o grande meio, sendo atual responsável pela evolução do ensino a distância. Os serviços mais utilizados pelas plataformas AVA e pelos estudantes são: www (world wide web), e-mail, mídias sociais, lista de discussão, chat (salas de bate-papo), entre outros. A www é um serviço que disponibiliza as informações de forma que podem ser visualizadas por meio de um browser. A comunicação por meio da internet propicia a troca de mensagens informações de forma intuitiva, o que contribui para a evolução e

disseminação e interação em todo o processo da educação a distância;

- FAQ: Frequent Ask Question (questões frequentemente perguntadas). Exibe perguntas e respostas mais utilizadas, para facilitar assim aos alunos e professores, obtendo economia de tempo e de recursos;
- Mídias sociais / Aplicativos multiplataforma de mensagens instantâneas: por meio das mídias sociais como Facebook, e por aplicativos de mensagens instantâneas como o WhatsApp, estudantes e professores trocam informações, materiais e tarefas relacionados ao curso. É atualmente uma importante ferramenta de interação entre os docentes e discentes;
- Blog: no contexto educativo, pode funcionar como um diário virtual e para gerar ou obter informações sobre o curso. Possibilita a interação entre leitor e autor;
- Fórum: por meio dessa ferramenta são realizados debates, esclarecimento dúvidas e postagens de reflexões sobre a matéria. Além disso, permite avaliação qualitativa e quantitativa pelos professores / tutores;
- E-mail: permite o envio e recebimento de mensagens por meio de textos simples, imagens, arquivos e compartilhamento de informações como um todo, entre os envolvidos;
- Material Impresso: instrumento básico utilizado no ensino a distância, funcionando como material de apoio, auxiliando no processo de aprendizagem autônoma;
- Softwares de ensino: Os softwares que são utilizados na área da educação, têm como principal objetivo realizar a ponte entre professores / tutores e alunos. A informação é organizada de acordo com uma sequência pedagógica organizada pelo professor e que posteriormente é apresentada ao aluno, que possui o acesso remoto a partir de uma plataforma de ensino. Cabe ressaltar que cada software de ensino possui um objetivo específico. Portanto, de acordo com cada objetivo, professores e estudantes devem fazer as escolhas de que forma e quando utilizar;
- Moodle é um software livre, que tem como função o suporte à aprendizagem, executado em um ambiente virtual de aprendizagem. Além disso, o ambiente Moodle também funciona muitas vezes como apoio ao ensino presencial e semipresencial. Citamos o Moodle no presente estudo, pois ele é um dos principais softwares utilizados no contexto e-learning no mundo, estando presente em mais de 75 línguas, com mais de 25.000 websites registrados em 175 países. Insere-se no Learning

Management System (Sistema de gestão da aprendizagem), que é todo software ou plataforma, acessível através da Internet ou de rede local;

- Avatar (Moodle + AVA): o avatar é uma autorrepresentação do utilizador, ou seja, do estudante no seu todo. Nos ambientes imersivos virtuais de aprendizagem, toda comunicação com outros integrantes é mediada por ferramentas e representada mediante a sua própria apresentação. Para Yee e Bailenson (2009) estas autorrepresentações que são criadas por meio dos avatares são determinantes no comportamento e interação dentro dos AVA. A aparência do avatar produz uma comunicação não-verbal, e passa uma mensagem aos outros utilizadores, o que pode passando uma determinada mensagem aos outros através da sua apresentação;
- Pólos: o objetivo dos polos é oferecer apoio pedagógico e administrativo aos alunos, para realização de trabalhos colaborativos e atribuição de provas. Ou seja, sem os pólos presenciais todo o atendimento ao estudante é oferecido via *online*.

## **2.5 Comunicação no Ensino Superior a distância**

De acordo com Saraiva (1996), apesar da educação provocar o estímulo de habilidades e atitudes por meio da comunicação de informações e conhecimentos, o que se denomina ensino, implica também o apoderamento, por parte dos indivíduos, dessas informações e conhecimentos e habilidades estimuladas. Isto se denomina aprendizagem. A educação, sendo presencial ou a distância tem o como um todo o objetivo de acarretar em processos e mudanças pessoais e sociais entre o que foi ensinado e o que foi absorvido, alterando a realidade vivida de um indivíduo. A educação produz mudanças no contexto cultural - pessoal e coletivamente, social e individual. Uma proposta de ensino/educação a distância exige muito mais que materiais instrucionais a disposição do estudante, é necessário um atendimento pedagógico, que supere a distância e que possa promover a relação professor-estudante. O atendimento pedagógico deve ser o centro do processo de planejamento da educação a distância, e deve atender às necessidades educacionais, seja desde a escolha dos meios de comunicação até a organização da veiculação e dos canais de comunicação a distância entre atores.

Devido ao desenvolvimento do acesso aos meios e ferramentas comunicação, até no modo de ensino presencial estão sendo utilizados meios digitais, a fim de inovar a

transmissão de conhecimento, tendo como objetivo motivar e aproximar os alunos da matéria e da academia em si. O modelo de educação a distância, ao utilizar ambientes virtuais de aprendizagem, também conhecidos como salas virtuais, tem como propósito executar a comunicação entre professores e estudantes, assim por meio da dinamização, utilizando ferramentas já citadas anteriormente tais como: vídeos, exercícios, chats, fóruns, entre outros. Desta forma, aborda-se no presente subcapítulo o papel do AVA como propagador do conhecimento e como principal ferramenta e recurso para a manutenção da comunicação no EaD. A falta de motivação perante a auto-aprendizagem que demanda disciplina, o pouco controle e a superficial relação entre colegas, professores e tutores podem contribuir para o abandono do curso. Isto quer dizer, que uma comunicação efetiva no ensino a distância, está muito relacionada com a baixa evasão dos cursos.

Para entendermos o quanto a comunicação é essencial em todo o processo da educação a distância, é necessário citar conceitos que determinam os termos: interação e interatividade. Segundo o dicionário da língua portuguesa, o termo interação diz respeito ao “fenômeno que permite a certo número de indivíduos constituir-se em grupo, e que consiste no fato de que o comportamento de cada indivíduo se torna estímulo para o outro” (Priberam, 2011). Já o termo interatividade faz menção a componentes tecnológicos que promove a “[...] permuta entre o usuário de um sistema informático e a máquina, por meio de um terminal dotado de um ‘ecrã’ de visualização” (Priberam, 2011). Isto quer dizer, que ao se utilizar os ambientes virtuais de aprendizagem, usa-se recursos tecnológicos interativos que automaticamente promovem o diálogo e a transmissão do conhecimento entre docentes e discentes. Segundo Ribeiro; Mendonça G. e Mendonça, A. (2007) as tecnologias de comunicação, que são considerados ambientes virtuais de aprendizagem, possuem o propósito de mediar o conhecimento e todo o processo de gestão pedagógico. Tais softwares e suas ferramentas foram desenhados para promover a aprendizagem de forma mais eficaz possível. Para os autores, os ambientes virtuais de aprendizagem as seguintes vantagens:

- “a interação entre o computador e o aluno;
- a possibilidade de se dar atenção individual ao aluno;
- a possibilidade do aluno controlar seu próprio ritmo de a aprendizagem, assim como a sequência e o tempo;
  - a apresentação dos materiais de estudo de modo criativo, atrativo e integrado, estimulando e motivando a aprendizagem;
  - a possibilidade de ser usada para avaliar o aluno”. (Ribeiro; Mendonça, G.; Mendonça, A. 2007, p. 05).

Para o autor Moran (2004) a educação contemporânea tem como objetivo a constituição de um conhecimento integrado. Isto quer dizer, integrar o racional, o emocional e a sensibilidade como um todo. Para Moran, em todo o processo histórico a educação foi constituída dentro de uma base separada, em que o racional era dissociado de qualquer emoção. Contudo, todo o processo de educação se rege em torno da integração entre o racional e das nossas relações afetivas e pessoais, não existindo separações em nossa mente, o que contextualiza que todo conhecimento para ser efetivo, deverá ser construído em torno da integração e da interação.

O autor ainda aborda por conta do que foi citado, que muitos estudantes possuem melhor desempenho na aprendizagem em matérias que os docentes são dinâmicos e que interagem de forma mais cordial, conhecendo cada aluno. Dessa forma se justifica muito do porquê da grande evasão de alunos matriculados no EaD, pois esse vínculo não é gerado ou é frágil. Porém, o desencontro entre a essencialidade de fazer uso de recursos tecnológicos em AVA e a questão da convivência física entre estudantes e docentes, não pode representar a eliminação dos relacionamentos sociais no ensino a distância.

Ainda segundo Moran (2004) há uma ligação entre cérebro, mente e corpo. Howard Gardner no livro "Estruturas da Mente" (1983) menciona que entrelinhas do processo de aprendizagem aperfeiçoamos habilidades que resultam de estímulos: o tocar, olhar, observar imagens, ouvir, até desenvolver aptidão e interesses. Dessa forma, desenvolvemos nossas competências e construímos a nossa inteligência, associando o racional com o nosso lado sensível, ambos desenvolvidos durante o processo de aprendizagem e na nossa vida pessoal. É sensato afirmar que a inteligência de cada indivíduo varia e é uma experiência individual que não deverá ter comparativos, dependendo de alguns fatores como a assim da faixa etária ou método de ensino. Por isso que a educação tem como objetivo essencial incentivar as relações sociais, por meio de trabalhos em grupo, atividades que envolvam cooperação, com métodos didáticos que despertam a comunicação. Conforme abordado por Moran (2004, p.1):

“O afetivo dinamiza as interações, as trocas, a busca, os resultados. Facilita a comunicação, toca os participantes, promove a união. O clima afetivo prende totalmente, envolve plenamente, multiplica as potencialidades. O homem contemporâneo, pela relação tão forte com os meios de comunicação e pela solidão da cidade grande, é muito sensível às formas de comunicação que enfatizam os apelos emocionais e afetivos mais do que os racionais.”

O ser humano tem assim como base de sua existência a socialização, sendo necessário pela sua essência combinar estímulos afetivos e racionais, principalmente no contexto da

aprendizagem, pois desde que nascemos aprendemos por meio da troca e da comunicação com os nossos pais. Dessa forma, os AVA no ensino a distância deverão suprir as necessidades de socialização e comunicação do ser humano. O AVA é um espaço e uma ferramenta que possui função pedagógica, em que o docente concede recursos aos estudantes que possam reproduzir o mesmo conceito de aulas presenciais, tais como textos, cronogramas, exercícios e interação (Haguenauer, 2008). Dentro deste espaço, o docente deverá sempre manter atividades dinâmicas que impulsionem relações sociais, e é por isso que o ensino superior no Brasil não se configura com materiais disponibilizados por e-mail, ou seja por comunicação unilateral, mas sim com aulas via AVA em que se vê o professor, em que há interação em um espaço virtual com debates e trocas, em que a comunicação é bilateral.

Para Haguenauer (2008) a linguagem empregue, para ser efetiva e configurar interação entre os envolvidos, deve intercalar materiais acadêmicos e assuntos informais, com o objetivo de aproximar e gerar proximidade entre o professor / tutor e alunos. O imprescindível é tornar o AVA um espaço ‘vivo’ e atrativo para estudantes e intuitivo para os professores. O objetivo é mesclar entre relações virtuais e reais para dar maior foco aos estudantes por meio de encontros presenciais e os momentos virtuais, mesmo que seja em contato com o polo. As atividades presenciais auxiliam no envolvimento do estudante, reforçando a comunicação bilateral, necessária em todo o processo de aprendizagem. Neste contexto, se ressalta a importância de tutores presenciais, mesmo que em momentos de avaliação, para gerar vínculos, incentivar, tirar dúvidas e serem o porta-voz da universidade, um canal direto que não seja apenas o computador.

Conforme Souza (2006), a maior resistência em utilizar ambientes de virtuais de aprendizagem e o ensino a distância reside no receio da falta de interação, que é aparentemente uma grande causadora de falta de interesse e evasão universitária. Dessa forma, é necessária a criação e popularização de instrumentos que proporcione e facilite uma comunicação ampla. Por exemplo, tutoriais, grupos em redes sociais, uso de avatares em salas virtuais ou de fotos dos participantes podem ser instrumentos facilitadores da comunicação, ajudando a inverter essas tendências. A autora ainda enfatiza que no ensino presencial, o professor consegue diagnosticar problemas por “sentir” os alunos e por isso, consegue mudar sua didática e metodologia dependendo dos estudantes. Já no ensino a distância, são necessários métodos que possuam esse mesmo propósito e que dêem ao

professor a capacidade de conhecer e se comunicar de forma mais próxima com os seus alunos. O acompanhamento do aluno durante as aulas faz parte, inclusive, do método de avaliação formativo. Souza (2006) destaca ainda a importância de adequar interesses racionais (conteúdos, matérias e disciplinas, etc.) à manutenção da socialização, no intuito de contribuir para a diminuição do estresse estudantil.

Como já apresentado, esses aspectos fazem parte de forma integral da formação do aluno. As universidades deverão gerar apoio pedagógico, suporte tecnológico e de orientação e os AVA não conseguem gerir sozinhos esse apoio, sendo por isso necessário um esforço e planejamento coletivo da instituição.

Afinal, tanto se ensina sobre comunicação nas universidades, mas como anda a comunicação das mesmas com os seus públicos internos? Ao tecer essas considerações, a autora considera que o AVA seja configurado como a prioridade em um espaço de cooperação e colaboração, para que seja eliminada a sensação de isolamento, o desânimo, a ansiedade e a desmotivação. Para que a aprendizagem seja eficaz, deve-se sempre investir na flexibilização ao diagnosticar necessidades, interesses, e falhas além de introdução de novas ferramentas que irão surgir com a evolução do modelo, testar novos ambientes de aprendizagem, sempre pensando na qualidade do curso. Como sabemos, a estrutura de uma instituição não é mais feita apenas por paredes e um professor, hoje, o modelo a distância atrai cada vez mais estudantes.

## **2.6 Histórico da Educação a distância**

A partir da invenção da escrita, para que a comunicação fosse eficaz, não era mais preciso que o emissor e o receptor da mensagem estivessem no mesmo espaço físico. De acordo com Maia e Mattar (2007, apud Passos 2018), muitos estudiosos especulam que as cartas de Platão e as Epístolas de São Paulo, são os primeiros exemplos de ensino a distância. Outros autores acreditam que o ensino a distância só foi possível com a invenção da imprensa no século XV. Escrever proporcionou a comunicação entre indivíduos separados geograficamente e com a invenção de Gutenberg, tal processo foi facilitado, permitindo que informações e ideias fossem transmitidas e compartilhadas a um número maior de indivíduos, o que gerou debates e discussões a respeito da produção e reprodução de conhecimento. a produção e a reprodução do conhecimento.

A educação a distância não tem seu início marcado pela presença facilitadora da internet. Segundo Passos (2018), as primeiras experiências são datadas no século XIX, com maior ocorrência na Europa, em cursos aplicados por correspondência na Suécia, Reino Unido e Espanha. Já no Século XX, esse modelo de ensino se expandiu e chegou a outros continentes. No Brasil, a educação a distância deu seus primeiros sinais também com a oferta de cursos por correspondência no século XX, e por mais de 20 anos, esta foi a única forma da educação a distância no país. Contudo, as mídias da segunda geração, como o rádio e a televisão, começaram a ser exploradas para o uso na educação e durante a segunda metade do século XX, a educação a distância se fortaleceu e se estabeleceu como uma importante modalidade de ensino no país.

Por se tratar, principalmente de um país com um amplo espaço geográfico, onde a educação a distância vem se desenvolvendo a cada dia, para que todos tenham acesso ao ensino superior, o ensino a distância vem se desenvolvendo e sendo cada vez mais ampliado. Atualmente, segundo o Censo da Educação Superior divulgado em 2018 pelo Inep, pela primeira vez, as vagas no EaD superam as do ensino presencial, sendo oferecidas mais de 7,1 milhões em 2018, contra 6,4 milhões do ensino presencial. O EaD no ensino superior, só no ano de 2018 contou com a oferta de 3.177 cursos, o maior número de cursos oferecidos desde a sua regulamentação em 1996. Outro fator favorável ao desenvolvimento de cursos de ensino superior a distância é a realização via rede pública de ensino, apoiada pelos programas Universidade Aberta do Brasil e Rede e-Tec Brasil, quais iremos discorrer a seguir.

### **2.6.1 Trajetória do modelo a distância no mundo**

A comunicação educativa com o intuito de incitar a aprendizagem em indivíduos longe fisicamente, possui origem na troca de mensagens escritas na antiguidade (Saraiva, 1996). Segundo a autora o processo se iniciou na Grécia e posteriormente em Roma, onde havia uma rede de comunicação em que se desenvolviam as correspondências. Dentre as cartas que continham informações do cotidiano pessoal da época, tinham as que possuíam informações científicas e as que tinham o objetivo de instruir. Essa troca de cartas e informações se manifesta no início da consolidação religiosa do Cristianismo, atravessando os séculos para se desenvolver mais rapidamente nos períodos em que as correntes do Humanismo e Iluminismo defendem o resgate do homem e da disseminação do conhecimento.

Já em 1833, um outro anúncio publicado na Suécia fazia referência ao ensino por correspondência e em 1840, Isaac Pitman na Inglaterra, realizava um compilado de princípios da taquigrafia e enviava a estudantes. Porém, a educação a distância de forma institucionalizada iniciou somente a partir da metade do século XIX. O ano era 1856 quando Charles Toussaint e Gustav Langenscheidt, criaram em Berlim a primeira escola de línguas por correspondência. Em 1873, na cidade de Boston, Anna Eliot Ticknor cria a Society to Encourage Study at Home. E posteriormente em 1891, Thomas J. Foster, em Scranton (Pennsylvania), inaugura um curso de segurança do trabalho em mineração, o International Correspondence Institute (Saraiva, 1996).

Já no século XX, é observada a consolidação do ensino a distância, reafirmando as palavras de William Harper, escritas em 1886: "Chegará o dia em que o volume da instrução recebida por correspondência será maior do que o transmitido nas aulas de nossas academias e escolas; em que o número dos estudantes por correspondência ultrapassará o dos presenciais;..." (Saraiva, 1996, p. 18).

O desenvolvimento, ampliação e modernização do correio, facilitaram o aperfeiçoamento da informação e da comunicação, influenciando diretamente na educação a distância. Nota-se um notável crescimento quantitativo, com o aumento de países, instituições, cursos e alunos. Porém há também um grande melhora qualitativa na evolução do ensino a distância entre o século XIX e XX, pois são formuladas novas metodologias, cursos mais completos e mais bem desenvolvidos; no geral os avanços são concretizados nesse modelo de ensino.

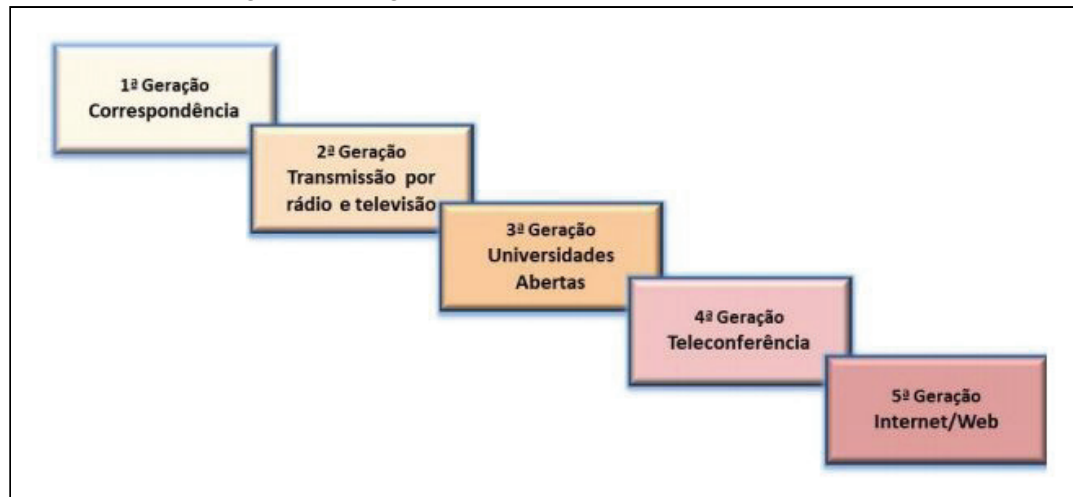
O primeiro marco da educação a distância foi marcado por um anúncio publicado na Gazeta de Boston em 1978, pelo docente de taquigrafia Cauleb Phillips: "Toda pessoa da região, desejosa de aprender esta arte, pode receber em sua casa várias lições semanalmente e ser perfeitamente instruída, como as pessoas que vivem em Boston." (Saraiva, 1996, p. 18)

Ainda segundo a autora, desde as décadas de 60 e 70, a teleducação, mesmo mantendo os materiais por escrito como base do processo de aprendizagem, incorpora áudio e vídeo cassete, transmissões de rádio e televisão, vídeo texto, o vídeo disco no ensino a distância.

Só mais recentemente na década de 90 que o computador ganhou popularidade e que foi criada a tecnologia de ferramentas multimídia de, que combina textos, sons, imagens, mecanismos de geração de caminhos alternativos de aprendizagem (hipertextos, diferentes

linguagens), instrumentos de uma fixação de aprendizagem com feedback imediato, programas tutoriais e tudo informatizado. Chegando a essa nova geração do ensino a distância que conhecemos hoje, conforme a figura abaixo:

Figura 3 – As gerações de educação a distância



Fonte: Passos (2018).

### 2.6.2 Trajetória do EaD no Brasil

É provável que o histórico da educação a distância no Brasil tenha se perdido ao longo dos anos e não tenha registro, tendo em vista que os primeiros dados registrados são do século XX. A evolução do EaD no Brasil, assim como no mundo, é apontada pela criação e desenvolvimento dos meios de comunicação. O ensino a distância no Brasil passou pelo ensino por correspondência, evoluiu para a transmissão radiofônica, posteriormente para a televisiva, até chegarmos nos dias atuais na era informática. Essa trajetória pode ser dividida em três fases:

#### 1. Fase Inicial:

Segundo Passos (2018), 1904 é tido como o ano inicial da educação a distância no Brasil. Neste ano ocorreu a instalação das “Escolas Internacionais” no país, filial de uma organização norte-americana, com cursos via correspondência para pessoas que estavam em busca de formação na área de comércio e serviços para se inserirem no mercado de trabalho. Durante esse período o serviço dos correios era precário, o que dificultava a disseminação dos cursos a distância.

Já no início do século XX, segundo Passos (2018, apud Faria, 2011) os cursos por correspondência foram evoluindo para cursos oferecidos por meio da rádio e posteriormente pela televisão. Em 1923 foi fundada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que deu início à

educação por meio da rádio, através da qual eram oferecidos cursos de línguas. Ainda segundo Passos (2018), em 1937 essa rádio foi integrada ao Ministério da Educação e Saúde, sendo criado o Serviço de Radiodifusão Educativa do Ministério da Educação, se tornando o segundo meio de transmissão da educação a distância no país.

No ano de 1947 e até os dias atuais, muito populares, Serviço Social do Comércio (SESC) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), criaram no Rio de Janeiro e em São Paulo, A Universidade do Ar, com cursos radiofônicos comerciais. Tal experiência atingiu mais de 318 cidades e durou até 1961.

## 2. Fase Intermediária:

Nesta fase houve a popularização dos cursos abertos profissionalizantes por correspondência com a melhora dos serviços por correio, assim como dos demais cursos por rádio e televisão.

Dando continuidade à fase inicial, de acordo com Passos (2018), a fase intermediária é marcada pela evolução da educação a distância no SESC/SENAC. O SENAC, por exemplo, não parou com os cursos EaD no projeto Universidade do Ar: no ano de 1976 foi criado o Sistema Nacional de Teleducação, focando a formação de mão de obra na área de comércio e serviços, mas instituição possui cursos a distância até os dias atuais. Em 1988, iniciou o processo de informatização dos cursos e, em 1995, foi criado o criou o Centro Nacional de Educação a distância (CEAD), que até os dias atuais é responsável pelo oferecimento de cursos a distância do SESC/SENAC. Nos anos 2000, para atender a todas as unidades do Sistema SENAC, foi criada a Rede Nacional de Teleconferência, que era transmitida via satélite com interatividade em tempo real por meio de e-mail, telefone e fax.

Também entre as décadas de 1970 e 1980, outras organizações não governamentais e fundações privadas utilizaram satélite se material impresso para disponibilizar cursos supletivos EaD. Foi neste período que a Fundação Roberto Marinho, em parceria com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), inaugurou um programa de educação supletiva EaD destinado a alunos do primeiro e segundo grau. Tal programa se popularizou e se tornou no Telecurso 2000, que até os dias de hoje ainda cursos supletivos gratuitos, transmitidos por vídeos e por televisão, além de salas espalhadas pelo Brasil. Segundo Passos (2018), aproximadamente quatro milhões de pessoas no Brasil se beneficiaram com esse projeto.

### 3. Fase Moderna:

Alves (2011), discorre sobre a fase moderna como a das tecnologias de informação e comunicação. Segundo a autora foi na década de 90, por meio da transformação dos meios de comunicação, que houve uma evolução significativa no ensino a distância como um todo, se popularizando, principalmente, no ensino superior. Até então, os cursos EaD eram voltados para supletivos, cursos profissionalizantes e de línguas, tendo em vista que somente no fim do século XX que o ensino superior, no Brasil e no mundo como um todo, se popularizou e ganhou notoriedade entre a população.

Ainda de acordo com Alves (2011), foi em 1991 o princípio da fase moderna, com a criação do programa “Jornal da Educação - Edição do Professor”, que em 1995 teve seu nome alterado para “Um Salto para o Futuro” e foi incorporado à TV Escola, canal educativo da Secretaria de Educação a distância do Ministério da Educação. Tal programa, de educação continuada e aperfeiçoamento de professores, principalmente de docentes do Ensino Fundamental, atinge até os dias atuais mais de 250 mil professores em todo o Brasil.

Mas foi somente em 1992 que o ensino superior a distância ganhou destaque no país com a criação da iniciativa governamental, Universidade Aberta, programa articulado entre governo federal que apoia instituições públicas de ensino superior a oferecerem cursos de nível superior e de pós-graduação, por meio do uso da modalidade de educação a distância. No ano de 1995 é criado o Centro Nacional de Educação a distância.

Em 1996 (Alves, 2011) é criada Secretaria de Educação a distância (SEED), fato que promove democratização e acesso a educação brasileira. É também neste ano que o EaD é oficialmente inserido nas bases legais, sendo estabelecido pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, apesar de ser regulamentada somente no dia 20 de dezembro de 2005 pelo Decreto nº 5.622 (BRASIL, 2005) que revogou os Decretos nº 2.494 de 10/02/98, e nº 2.561 de 27/04/98, com normatização definida na Portaria Ministerial nº 4.361 de 2004.

No ano 2000 é criada a UniRede (Rede de Educação Superior a distância), consórcio que abrange mais de 70 instituições públicas do país, oferecendo cursos de graduação, pós-graduação e extensão. Quatro anos mais tarde, em 2004, o governo disponibilizou diversos programas de formação inicial e continuada para professores da rede pública do Brasil, implementados pelo MEC no regime EaD. Dentre eles se encontram o Proletramento e o Mídias na Educação. Ambas ações impulsionaram a criação do Sistema Universidade Aberta

do Brasil (Alves, 2011).

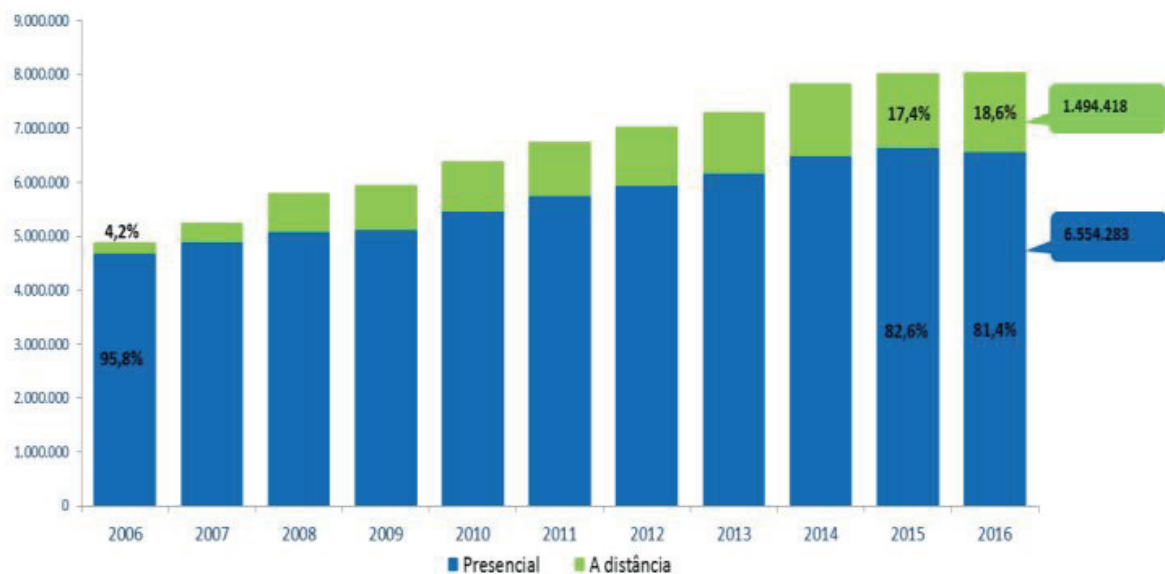
No ano de 2009, entra em vigor a Portaria nº 10, de 02 julho de 2009, que estabeleceu critérios que houvesse a dispensa de avaliação *in loco*, o que gerou outras providências e configurações ao ensino superior a distância do país. Porém no ano de 2011 a Secretaria de Educação a distância é extinta, pois segundo o MEC, o objetivo da extinção foi que o ensino a distância no país fosse gerido pelas secretarias convencionais, utilizando as mesmas medidas tanto para as modalidades presenciais, quanto para as distância.

Na última década novas regulamentações surgiram, a fim de estimular o crescimento do EaD, e principalmente do ensino superior brasileiro. “As matrículas nos cursos de nível superior a distância registraram, de 2009 a 2015, um crescimento de 66%: um aumento de 90% na rede privada e uma queda de 26% na rede pública. (SEMESP<sup>5</sup>, 2017, apud Ricardo, 2017, p.24). Segundo Ricardo (2017), a modalidade a distância cresceu mais de 20% entre os anos de 2015 e 2016, em contrapartida, os cursos presenciais apresentaram um decréscimo de 3,7% no número de ingressantes. Segundo o Censo da Educação Superior (MEC, 2016), o número de estudantes matriculados em cursos de graduação presencial diminuiu 1,2% entre 2015 e 2016; já na modalidade a distância, o aumento foi de 7,2%. A presença da educação a distância em 2006 era de 4,2% do total de estudantes matriculados em cursos de graduação e aumentou 10 anos depois sua participação, em 2016, para 18,6%.

---

<sup>5</sup> SEMESP (Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo)

Gráfico 1 - Número de matrículas em cursos de graduação, por modalidade de ensino: Brasil (2006-2016)



Fonte: Censo da Educação Superior, MEC, 2016. p.07.

De acordo com o Censo EaD.BR 2017 (ABED - Associação Brasileira do Ensino a Distância), ao analisarmos o tempo de atuação das instituições que ofertam cursos superiores presenciais e EaD, é atestado que, no país, o ensino a distância se originou em instituições que já possuíam cursos presenciais, sendo que a maior parte dos cursos EaD foram desenvolvidos entre seis e dez anos atrás. Vale ressaltar, no entanto, um movimento novo registrado e explorado pelo Censo 2017, realizado pela ABED, ilustrando que em 2015 e 2016, não tinham dados sobre a criação de instituições que passaram a ofertar o EaD naqueles anos. Em 2017, foram contabilizadas 14 instituições que oferecem o ensino a distância em um período inferior há um ano, sendo esse movimento possivelmente relativo à flexibilização da oferta do ensino superior a distância no Brasil. Dessa forma, pode-se afirmar que essas tais mudanças na legislação colaboram ainda mais para a expansão do EaD no país referente à qualidade, a médio e longo prazo, as avaliações e consequentemente a reputação que se espelhará no mercado de trabalho dirão.

### 2.6.3 A regulamentação do EaD no Brasil

O ensino a distância surgiu fora dos padrões da educação formal presencial, e por isso até os dias atuais, há a ideia geral do EaD sofrer preconceito e dificuldade de aceitação. O ensino a distância, como sabemos, surgiu com os cursos por correspondência, sendo aceito,

por muitos anos, apenas por cursos livres, não sendo reconhecida e regulamentada pelo governo do Brasil. No entanto, sua evolução foi aquém de interesses governamentais, as distâncias gigantescas do território brasileiro, finalmente poderiam ser quebradas por meio do ensino a distância. De acordo com Passos (2018), no Brasil, a primeira legislação que citou o tema foi a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), de 1961 (Lei 4.024, de 20 de dezembro de 1961), e a Lei 5.692, de 15 de agosto de 1971, lei essa que reformulou a LDB. Esta lei afirmava que o ensino supletivo poderia ser ministrado em classes ou mediante a utilização de televisão, rádio ou correspondência. Mas, somente em 1996, a educação a distância foi reconhecida como uma modalidade de ensino oficial, graças a à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei n.9.394, de 20 de dezembro de 1996. Essa lei tornou a modalidade regulamentada para todos os níveis de educação, sendo um importante avanço para o EaD e para o ensino superior como um todo, uma vez que permitiu, o funcionamento de cursos de graduação e pós-graduação.

Este foi o início do avanço da regulamentação do EaD no Brasil, que em 1998, iniciou a publicação de um conjunto de leis, portarias e decretos para tratar o método de ensino-aprendizagem a distância. Dentre os principais decretos e portarias, segundo o portal da Associação Brasileira de Educação a Distância se encontram:

- Decreto n.º 5.773, de 09 de maio de 2006, que diz a respeito do exercício da regulação, supervisão e avaliação das Instituições de Ensino Superior (IES), incluindo o ensino superior a distância;
- Portaria Normativa nº 1, de 10 de janeiro de 2007, que faz referência aos ciclos avaliativos do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), credenciamento de instituições para oferecerem cursos de ensino superior EaD, assim como a respeito do funcionamento dos polos de apoio presencial. De acordo com Passos (2018), em 2009 havia 145 instituições credenciadas oferecendo cursos superiores na modalidade a distância, contando com mais de mais de 760.000 mil estudantes;
- Portaria Normativa nº 10, de 02 de julho de 2009, que alterou critérios para dispensa de avaliação *in loco*

Atualmente, o Decreto 9.057, de 25 de maio de 2017, define a educação a distância no Brasil como:

[...] a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e

aprendizagem ocorra com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com pessoal qualificado, com políticas de acesso, com acompanhamento e avaliação compatíveis, entre outros, e desenvolva atividades educativas por estudantes e profissionais da educação que estejam em lugares e tempos diversos (Brasil, 2017).

Além disso, no dia 14 de setembro de 2017, o MEC, aprovou o Parecer 462/2017 CNE do Conselho Nacional de Educação concedendo que os cursos de pós-graduação *stricto sensu*, possam ser feitos no modelo a distância, mas neste caso, o reconhecimento é feito pela CAPES.

Conforme apresentado anteriormente, os decretos relacionados com o ensino a distância permitiram por um lado incorporar o EaD às políticas estatais, que visam à expansão, e por outro lado, estabelecer critérios mais sólidos de credenciamento de universidades, o que visou à expansão, estabelecendo critérios de qualidade por meio de regras para credenciamento, supervisão e avaliação. Com isso, segundo o Ministério da Educação editou a Portaria Normativa nº 11, de 20 de junho de 2017, que regulamenta o Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017, com o intuito de expandir a oferta de cursos superiores na modalidade a distância e desenvolver qualidade da atuação regulatória do MEC. Esta regulamentação permite que as IES se credenciem para oferecer cursos de graduação e pós-graduação (*lato sensu*), sem necessitar do credenciamento para cursos da modalidade presencial. A partir dessa nova regra, não há mais a obrigatoriedade de uma instituição de ensino oferecer cursos presenciais, o que abre oportunidades exclusivas para o modelo EaD como um todo. Porém, cumpre ainda a regra estabelecida do parágrafo terceiro do artigo 1º da Portaria Normativa nº 11, que preserva o requisito da oferta regular de um curso de graduação, independente da modalidade, como condição indispensável para manutenção do credenciamento das IES (Brasil, 2017).

De acordo com Ricardo (2017) outros dois pontos de inovação no ensino superior a distância foram apresentados nessa nova Portaria de 2017:

1. Avaliação *in loco* no endereço da sede das IES, sem a necessidade da avaliação e verificação dos polos. O objetivo de tal mudança é certificar a existência de metodologias, estrutura física, tecnológica e funcionários treinados; que viabilizem a realização das atividades previstas no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e no Projeto Pedagógico do Curso (PPC).
2. Criação de polos de educação a distância pelas IES que já estão credenciadas para o

EaD. Detalhando a quantidade de polos autorizados de acordo com o Conceito Institucional (CI), mais recente da Instituição. Ressaltando que o CI está integrado ao processo avaliativo chamado SINAES. O Conceito Institucional é dado após visitas de especialistas do MEC às IES credenciadas. Isto quer dizer que IES com um alto número (este que varia de 1 a 5), poderão abrir até 250 novos polos por ano no país, ampliando geograficamente o ensino superior a distância no Brasil.

Ainda segundo o autor Ricardo (2017), a partir das transformações apresentadas pela Portaria, com o objetivo de guiar o foco da pesquisa, é válido ressaltar que tais alterações governamentais tem como alicerce as instituições privadas, que pretendem ampliar seu público por meio do fortalecimento do ensino a distância. Existe um plano governamental de cumprir a meta 12, que faz referência ao Plano Nacional de Educação, de elevar a taxa bruta de matrículas no ensino superior para 50% e a taxa líquida para 33% entre a população de 18 a 24 anos e assegura a qualidade dos cursos perante a expansão. Tanto o decreto presidencial, como a Portaria, apontam critérios mais flexíveis para o ensino a distância o que pode interferir ou não na qualidade e automaticamente na reputação do ensino superior a distância como um todo. Porém, independente disso, é comprovado o avanço e as iniciativas para a expansão do EaD no ensino superior do país, seja com objetivos econômicos de instituições privadas, seja com metas referente ao nível de educação do Brasil.

#### **2.6.4 Universidade Aberta do Brasil**

De acordo com Passos (2018), durante a década de 70 uma organização do Reino Unido chamada Open University (OU), uma universidade de ensino a distância, fundada e mantida pelo governo britânico, ganhou prestígio e repercussão no mundo todo pelo desempenho positivo na área da educação. Durante anos o Brasil se baseou em modelos similares a OU, mas foi em 2005 que o MEC, em parceria com Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (ANDIFES) e das Instituições participantes do Fórum das Estatais pela Educação, criaram a Universidade Aberta do Brasil (UAB).

O objetivo da UAB, desde o seu início, é o apoio às Políticas Públicas e à Gestão da Educação Superior, oficializada por meio do Decreto nº 5.800, de 8 de julho de 2006, ao instituir em seu Artigo 1º “[...] o Sistema Universidade Aberta do Brasil, voltado para o desenvolvimento da modalidade de educação a distância, com a finalidade de expandir e

interiorizar a oferta de cursos e programas de educação superior no País”.

Os objetivos da Universidade Aberta do Brasil, estão determinados nos itens I a VII do parágrafo único, do Decreto nº 5.800, de 8 de julho de 2006:

- “I - oferecer, prioritariamente, cursos de licenciatura e de formação inicial e continuada de professores da educação básica;
- II - oferecer cursos superiores para capacitação de dirigentes, gestores e trabalhadores em educação básica dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- III - oferecer cursos superiores nas diferentes áreas do conhecimento;
- IV - ampliar o acesso à educação superior pública;
- V - reduzir as desigualdades de oferta de ensino superior entre as diferentes regiões do País; VI - estabelecer amplo sistema nacional de educação superior a distância;
- VII - fomentar o desenvolvimento institucional para a modalidade de educação a distância, bem como a pesquisa em metodologias inovadoras de ensino superior apoiadas em tecnologias de informação e comunicação.”

O sistema Universidade Aberta do Brasil foi projetado para integrar instituições públicas de ensino superior com estados e municípios mais afastados dos grandes centros urbanos, promovendo a democratização do ensino, ou seja, o próprio governo gerar a possibilidade de acesso ao ensino superior, nas universidades públicas, de forma gratuita. A UAB em si não se caracteriza como uma universidade, mas sim como um sistema estruturado entre instituições públicas de ensino superior, articulado para levar o acesso ao ensino público de qualidade a cidadãos brasileiros que residem em municípios que não possuem universidades públicas, trazendo a possibilidade da educação chegar mesmo aos locais mais distantes.

Ainda segundo Passos (2018), sistema UAB recebe financiamento da CAPES e do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). O governo ainda apoia o programa investindo na capacitação de recursos humanos, compra e produção de material didático, assim como na produção dos sistemas de aprendizagem online.

De acordo com a CAPES (2018, apud Passos, 2018), entre os anos de 2005 a 2017, o sistema UAB formou mais de 89.140 estudantes, sendo 46.605 em cursos de especialização, 42.535 em cursos de licenciatura. Possui, atualmente, mais de 125.000 estudantes participando pelo sistema e atualmente são ofertados mais de 800 cursos que estão sob a responsabilidade de 109 instituições públicas brasileira de ensino superior. Possuindo mais de 770 polos de apoio, que estão distribuídos pelas cinco regiões geográficas do Brasil.

Ainda segundo a CAPES (2018, apud Passos, 2018), hoje são ofertados 800 cursos sob a responsabilidade de 109 instituições de ensino superior, com experiência e tradição na oferta de cursos presenciais, cabendo aos municípios e estados a implantação e a manutenção

dos 771 polos de apoio presencial (dados atualizados em janeiro de 2018). Estes 681 pólos de apoio presencial encontram-se ativos e distribuídos nas cinco regiões geográficas do Brasil. Vale destacar, que os polos estão distribuídos em regiões estratégicas com pouca ou nenhuma oferta de educação superior. Além disso, as propostas de cursos destinadas a Universidade Aberta do Brasil, só podem ser estruturadas por meio de editais públicos, dos quais somente instituições públicas de ensino superior podem vir a ser participantes.

A Universidade Aberta do Brasil é seguramente um sistema realizável, observando suas dimensões, abrangência, investimento e públicos de interesse, graças a modalidade a distância. Além de desenvolver e promover a educação do país e o modelo a distância como um todo, a UAB traz a tona a possibilidade de analisarmos e as práticas pedagógicas e as estratégias de disseminação de conhecimento, principalmente, por se tratar de um país com tamanha extensão como o Brasil. Dessa forma, a UAB e sua democratização deve ser respeitada e disseminada pelo bem e desenvolvimento do EaD no país.

## **2.7 A reputação e seus norteadores**

Todos no geral sabemos, intrinsecamente, o que é reputação. Da mesma maneira que sabemos e compreendemos diversos princípios valorativos, que incluem-se no campo semântico, como por exemplo caráter, ética e honestidade. A reputação é um termo que pode apontar tanto a positividade como a negatividade do objeto, empresa ou pessoa que qualifica, ou seja: há a boa e a má reputação. Conforme os objetivos da presente dissertação, para compreendermos e analisarmos a reputação do ensino superior a educação a distância no Brasil, é necessário se aprofundar nos conceitos e compreender como a reputação pode ser avaliada. Vale ressaltar que independente dos termos aqui utilizados, tais conceitos são adaptáveis para outras realidades organizacionais, ou seja, a respeito da qualidade de um serviço como um todo.

### **2.7.1 Conceitos de reputação corporativa**

Um dos principais exploradores do tema, Barnett et al. (2006) divide o conceito de Reputação Corporativa em três diferentes abordagens: ativos (onde a reputação é vista como um ativo tangível para a organização); avaliação (a reputação serve como um produto da avaliação, da opinião dos *stakeholders* de uma organização); e percepção (é vista como a

maneira que os públicos da organização percebem a empresa).

Ainda segundo Barnett et al. (2006, p.34) a Reputação Corporativa é: “Coleção de julgamentos sobre uma empresa, baseados nas avaliações financeiras, sociais e dos impactos ambientais atribuídos a essa organização ao longo de sua história.” Ou seja, Barnett acredita que a reputação de uma organização se dá pela soma de fatores que englobam uma organização e seus diversos setores.

Na abordagem onde a reputação é vista como um ativo, Fombrun (2001), acredita que a reputação é capaz de influenciar de maneira direta os ativos tangíveis de uma organização, tais como as ações nos casos de empresas de capital aberto. Outros fatores tais como: oportunidades de novos negócios; facilidade na captação de recursos; e aumento das vendas, fator mensurador nesta abordagem de reputação. Neste sentido vemos que por mais que a reputação corporativa seja um ativo intangível, ela influencia automaticamente as organizações impactando até em suas vendas, clientes, valor agregado, etc.

Para o professor Fombrun (1996) reputação corporativa é:

“A Reputação Corporativa é uma representação da percepção dos públicos estratégicos sobre as ações passadas e perspectivas futuras de uma empresa, que descreve o apelo global da empresa para todos os seus entes constituintes fundamentais quando comparados com outros concorrentes principais.” (Fombrun, 1996, p.72)

A reputação corporativa advém de um conjunto de interações repetidas e de experiências acerca dos relacionamentos das organizações com seus *stakeholders*. A reputação corporativa é determinada pelas percepções e imagens que são comunicadas pela organização e que são absorvidas por seus diversos públicos (Caruana; Chircop, 2000; Carmeli; Tishler, 2005).

A reputação de uma organização é tida pelos julgamentos pessoais dos públicos a respeito de sua responsabilidade, probidade, confiabilidade e, principalmente, credibilidade. Tais julgamentos que os públicos de interesse obterão a respeito de uma organização se nortearão por qualquer contato que tiverem, seja por meio de propagandas, mídias sociais, boca a boca, relação entre funcionário e empresa, entre outros. Por isso, as organizações sempre deverão trabalhar a comunicação de forma estratégica, mantendo o relacionamento com seus públicos se atentando em toda forma de contato, seja visual, via redes sociais ou por meio de reuniões.

Para Barney (1991), a reputação corporativa é vista como um recurso que é capaz de

gerar valor ou vantagem / desvantagem competitiva para as empresas, podendo agir positivamente ou negativamente no desempenho das organizações.

Etimologicamente, a palavra “reputação” vem da palavra “*putus*” que em sua essência, significa puro, sem mistura (Houaiss, 2007), sendo dessa maneira como muitas vezes enxergamos a confiança e a credibilidade que uma reputação positiva proporciona.

Já Ferreira (2011), discorre abaixo sobre o conceito de reputação corporativa como elemento de integração de públicos de interesse para uma organização:

“A reputação é uma expressão denotativa de uma organização que não pode ser entendida apenas como um conjunto de ativos tangíveis. É uma abstração construída coletivamente pelas pessoas que atuam internamente e externamente em seus limites físicos e conceituais. É um coletivo de relações e interesses (convergentes e divergentes). Desta forma, as organizações contemporâneas são defrontadas, cotidianamente, com a distância entre o que elas são, o que conseguem externalizar e como são percebidas por seus públicos de interesse prioritários. É um processo no qual se pode ganhar ou perder valor de mercado pela conquista ou perda de visibilidade e credibilidade para com os clientes, os formadores de opinião, os agentes regulatórios, a mídia, os fornecedores, a comunidade, os empregados e parceiros estratégicos.” (Ferreira, 2011, p.179)

O autor mencionado diz que a reputação é capaz de fazer uma organização ganhar credibilidade, mas também pode fazer perder visibilidade. Diariamente, temos contato com diversas organizações seja pelo seu apelo visual, ou por outra forma de contato, o que ao longo do tempo nos faz consolidar uma percepção sobre determinada organização, serviço ou produto. O conjunto dessas percepções denomina-se reputação corporativa.

Para Grunig (2009) a reputação corporativa é vista como um ativo intangível, responsável por agregar valor monetário e não monetário a uma organização, ou seja, a reputação poderá gerar lucro a uma organização, mas também capaz de agregar valor a marca e a sua imagem. O autor também enfatiza que a reputação não poderá ser administrada diretamente, e sim apenas por meio de relacionamentos.

Segundo o professor Van Riel (1998) o tema reputação corporativa possui várias visões: estratégica, marketing, comunicação, administração, economia, ciências contábeis, organizações e sociologia. Com isso, os pesquisadores acreditam que para falar sobre o tema é necessário analisá-lo separadamente, pois se integramos as diversas áreas em que é estudado, não é possível desenvolver um conceito integrado.

### **2.7.2 A reputação corporativa no mundo**

Estudos a respeito do tema reputação corporativa são relativamente recentes tanto no Brasil quanto no mundo. Gotsi e Wilson (2001), apontam uma obra do ano de 1962 do

economista Stigler é como sendo a primeira sobre o tema. Em segundo lugar vem a obra de Caves e Porter, do ano de 1977. Na área de administração, Berens e Van Riel (2004) destacam que em 1958, Martineau, realizou o primeiro estudo falando sobre os componentes funcionais e emocionais da reputação corporativa.

Tendo em vista tal realidade, vemos que o estudo da reputação se deu principalmente a partir da evolução das áreas de administração e da comunicação, onde as organizações começaram a trabalhar com planejamento, pensando em seus públicos e não apenas na sua estrutura interna, como por exemplo na sua produção.

Segundo Almeida (2005), entre os anos de 1950 e 1970, a grande preocupação das organizações era acerca da sua imagem no que se tratava de *design* e propaganda. Nesta época, eram poucas as organizações que trabalhavam a comunicação como um todo, os seus maiores interesses eram atingidos por meio de campanhas publicitárias, que na época tinham grande impacto para com seu público de interesse. A realidade da época se dava por conta de uma menor variedade de produtos e pela falta ou precariedade de um setor de comunicação. Ou seja, a única maneira que as organizações viam de divulgar suas marcas e a própria organização era por meio da publicidade.

A partir da década de 80 houve uma grande mudança no contexto comunicacional das organizações, que passaram a considerar a identidade e a cultura organizacional ao invés de apenas da propaganda. Assim se iniciou o processo de comunicação estratégica e também o início do conceito de reputação corporativa.

A partir dos anos de 1980, o trabalho de assessoria de imprensa entrou em ascensão. As organizações começaram a valorizar a divulgação por meio de veículos de comunicação de massa, por meio de notícias. A partir dessa realidade, muitas empresas perceberam a importância que um veículo de comunicação de massa como um jornal trazia a uma organização, por conta de sua credibilidade. É a partir deste momento que as organizações voltam suas atenções para a reputação, percebendo que a longo prazo pode gerar credibilidade, juntamente com a divulgação por meio de propagandas e que é capaz de gerar um enorme retorno, algo tão ou mais importante do que aumentar suas vendas: alcançar uma reputação positiva perante seus públicos de interesse.

Segundo Fombrun e Shanley (1990, apud Almeida, 2005), as empresas e setores no geral, começaram a levar em conta, não somente a imagem atual da organização, mas também o seu comportamento ao decorrer dos anos perante seus *stakeholders*, o que irá gerar

a reputação. As empresas iniciam o processo de mensuração da reputação e a partir dessas métricas, adotam estratégias e até mudam o posicionamento e identidade diante da sociedade.

Gotsi e Wilson (2001, apud Brito e Thomaz, 2007), abordam que a imagem e a reputação aparecem na literatura tanto como conceitos iguais quanto separados, assim como conceitos inter-relacionados. Os autores Gotsi e Wilson (2001) dividem o conceito de reputação corporativa em dois: o primeiro aborda a imagem e a reputação como conceitos semelhantes e o segundo aborda a imagem e a reputação como conceitos distintos.

No primeiro conceito, os autores acreditam que a imagem e a reputação formam uma só ideia, ou seja, é a percepção dos públicos de interesse de uma organização em um mesmo estágio, não havendo diferença por ser a curto ou a longo prazo.

No segundo conceito, os autores dividem em três visões diferentes: a primeira visão, que aborda a reputação e a imagem como conceitos completamente separados; a segunda e a terceira, que abordam como conceitos inter-relacionados. Na segunda visão os autores consideram que a reputação é vista como uma dimensão que está a caminho da construção de uma imagem organizacional, já a terceira visão, diz que a reputação é influenciada pelas diversas imagens que são obtidas pelos diversos públicos que a organização possui.

Dessa maneira, vemos que tanto a imagem que os *stakeholders* possuem a respeito de uma organização, quanto a reputação de uma organização são influenciadas igualmente uma pela outra, se tornando um ciclo, onde imagem e reputação devem partir de uma mesma ideia conforme citado por Gotsi e Wilson:

“A reputação corporativa é a avaliação geral que os stakeholders fazem sobre uma organização ao longo do tempo. Essa avaliação é baseada nas experiências diretas dos stakeholders com a organização ao longo do tempo. Essa avaliação é baseada nas experiências diretas dos stakeholders com a organização, em qualquer outra forma de comunicação e simbolismo.”(Gotsi e Wilson, 2001, p.27)

Segundo os autores Carmely e Freund (2002), a reputação corporativa vem sendo estudada no mundo tendo múltiplos sentidos e até se confundindo com o conceito de imagem. Mesmo com tantos estudos conceituando a reputação corporativa, ainda não há uma definição comum acerca do tema, pois o mesmo vem sendo trabalhado por diversas disciplinas, onde cada uma assume sua própria definição conceitual.

### **2.7.3 A reputação corporativa no Brasil**

No Brasil a análise e o estudo referente a reputação corporativa, foi realizado pela primeira vez apenas no ano de 2002 por Machado Filho em um estudo sobre

“Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valor para as Organizações: Um Estudo Multicasos”. Neste estudo, Machado aborda o tema reputação corporativa na perspectiva da ética corporativa e da responsabilidade social, por meio da análise do cenário de empresas nacionais. Tal análise envolve um histórico sobre o desenvolvimento da reputação corporativa e como a mesma é percebida pelos públicos nos casos de empresas que possuem projetos de responsabilidade social.

No ano de 2005, Dra. Almeida, realizou um estudo em Belo Horizonte em parceria com a Fundação Dom Cabral, sobre reputação corporativa. Essa pesquisa foi a primeira no Brasil acerca do tema, e analisou a influência da identidade projetada de uma organização em sua reputação. A autora estuda os impactos da identidade sobre a percepção dos públicos internos e externos de uma organização. Neste estudo, Almeida, também utilizou técnicas de mensuração de reputação, tais como o “Quociente de Reputação”. Como resultado, o estudo mostrou uma grande ligação entre a identidade projetada e a organização, ou seja, a percepção dos públicos internos e externos, advinda muitas vezes da identidade da empresa.

A Dra. Ana Luísa de Castro Almeida, também foi a responsável por fundar a filial do Instituto de Reputação no Brasil, no ano de 2006, que pertence à rede de “Institutos de Reputação”. A rede que foi criada pelos professores Cees Van Riel e Charles Fombrun no ano de 1997 e possui filiações por todo o planeta. Sua missão é: “Avançar o conhecimento acerca reputação corporativa e ajudar empresas a construir estratégias para a construção de uma reputação coerente”.

O Instituto de Reputação tem como objetivo produzir estudos aprofundados a respeito do tema, com o intuito de gerar métricas de mensuração da reputação corporativa para a realidade das empresas multinacionais. Vale ressaltar que a grande necessidade de se estudar com maior profundidade o tema se deu principalmente por conta da globalização, que gerou maior concorrência e especialização, além do uso das novas tecnologias pela sociedade que se torna cada vez mais crítica e capaz de compartilhar informações de maneira ágil e segmentada.

A partir dos estudos da Dra. Almeida (2005) percebemos que a reputação corporativa tanto no Brasil quanto no mundo parte de um mesmo princípio, o da identidade, que se projeta nos públicos por meio da imagem e que a longo prazo compõe a reputação. Mesmo sendo muito recente, os seus estudos no Brasil, transcrevem modelos de mensuração que poderão ser aplicados a organizações brasileiras com as suas estruturas de empresas

nacionais.

O conceito de “personalidade” de uma organização é abordado por Brito (2005), como os traços de personalidade de um indivíduo, ou seja, a autora trata a reputação corporativa como um ativo intangível assim como a personalidade de uma pessoa, que apenas é percebida. A autora faz uma co-relação entre identidade e personalidade comparando organizações com indivíduos, que por meio de suas “personalidades” definem uma identidade perante a sociedade e seus públicos, no caso de uma organização.

No âmbito da comunicação interna, Lício (2004), aborda o gerenciamento da reputação corporativa, tendo como principal fonte de estudo o público interno de uma organização, por meio da sua identidade, de ações de endomarketing e gestão de imagem e marca. Lício (2004) cita que o primeiro *feedback* recebido por uma organização será por meio do seu público interno, pois é o primeiro público a ter contato com a identidade da organização e a possuir uma percepção a respeito da mesma.

Na área do marketing, Oliveira (2006) estuda os conceitos de reputação corporativa por meio de uma análise de uma organização do setor automotivo; em que busca a relação entre o valor da marca; sua identidade e imagem; e a reputação organizacional. O autor por meio de um estudo que engloba empresas do mercado automotivo, diz muito a respeito também da própria evolução do conceito de reputação corporativa, citando que a vinda de empresas multinacionais automotivas para o Brasil, gerou nas organizações a necessidade de trabalhar e gerenciar suas reputações. O aumento de uma concorrência mais bem articulada em diversos setores fizeram as organizações prestarem atenção no quesito reputação, que antes era pouco trabalhado por haver a segurança no mercado.

Conforme abordado, os estudos a respeito da reputação corporativa, no Brasil, ainda são pouco trabalhados. A partir dos anos 2000 é que o tema começou a ser explorado no Brasil, enquanto nos Estados Unidos e Europa o conceito de reputação corporativa já é estudado há mais de 20 anos. Observou-se que no Brasil há a carência a respeito do tema voltado a área de administração e finanças, no entanto há mais artigos e bibliografias acerca da reputação corporativa focados na área da comunicação e marketing. Pois como se pode observar a primeira acadêmica a falar sobre o tema foi a Ana Luisa de Castro Almeida, que trabalha a reputação voltada à comunicação, área de formação da autora.

A partir das informações levantadas vemos que os estudos sobre reputação corporativa no Brasil ainda são recentes. Segundo Kunsch (2003), a evolução da área de

comunicação das organizações e dos seus processos comunicacionais também são recentes, o que afeta automaticamente os estudos a respeito da reputação. Portanto vemos que ambos os processos evoluíram quase que de maneira similar, acompanhando as novas tecnologias e a ascensão econômica da população brasileira que ocorreu na última década.

#### **2.7.4 A reputação corporativa nos últimos 20 anos**

A Reputação Corporativa surgiu apenas no ambiente acadêmico na década de 1990, em um artigo de Fombrun e Shanley. O mercado na década de 80 se tornou extremamente competitivo, trazendo consigo uma instabilidade e uma necessidade de sobrevivência organizacional.

A partir dos anos de 1990, as empresas voltam seus olhares à oportunidade de analisar e estudar suas reputações, a partir dessa época perceberam a importância e a necessidade da análise e gerenciamento da reputação, para seu crescimento, evolução e até sobrevivência. As organizações começaram a trabalhar a comunicação abrangendo outros âmbitos, e não apenas a publicidade e propaganda como era realizado até então.

Segundo artigo de Rêgo (2010), a partir da década de 90 que o conceito de reputação corporativa começou a ser tratado com maior ênfase como ativo intangível e ao mesmo tempo, viu-se que a reputação corporativa é capaz de desempenhar um papel imprescindível para gerar valor econômico à organização.

Anterior ao ano de 1990, grande parte do *feedback* que as organizações possuíam de seus públicos eram por meio de suas vendas. Até então, no Brasil, ainda não havia nenhum órgão que trabalhasse em prol do consumidor, autorizando as relações de consumo. Grande parte das organizações não possuía canais de atendimento ao consumidor, restringindo o relacionamento com seus públicos, ou seja, não atendiam aos interesses dos consumidores e automaticamente não monitoravam e nem gerenciavam suas reputações.

Ainda segundo Rêgo (2010), na década de 90 foi realizada uma análise de caráter estratégico sobre a reputação corporativa, levando em consideração que os colaboradores de uma empresa, dão sinais, de satisfação ou insatisfação que podem influenciar a opinião dos diversos públicos. A partir disto, vemos que os públicos internos têm grande importância no quesito reputação, pois é por meio deles que é gerada a primeira percepção a respeito da organização, e é através deles que é realizada qualquer forma de relacionamento com os demais públicos de interesse. Ou seja, são grandes influenciadores, e deverão ser trabalhados

de forma contínua pela organização.

Segundo Fombrun (2001), as organizações que obtiveram sucesso a partir do ano de 1990 não foram as com produtos de melhor qualidade ou preço baixo, como se acreditava até então com os conceitos de marketing, mas sim as que enfatizaram e trabalharam da melhor maneira a sua identidade.

Vemos que fatores intangíveis como a identidade, que se bem trabalhados, serão responsáveis pela geração de uma imagem positiva de uma organização com seus públicos, e extremamente mais efetivos do que os produtos tangíveis, pois o mercado está em constante mudança e produtos similares serão criados a mesmo custo. Porém, uma reputação positiva e relacionamento com seus públicos jamais poderão ser copiadas.

Atualmente, a única estratégia que uma organização possui em um contexto onde inúmeras mensagens de comunicação estão superexpostas aos seus públicos de interesse, é de que grande parte do *feedback* advém da sua reputação. Um grande exemplo disso se dá através das redes sociais, onde os consumidores têm a possibilidade de interagir diretamente com uma organização, podendo até expor a sua opinião publicamente.

Por meio de uma análise da rede social de uma organização, como o Facebook, é possível ter um *feedback* a respeito da sua reputação, ou seja; se a mesma é positiva, caso tenha um grande número de seguidores e um número baixo de reclamações e críticas; negativa, se a página possui um grande número de clientes insatisfeitos e reclamações; ou se a organização ou marca ainda é pouco conhecida pois possui um número baixo de seguidores.

Ao longo da última década as organizações brasileiras, começaram a olhar a comunicação, como uma atividade estratégica que deverá englobar desde a alta administração até as demais áreas de uma organização (Kunsch, 2003). Vemos que a evolução do conceito e das formas de se trabalhar e avaliar a reputação corporativa evoluíram juntamente com a gestão da comunicação nas organizações e com o uso das novas tecnologias.

Portanto verifica-se que a evolução da reputação corporativa e até as novas formas de mensurá-la, se deram ao longo dos últimos 20 anos por conta do uso das novas tecnologias, do poder aquisitivo da população brasileira e pela evolução de todo o processo comunicativo das organizações. Vale ressaltar que o gerenciamento da reputação corporativa deverá sempre se manter em constante evolução, acompanhando os diversos fatores citados anteriormente, mas sendo trabalhado, constantemente, de forma estratégica, partindo da alta administração e englobando todas as áreas da organização, assim como todos seus públicos de interesse, para

que se torne eficaz.

### **2.7.5 Identidade e imagem**

A reputação corporativa faz parte de um composto de imagem e credibilidade, e é construída ao longo do histórico de relacionamentos realizados por uma organização. Ela funciona como um guia, permitindo que cada público de interesse da empresa atribua ou não importância à notícia ou à informação recebida a respeito da organização. Dessa maneira, nas duas últimas décadas a reputação se tornou fator essencial a ser avaliado e trabalhado, pois essa pode desempenhar papel necessário na geração de valor econômico para uma corporação.

Para Almeida (2005) a reputação corporativa está diretamente relacionada à identidade projetada de uma organização, de forma que mesmo a reputação corporativa sendo uma percepção de um determinado público, não controlável, há a grande influência da identidade, ou seja, a identidade afeta a reputação corporativa. Com isso vemos a necessidade de um planejamento de identidade para uma organização, pois a mesma posteriormente se transformará na percepção e automaticamente na sua reputação.

Ao formular a identidade de uma organização deve-se levar em conta diversos fatores, dentre eles o mais importante é o alinhamento, ou seja, todas as informações que formarão a identidade da empresa deverão partir de um mesmo princípio e deverão transmitir uma mesma mensagem que se adeque a sua cultura organizacional: missão, visão e valores.

A identidade empresarial, assim como sua percepção de imagem que lhe é atribuída, são pontos extremamente relevantes para o estudo da reputação corporativa. É importante compreender e analisar a relação comportamental existente em uma organização, pois a mesma deverá ter suas diretrizes e identidade conceituadas e transmitidas a todo o público interno.

Portanto em todos os momentos, principalmente caso haja uma crise, a organização deverá ter um posicionamento e comportamento coerente com a sua identidade. Pois posteriormente a percepção das diretrizes e identidade será responsável pela imagem adquirida pelos seus públicos de interesse.

Segundo Iasbeck (1997), a identidade é um fator determinante para a produção da imagem e do próprio discurso da organização, que a longo prazo acarretará na reputação com seus públicos.

Para Van Riel e Balmer (1997, apud Catto, 2008) existem três visões de identidade corporativa dentro da literatura, que são chamadas de paradigmas. No ano de 1999, Stuart e Keer denominaram esses paradigmas nos termos: comportamento, comunicação e simbolismo. Tais termos são descritos como:

- Comportamento: a identidade de uma organização se dá através do seu comportamento. O que engloba automaticamente a comunicação e o simbolismo, que em conjunto com a postura organizacional, torna o processo interdisciplinar e interdependente;
- Comunicação: esse termo é dado pela comunicação integrada, que deverá ser eficaz, ou seja, deverá atender às necessidades da organização em conjunto com o simbolismo e com o comportamento, por meio de ações segmentadas aos seus públicos de interesse;
- Simbolismo: esse termo é dado como sinônimo de nomenclatura, ou seja, se dá pela identificação visual da organização, por meio de logomarca, arquitetura, entre outros.

Ainda segundo Halliday (2001, apud Catto, 2008), a imagem é um produto da imaginação, ou seja, a imagem de uma determinada organização não a pertence, e sim é um produto da imaginação do indivíduo que pensa sobre ela. A imagem advém da percepção dos públicos a respeito da identidade, e assim como a reputação, é um ativo intangível e não controlável, mas que não detém de julgamento, pois o mesmo só se forma com a reputação. Dessa maneira o autor diz que a imagem de uma organização possui cinco dimensões:

- Imagem Espacial: local onde a empresa se encontra, abordando assim suas instalações físicas;
- Imagem Temporal: essa dimensão diz a respeito do histórico da organização;
- Imagem Relacional: nesta dimensão são citadas quais relações a empresa possui e mantém com seus *stakeholders*;
- Imagem Personificada: se dá por meio dos papéis dos indivíduos que compõe a organização e com os quais eles interagem;
- Imagem Valorativa: essa dimensão faz menção aos componentes emocionais e racionais das outras dimensões anteriormente citadas.

Segundo Kunsch (1986), no âmbito das Relações Públicas, os conceitos de identidade e imagem corporativa fazem parte do composto de comunicação integrada. Para a autora, o termo imagem, assim como o termo identidade estão relacionados diretamente com o mundo

corporativo. “Frequentemente destacamos que uma das finalidades da área de Relações Públicas é cuidar da imagem de uma organização e/ou contribuir para a construção de sua identidade corporativa” (Kunsch, 1986, p. 169).

Para Kunsch (1986), as obras que tratam de identidade e imagem tratam indiretamente de comunicação corporativa e de Relações Públicas, pois imagem é o que se passa na mente dos públicos, enquanto a identidade é o que caracteriza a própria organização, ou seja, ambos os conceitos englobam o universo da comunicação por estudar a percepção dos públicos e o que a organização deseja transmitir a eles.

Ainda para Kunsch (1986), a imagem corporativa representa os pensamentos dos públicos em relação a uma organização; por meio do comportamento institucional da organização, da sua imagem pública, imagem interna e da imagem que seus funcionários possuem, ou seja, a imagem corporativa é formada por um composto de percepções dos públicos de uma organização.

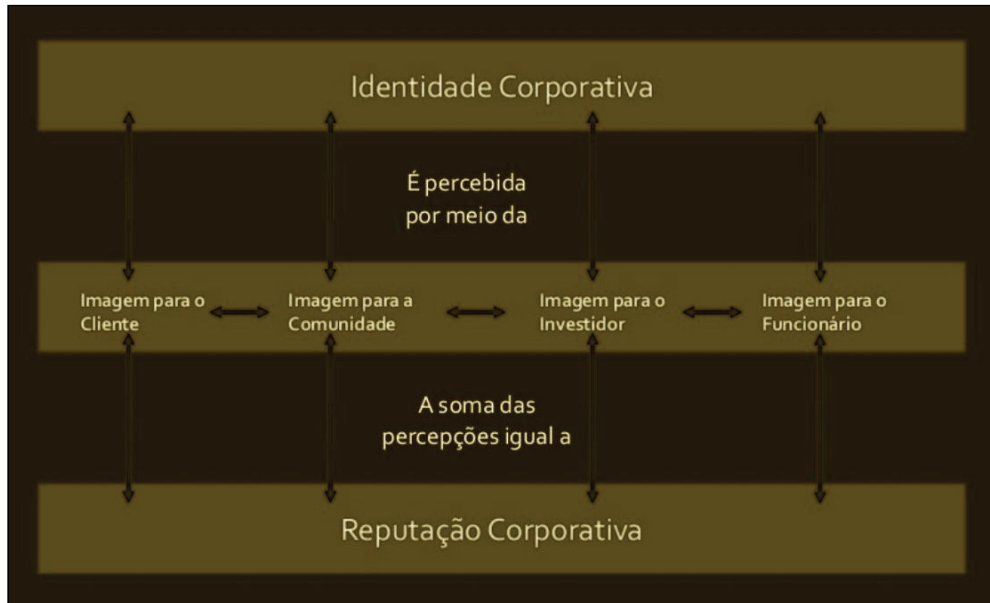
A autora ainda complementa dizendo que a administração da imagem de uma organização ou de um setor é algo extremamente complexo por ser intangível, sendo um grande desafio para a área de comunicação, que deverá saber conduzi-la no âmbito da comunicação instrucional de maneira estratégica.

No que se refere à identidade corporativa, Kunsch (1986), diz que a mesma projeta e reflete a personalidade de uma organização, ou seja, a “cara” que a organização se dá é algo tangível, sendo a soma total dos seus atributos, o seu auto retrato, tudo que a organização quer transmitir a seus públicos de interesse. A imagem como já citado anteriormente é um ativo intangível e não controlável, mas que pode ser gerenciado desde o seu princípio por meio da formulação e aplicação da identidade, que é o primeiro passo no processo de reputação dentro de uma organização.

#### **2.7.6 A reputação como função estratégica nas organizações**

A reputação é um ativo intangível, porém é algo que funciona como um diferencial competitivo nas organizações. Segundo Argenti (2011) a estrutura da reputação é composta pela soma das percepções ao longo do tempo, conforme a figura abaixo:

Figura 4: Estrutura da reputação



Fonte: Argenti 2011, p.102

Logo Argenti (2011) acredita que a reputação é justamente a soma da identidade de uma organização; por meio do seu nome, marca, símbolo, e auto apresentações; que gera uma imagem para diferentes públicos, e que a soma dessas imagens formam a reputação. Ou seja, um processo estratégico, que se inicia desde o estágio de construção de marca até todos os tipos de comunicação utilizados por uma organização.

De acordo com o autor Srour (2013), a reputação está ligada à confiança que os públicos depositam em uma organização, o quanto a organização é legítima, tendo em vista suas ações e políticas exercidas. O autor cita que a fama de uma organização, sendo positiva ou negativa, é a consequência da avaliação das suas ações e características, percebidas pelos seus públicos de interesse. Essa fama adquirida será de acordo com as ações passadas e presentes da organização, que automaticamente geram uma expectativa para futuras ações.

Srour (2013), ainda assegura que os públicos de interesse de uma organização avaliam se a organização é um lugar agradável de se trabalhar; se seus produtos e serviços são de qualidade e seguros; se os fornecedores estão satisfeitos com a empresa como compradora; se a organização trabalha com preceitos de responsabilidade social, incluindo fatores como sustentabilidade e se atende aos interesses da comunidade que acerca; e se é uma organização rentável para seus investidores e acionistas.

O autor também afirma que a reputação de uma organização está diretamente ligada com a sua capacidade de se destacar em um mercado competitivo e tecnológico. Afirma ainda

que a reputação é capaz de personificar uma organização e de destacá-la por suas características, pois os públicos sabem reconhecer as competências positivas de uma empresa. Estes públicos de interesse analisam fatores como inovação, pós-venda, atendimento, entre outros.

Para o autor esses “ganhos sociais” a longo prazo darão rentabilidade à organização, principalmente se a empresa possuir seu capital aberto. Portanto a reputação cria um diferencial competitivo para a empresa, agregando valor para a mesma e deixando-a menos suscetível a crises, pois a reputação não se trata apenas da identidade e da imagem que a organização possui, mas sim da sua representatividade como um todo.

As suas ações, seu conteúdo e condutas influenciam diretamente a reputação de uma empresa, pois tais práticas estão ligadas às decisões que os públicos tomam a respeito da organização na hora de apoiar iniciativas, investir, trabalhar e, principalmente, ao adquirir um produto ou serviço.

Dessa maneira o autor conclui que todas as organizações ao trabalharem de modo político e socialmente responsável, não adotam tal conduta por terem interesses sociais, mas sim porque possuem interesse em construir uma reputação positiva e sólida com seus públicos de interesse. Pois posteriormente as empresas serão cobradas por não exercerem tais ações e por isso se adiantam para preservarem sua reputação e para construir uma vantagem competitiva em relação a sua concorrência.

Segundo a Revista Negócios da Comunicação (BRAGA, 2014, Ed. 78), a reputação ocorre dentro de cada público de interesse, e é exatamente a projeção da imagem da organização em conjunto com todas as experiências e contatos que os públicos tiveram com a organização, inclusive aspectos emocionais.

Ainda de acordo com a Revista Negócios da Comunicação (BRAGA, 2014, Ed. 78), a mão de obra é um fator relevante para as organizações quando tratamos da reputação. Os funcionários de uma empresa possuem um papel estratégico no desenvolvimento da reputação, principalmente os profissionais da área de comunicação, que são responsáveis pela gestão das imagens e princípios que serão repassados ao mercado e automaticamente a todos os seus *stakeholders*. De acordo com entrevista cedida a Revista Negócios da Comunicação, Kiki Moretti, Diretora-Presidente da In Press Porter Novelli cita: “As estruturas de comunicação foram “seniorizadas” porque qualquer risco para a reputação traz riscos para o negócio”. Ou seja, a mão de obra deverá ser cada vez mais qualificada quando se trata de

reputação, pois a mesma não é uma tarefa simples, é uma tarefa estratégica que envolve todos os setores da organização, e deverá ser coordenada por gestores que tenham visão e capacidade de enxergar o tamanho do risco, além de blindar a empresa de possíveis crises.

Segundo pesquisa recente do Reputation Institute (apud, Revista Negócios da Comunicação, 2014, p.40):

“(...) 80% dos gestores de grandes empresas dos países desenvolvidos concordam que vive-se, hoje, a “economia da reputação”; 56% concordam que a boa gestão desse valor é vital e um índice maior, de 62% arriscaram o palpite de que se tornará a prioridade nos próximos anos.”

De acordo com a revista Negócios da Comunicação (Braga, 2014, Ed. 78, p.39), as empresas deverão usar da coerência para atribuir seus valores. Caso a organização projete uma determinada imagem aos seus públicos, porém tem atitudes que contradizem a sua imagem com seus funcionários, prestadores de serviços ou até clientes, o consumidor percebe, e a reputação da empresa pode ser alterada em pouco tempo. Como em toda organização existem erros, a solução é sempre assumir a responsabilidade e nunca entrar em contradição.

Norma Alcântara (*in* Revista Negócios da Comunicação, 2014, p.39), Diretora da agência Voice Comunicação, cita: “a reputação se tornou o elemento principal da comunicação, é uma área nova, como área de especialização(...)”. Mesmo sendo uma área nova, a reputação, vem sendo cada vez mais uma preocupação para as organizações e deverá ser trabalhada de maneira estratégica e precisa, pois qualquer erro ou contradição poderá a afetá-la negativamente.

Ainda segundo a revista, existem organizações que possuem riscos setoriais, e estão mais propensas a crises de reputação. Organizações que de alguma maneira podem causar grandes impactos e danos ambientais estão suscetíveis a crises, tais como empresas petroleiras e de gás. Outro setor que deverá ter atenção especial sobre a sua reputação, pois trabalha com a credibilidade, é a imprensa. De acordo com uma recente pesquisa do Secom (Secretaria de Comunicação Social). A reputação dos jornais é positiva. No fim do ano passado, o índice de confiança das notícias impressas publicadas é de 53%, e se encontra à frente do rádio (50%) e da TV (49%). Dessa maneira vemos que a imprensa deverá sempre zelar pelo seu patrimônio, que é a credibilidade, pois a sua missão, sua razão de ser, é passar aos seus leitores informações confiáveis, o que irá gerar uma reputação positiva.

A autora e presidente do *Reputation Institute* aqui no Brasil, que possui sede em Belo

Horizonte, Ana Luisa de Almeida, cita em entrevista concedida para a Revista Negócios da Comunicação (Braga, 2014, Ed. 78, p.41):

“Na medida em que uma empresa tem uma forte reputação, tem seu custo de capital de investimento reduzido, desfruta de uma maior favorabilidade na mídia, atrai e mantém funcionários, enfim, reputação é como um ímã, que gera para a companhia comportamentos de apoio às suas iniciativas organizacionais. A reputação é o resultado de ações e comportamentos da marca ao longo dos anos.”

Ana Luiza de Almeida (2014), também cita que na sua consultoria trabalha com quatro ferramentas para os associados do *Reputation Institute*, todas envolvendo os três pilares da reputação: transparência, visibilidade e autenticidade. Dentre as ferramentas estão: *Global Pulse*, pesquisa anual sobre Reputação Corporativa; *EcQ*, monitor de alinhamento interno estratégico; *RepRisk*, monitoramento de riscos à reputação, e *MidiaRepTrak*, uma análise da percepção da imprensa sobre a empresa.

Portanto atualmente vemos a grande importância de trabalhar a reputação de forma estratégica e antecipada nas organizações e nos setores como um todo. Cada vez mais o *CEO* da organização deverá ser treinado para ser o embaixador da reputação e da imagem, e as organizações deverão se atentar ao atual e tão utilizados ambientes de risco usados por seus *stakeholders*: as mídias sociais. Segundo entrevista concedida a Revista Negócios da Comunicação (Braga, 2014, Ed. 78. p. 41), Ana Lúcia Ventorim e Fabiana Coelho, ambas Diretoras Executivas da CDI Comunicação Corporativa, citam a grande preocupação das empresas referente a reputação: “querendo ou não estar nas mídias, elas estão sendo comentadas nas redes sociais”. As diretoras ainda afirmam: “Antes, você não tinha esse diálogo, as empresas só falavam quando queriam, ou quando era conveniente”. Dessa maneira as agências e organizações como um todo, vêm se preparando para se munir junto a seus clientes de estratégias preventivas, onde nada é ignorado, e todos os públicos são incluídos. Porém, sempre há riscos quando se trata de reputação, por isso as organizações veem a importância da transparência, principalmente junto a um cenário das mídias sociais onde não há um código de conduta e os usuários são livres para expressar suas opiniões, sendo coerentes ou não.

Ao reunir os conceitos, histórico e importância do estudo a respeito da reputação, identifica-se que a reputação atrelada ao universo do ensino superior a distância é um assunto extremamente sensível, e de imensa relevância, tendo em vista que trata-se da análise de todo um modelo de ensino, e da educação superior de um país no geral. Ao falarmos sobre o EaD, na maioria dos casos ainda não se diferenciam as instituições, há primeiramente a

comparação com o modelo de ensino presencial, afinal estamos falando de um modelo, no formato que existe hoje, ainda embrionário, que demonstrou uma forte evolução apenas após a popularização da internet. Vemos que tanto a educação a distância como o conceito de reputação são recentes e ambos estão se transformando com as novas tecnologias. Portanto, a partir das informações a respeito do estudo sobre reputação, será abordado no próximo capítulo a recolha e análise de dados a fim de melhor compreender a imagem, identidade e a sua evolução, que traduzimos por reputação, considerando os desafios, vitórias e problemas enfrentados pelo ensino superior a distância no Brasil.

### **3. Apresentação e Análise de dados: reputação da educação superior a distância no Brasil**

No intuito de complementar os resultados já apresentados, resultantes das pesquisas na revisão de literatura a respeito da temática de estudo, serão apresentados dois questionários aplicados a uma amostra total de 355 pessoas, através dos quais se analisa de que forma o ensino superior a distância está sendo visto e avaliado por estudantes e pelo mercado de trabalho. Também serão apresentadas duas entrevistas, realizadas a profissionais de IES que trabalham diretamente com o ensino a distância, a fim de se obter uma visão sob diferentes perspectivas do modelo de ensino. Também será apresentada uma pesquisa de campo efetuada nas principais mídias sociais, incluindo uma análise das dinâmicas em grupos do Facebook como ferramentas de comunicação entre alunos do ensino a distância e ainda, através da observação das interações em vídeos de alto alcance no Youtube sobre o tema ensino superior EaD, numa perspectiva mais massificada.

Espera-se que todos os esforços apresentados permitam entender não somente como se desenvolve o ensino superior a distância no país, mas acima de tudo como é a imagem do EaD no ensino superior ao longo dos seus mais de 20 anos de história, desde a sua regulamentação em 1996, formando assim a sua reputação.

#### **3.1 Questionários**

Segundo um estudo feito por Schmitt et al. (2008, apud Alves, 2011), no Brasil, a transparência a respeito das organizações, funcionamento e performance do ensino superior a distância e a conscientização dos alunos a respeito de seus direitos e deveres, torna maior a

sua credibilidade e reputação como um todo. Para que possamos, de alguma forma, mensurar a reputação do ensino superior a distância, seguindo a metodologia proposta nos capítulos anteriores, foram desenvolvidos dois questionários, com questões de múltipla escolha e com escalas de avaliação.

a) Questionário I:

O questionário número um é nomeado como “Questionário I - Recursos Humanos”: (V. Apêndice I) e destinado aos profissionais da área de recursos humanos, mais precisamente de recrutamento e seleção. O objetivo de obter dados deste grupo profissional é compreender melhor a visão do mercado de trabalho, ou seja, dos próprios recrutadores das vagas, a respeito de profissionais que cursam / cursaram o ensino superior a distância. Como sabemos, existem diversos fatores relevantes quando se trata da escolha de um candidato em uma entrevista de emprego, seria então o ensino a distância ainda um tabu entre as áreas de recursos humanos das organizações? Será que a conduta empresarial de contratações evoluíram na mesma velocidade que o ensino superior a distância no país? É por meio das respostas de oito questões fechadas, inseridas em uma página, sendo uma voltada a uma escala de múltipla escolha, que pretendemos recolher dados que possam ajudar a fazer uma leitura mais aprofundada sobre a questão do ensino superior à distância brasileiro.

O método de recolha dos dados deste questionário foi desenvolvido no mês de março de 2019 e aplicado entre os meses de março a agosto do mesmo ano e o critério utilizado para responder o questionário, são profissionais atuantes na área de recursos humanos dentro do nicho de recrutamento e seleção. O questionário é realizado em uma versão eletrônica da plataforma Survey Monkey e divulgado online por meio do e-mail de profissionais da área; redes sociais como, Facebook, mais precisamente na plataforma dos grupos direcionados a profissionais de recursos humanos e pelo Instagram, diretamente em perfis de profissionais da área. Os grupos do Facebook em que o questionário foi divulgado, foram selecionados por obterem os seguintes padrões: se denominavam como grupos destinados a psicólogos, bacharéis em recursos humanos, administração de empresas, estudantes em ambas as áreas e grupos voltados diretamente ao mercado de trabalho da área de recursos humanos. Tais profissionais estando ativos no mercado de trabalho, estariam aptos para respondê-lo.

Devido a vasta extensão do território brasileiro e da dificuldade em encontrar uma amostra de profissionais de cada estado e região do Brasil, dados sobre a localidade não são

contemplados no questionário. Foram recebidas respostas de 110 profissionais com experiência na área de recrutamento e seleção. A amostra deste estudo é não probabilística, mais precisamente por conveniência, ou seja, é selecionada uma amostra da população acessível de acordo com os critérios citados anteriormente (Freitag, 2018).

b) Questionário II:

O questionário número dois é nomeado como “Questionário II - Estudantes educação a distância” (V. Apêndice II), a amostra integra alunos e ex-alunos de cursos superiores a distância, incluindo graduação e pós-graduação (*lato sensu e stricto sensu*). O objetivo da coleta de dados deste público é entender como os próprios estudantes, ou seja, os maiores interessados no sucesso do modelo EaD, avaliam a qualidade do método de ensino, comparando com o modelo presencial. Afinal, um em cada cinco estudantes matriculados no ensino superior estuda a distância, de acordo com o Censo da Educação Superior realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) (2018). Conforme já referido atrás, enquanto por um lado, o ensino presencial apresentou queda nas matrículas, o ensino a distância registrou o maior salto desde 2008.

É por meio da resposta de dez questões fechadas, inseridas em uma página, sendo duas voltadas a uma escala de múltipla escolha, que é investigada a reputação do ensino superior a distância brasileiro, pela opinião dos estudantes.

O método de recolha dos dados deste questionário foi desenvolvido no mês de abril de 2019 e aplicado entre os meses de abril a agosto do mesmo ano. O critério aplicado para responder ao questionário, é que os inquiridos devem ser estudantes ou ex-estudantes do ensino superior a distância de universidades brasileiras. O questionário é realizado em uma versão eletrônica da plataforma Survey Monkey e distribuído online por meio online através da rede social Facebook, mais precisamente em grupos direcionados a alunos e ex-alunos do ensino superior a distância (graduação e pós-graduação) e do Instagram, diretamente em perfis de estudantes de cursos superiores EaD.

A grande extensão do território brasileiro e a dificuldade em encontrar uma amostra referente a cada estado e região do Brasil, dados sobre a localidade não fazem parte do questionário, à semelhança do questionário I. Foram recebidas respostas de 245 estudantes e ex-estudantes de cursos superiores EaD. A amostra deste estudo é também não probabilística, mais precisamente por conveniência ou seja, sendo selecionada uma amostra da população

que seja acessível de acordo com os critérios citados anteriormente.

### **3.2 Entrevistas**

A partir de tudo o que foi abordado ao longo do estudo, afirma-se a importância das IES na construção de um modelo educacional eficiente no Brasil. Para se compreender melhor a visão destas instituições, foram ainda realizadas duas entrevistas sucintas por e-mail, durante o mês de setembro de 2019, com quatro questões idênticas, para dois profissionais com cargo de Coordenação em duas universidades brasileiras, responsáveis por cursos de ensino superior a distância (V. Apêndice III). As entrevistas foram realizadas através do Messenger da plataforma Facebook e foram direcionadas aos profissionais Victor Galdi, Coordenador de Marketing para EaD na Universidade de Marília (Unimar) e Lana Santos, docente de cursos presenciais e a distância e coordenadora do curso de pós-graduação (lato sensu) em comunicação Empresarial, na Universidade Metodista do Estado de São Paulo.

### **3.3 Pesquisa de Campo**

As mídias sociais são consideradas, segundo Recuero (2004), produtos e produtoras da cibercultura, podendo ser exploradas por intermédio das relações que nelas se estabelecem, ou seja, pelos vínculos sociais ocasionados por essas relações. Ao se buscar compreender as suas dinâmicas, que se alteram de acordo com as mídias, os públicos e principalmente pelo tempo, vemos que distintos elementos que compõem a sua estrutura, que estão intrínsecos nas suas dinâmicas, transformam-se cada vez mais em territórios propícios ao surgimento de novas formas de se relacionar.

As mídias sociais formam um sistema social e não são formadas apenas por indivíduos isolados, mas também por estruturas sociais já formadas no mundo “físico”, que se espelham neste sistema social. A grande transformação referente a sociabilidade em ambientes de mídias sociais, se deu, segundo Castells (2002), pela substituição das comunidades espaciais pelas redes. As mídias sociais formam um espaço info-comunicacional, que de acordo com Katz (2008), permitem uma co-presença, ou seja uma coexistência entre o isolamento e a massa. Estes três autores são citados para que possam contextualizar a pesquisa de campo aqui apresentada. A recolha dos dados é de

ordem nas mídias sociais Facebook e Youtube, através da observação não-participante. Por meio do Facebook se investiga a dinâmica de socialização, fator tão explorado por grande parte de todos os autores citados durante todo o estudo, entre estudantes do ensino superior a distância brasileiro, tutores e outros profissionais que fazem parte do mercado de trabalho EaD no país. No Youtube, é analisado um canal voltado para o ensino superior a distância, chamado “Pensando Hoje”, principalmente, é feita uma análise sobre o conteúdo abordado e comentários.

a) Facebook

De acordo com um estudo desenvolvido pela consultoria Hoper Educação (2018, apud Revista Veja, 2018) a idade média entre os estudantes de ensino superior a distância no Brasil é 28 anos. Segundo dados da rede social Facebook, disponibilizados pelo portal Tecmundo (2019), o Brasil possui mais de 130 milhões de usuários, estando a sua maioria na faixa etária de 25 a 34 anos. Tais dados nos levam a afirmar que a possibilidade de um estudante do ensino superior a distância ser um usuário do Facebook, é grande. Com uma simples busca pelo Facebook, qualquer usuário brasileiro da rede encontra com facilidade centenas de grupos e páginas com o tema ensino superior a distância. De acordo com o portal da Folha de São Paulo (2018), na conferência anual F8, encontro anual da rede social destinado a exibição de novos produtos e atualidades gerais sobre a empresa, o presidente executivo do Facebook, Mark Zuckerberg, anunciou mudanças no layout da rede social, dentre elas, estão maior visibilidade dos grupos. Os grupos são um espaço para as pessoas conversarem sobre interesses em comum, que funcionam como micro comunidades, geralmente a respeito de um tema específico. Ou seja, os grupos da rede social possuem popularidade entre os usuários brasileiros e são uma excelente ferramenta dentre os estudantes do ensino superior a distância. Por meio desses grupos os alunos têm a possibilidade de socializar, tirar dúvidas, trocar informações com outros alunos e docentes, e tudo dentro de um mesmo espaço que já utilizam normalmente em momento privado de lazer. Sem dúvida, o Facebook se torna a cada dia uma rede social cada vez mais completa, que serve como uma simples ferramenta para se conversar com um amigo, até fazer *networking*, estudar e se candidatar a uma vaga de emprego.

Para que se compreenda o universo do Facebook e como os alunos do ensino a distância interagem, foi observado durante quatro meses, mais precisamente durante os meses de março a agosto de 2019, as interações de três grupos privados, ou seja, que necessitam de

autorização dos administradores para a aprovação de novos membros. Os três grupos observados, formados por estudantes, na rede social são: Biblioteconomia EaD - Faculdade Universo, Pedagogia EaD UniCesumar <sup>6</sup>2017 e Pós-graduação EaD em Comunicação Empresarial Metodista - Turma 2016.

b) Youtube:

Com o propósito de identificar dúvidas, percepções e interesse é realizada a observação não participante e análise do canal do Youtube “Pensando Hoje”, que tem como principal tema do seu conteúdo, o ensino superior EaD. Por meio da observação do canal é possível identificar quais são os temas e dúvidas de maior interesse sobre o ensino superior EaD e de que forma é abordado, assim como qual é a recepção do público em relação a esse conteúdo.

### **3.4 Apresentação dos resultados**

O presente estudo explora e propõe uma reflexão acerca do histórico, perspectiva e desafios do ensino superior a distância. No decorrer do tempo, tem sido notável a evolução do EaD, paralelamente ao surgimento e evolução das novas tecnologias da informação e comunicação e suas ferramentas, de entre outras, as plataformas e ambientes virtuais. É atestado que a modalidade de educação a distância está se expandindo no Brasil e se tornando cada vez mais acessível a todos, mas acesso e evolução não é sempre sinônimo de qualidade e nem de boa reputação. No entanto, romper com o paradigma de um modelo de educação muitas vezes engessado, estimulando a construção e progresso de um modelo mais inclusivo, é uma das responsabilidades do EaD.

Para melhor, de alguma forma, tangibilizar e fundamentar melhor a questão da reputação do ensino superior brasileiro, são agora apresentados os resultados dos questionários, entrevistas e pesquisas de campo realizadas no presente de estudo.

Os dados, depois de organizados, nos permitem uma análise de conteúdos que será apresentada separadamente e posteriormente, através de uma análise mais geral, sempre no intuito de compreender o ensino superior EaD e para onde deve caminhar.

---

<sup>6</sup> Unicesumar (Centro Universitário de Maringá)

### 3.4.1 Apresentação dos resultados: Questionários

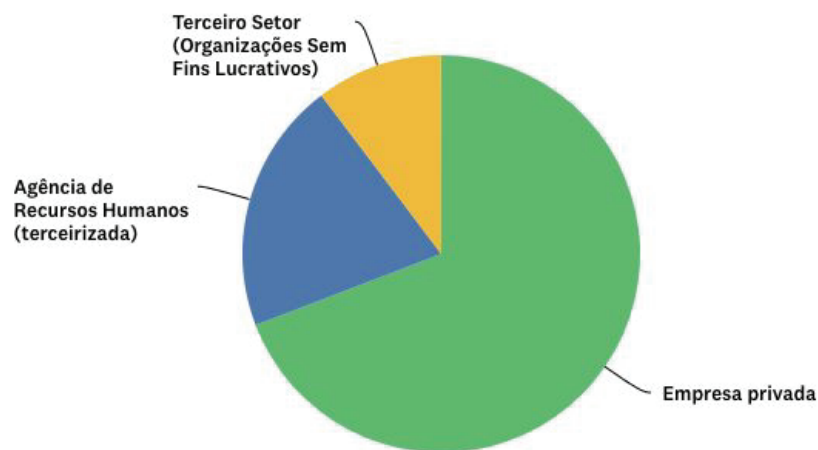
A seguir serão apresentados os resultados referentes aos dois questionários destinados à profissionais de recursos humanos, da área de recrutamento e seleção e alunos e ex-alunos do ensino superior EaD.

#### a) Resultados Questionário I

Este questionário obteve um tempo de resposta médio de dois minutos. No intuito de conhecer o perfil dos inquiridos, para além das perguntas a respeito do ensino superior a distância, foram também integradas no questionário questões sobre gênero, tempo de atuação na área e idade.

A pergunta número 1, questiona qual o tipo de organização que o profissional atua, estando entre as opções: Agência de Recursos Humanos, ou seja, empresas que são terceirizadas, contratadas para o processo seleção e admissão de um candidato; Empresa Privada, ou seja, empresas com fins lucrativos no geral; e Terceiro Setor, que é caracterizado por organizações sem fins lucrativos, tais como as ONG's - organização não governamental, associações, entre outros. Vale ressaltar que organizações governamentais não estão contempladas no estudo, visto que a contratação de funcionários público ocorre, na imensa maioria dos casos, por meio de concursos públicos. Vejamos o resultado no gráfico abaixo (V. Gráfico 2):

Gráfico 2 - Categoria organizacional

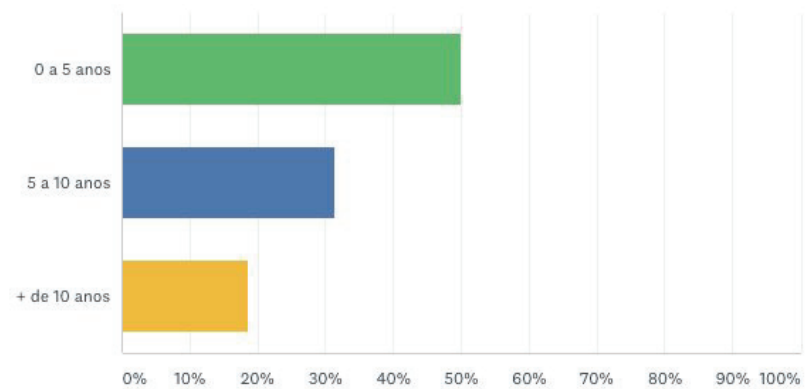


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Empresa privada	69,16%
▼ Agência de Recursos Humanos (terceirizada)	20,56%
▼ Terceiro Setor (Organizações Sem Fins Lucrativos)	10,28%

De acordo com o gráfico, a maioria dos profissionais (69,16%), exercem a função de recrutamento e seleção de candidatos em empresas privadas; 20,56% em agência de recursos humanos e 10,28% atua em organizações do terceiro setor.

A segunda questão ainda faz referência ao perfil do profissional e questiona o seu tempo de atuação. De acordo com os dados recolhidos, 50% possui de 0 a 5 anos de atuação na área de recrutamento e seleção; 31,48%, atua de 5 a 10 anos; e 18,52%, trabalha na área a mais de 10 anos (V. gráfico 3):

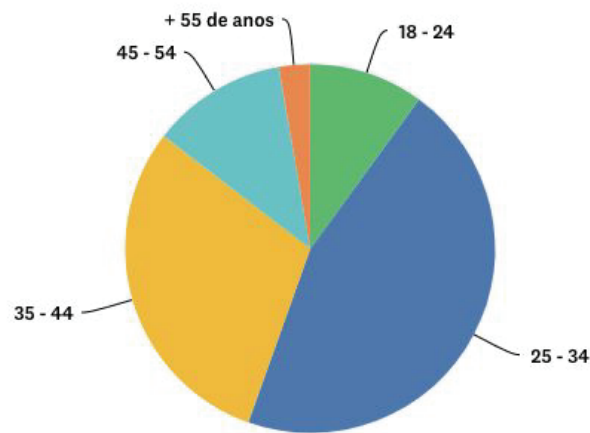
Gráfico 3 - Tempo de atuação



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ 0 a 5 anos	50,00%
▼ 5 a 10 anos	31,48%
▼ + de 10 anos	18,52%

A idade dos profissionais é representada por meio do gráfico abaixo. Sendo o maior público, jovens de 25 a 34 anos, representando 45,55% das respostas; 30% dos profissionais possui de 35 a 44 anos de idade; 11,82%, de 45 a 54 anos; 10% de 18 a 24 anos; e 2,74%, possui mais de 55 anos (V. gráfico 4):

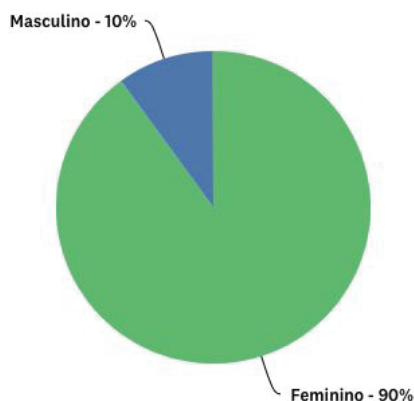
Gráfico 4 - Faixa etária



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ 18 - 24	10,00%
▼ 25 - 34	45,45%
▼ 35 - 44	30,00%
▼ 45 - 54	11,82%
▼ + 55 de anos	2,73%

O gênero dos profissionais de recrutamento e seleção participantes é em larga maioria feminino (90%), sendo apenas 10% masculino. Não foram obtidas respostas para transgênero (V. gráfico 5):

Gráfico 5 - Gênero

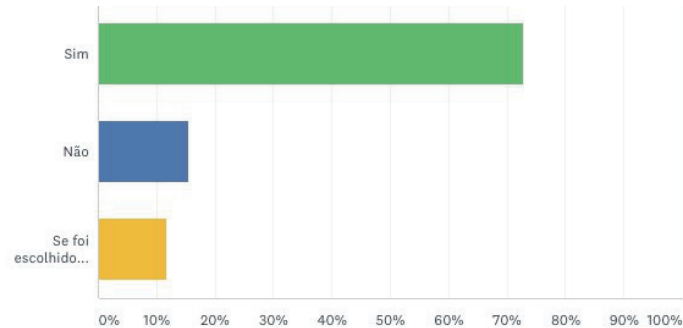


Ao apresentar o perfil do público participante do questionário, vemos, que temos em sua maioria, mulheres jovens, de 25 a 44 anos, com experiência de mercado em recrutamento e seleção até 10 anos, ou seja, é um público já integrado da terceira geração do EaD. De acordo com Chiavenato (2000), a área de recursos humanos e recrutamento e seleção é uma realidade dos dias atuais, tendo em vista, que somente em 1983 foi efetuada a definição do que é a atividade de recrutamento e seleção e que foi englobada internamente nas empresas apenas na década de 90. O próprio setor de recrutamento e seleção como vemos hoje ainda está em evolução, e ao receber respostas de um público possivelmente mais atualizado sobre o mercado, profissionais e tendências, facilita de obtermos uma verdade mais aproximada da opinião das organizações, a respeito da reputação do ensino superior a distância brasileiro.

A partir da 5.<sup>a</sup> questão, o questionário aborda as questões mais específicas do presente estudo, em estabelecer as percepções dos profissionais responsáveis pela contratação nas organizações, conforme o gráfico abaixo. Na questão número 5, é questionado aos inquiridos se eles próprios fariam um curso superior a distância, citando as opções de graduação, pós-graduação, mestrado e doutorado. A resposta “Sim” foi a escolha de 72,73% dos profissionais, 15,45% responderam com o “Não”. 13 pessoas responderam ainda de forma aberta no campo “Se foi escolhido “não, especifique o porquê” (V. gráfico 6). As respostas abertas se contextualizam em somente duas opiniões: “não confio no ensino a distância por

possuir uma má reputação” e “não me adapto a cursos a distância, gosto da troca presencial com colegas e professores”. Salienta-se que todas as respostas completas estão disponíveis no Apêndice I.

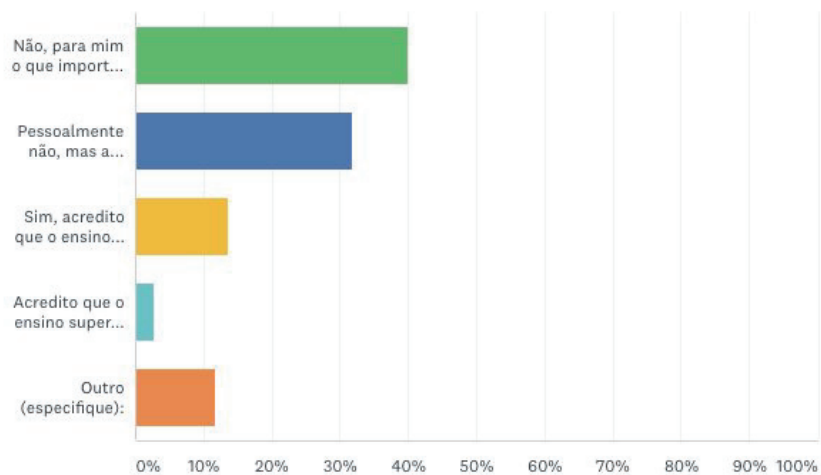
Gráfico 6 - Escolha curso EaD



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Sim	72,73%
Não	15,45%
Se foi escolhido "não", especifique o porquê:	11,82%

Na pergunta número 6, são questionadas as opiniões sobre diferenças entre o ensino superior no modelo presencial do modelo a distância (V. gráfico 7). Segundo 40% dos profissionais, não há importância, e o que realmente conta é a experiência e perfil do candidato. Para 31,82%, não é uma questão de opinião pessoal, mas acreditam que o mercado no geral não enxerga o ensino superior EaD de maneira positiva. A resposta de 13,64% avalia o ensino superior EaD como mais fraco que o presencial. 13 respostas foram especificadas por meio de respostas abertas no “Outro (especifique)”. Nesta última opção, as respostas se dividiram entre: “não sei comparar”, “Não conheço profissionais que cursaram somente cursos a distância”, “depende do perfil e competência do profissional” e “depende da força de vontade de cada um de aprender, independente do modelo do curso”. As respostas abertas estão mencionadas adiante (V. Apêndice I).

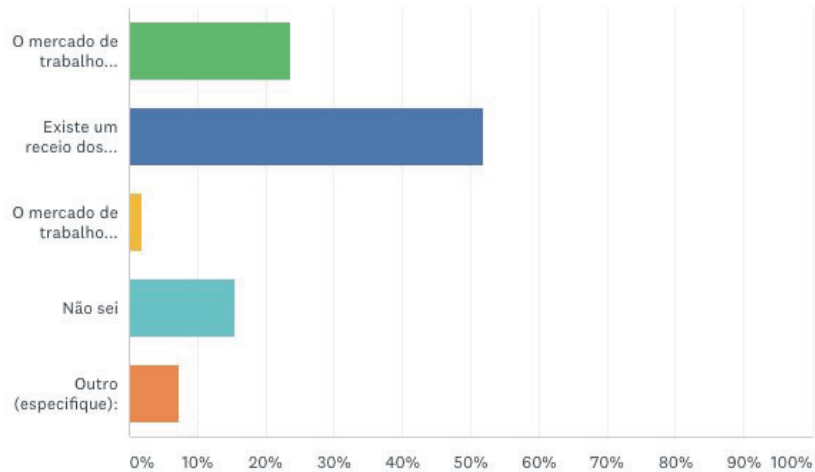
Gráfico 7 - Profissionais EaD x Presencial



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não, para mim o que importa é a experiência profissional e o perfil de cada candidato	40,00% 44
▼ Pessoalmente não, mas a reputação do ensino superior a distância no mercado não é positiva	31,82% 35
▼ Sim, acredito que o ensino superior a distância forma profissionais mais fracos para o mercado	13,64% 15
▼ Acredito que o ensino superior a distância prepara melhor os alunos para o mercado de trabalho do que o ensino presencial	2,73% 3
▼ Outro (especifique):	11,82% 13

A pergunta número 7 questiona como o mercado de trabalho está reagindo a este modelo de ensino (V. gráfico 8). Verifica-se que para 51.82% dos profissionais de recrutamento e seleção, existe um receio por parte dos departamentos de recursos humanos de contratar profissionais com cursos superiores EaD, pela sua má reputação. Para 23,64%, o mercado de trabalho valoriza funcionários que cursam ensino superior a distância da mesma forma que profissionais de cursos presenciais. Segundo 2% dos profissionais, o mercado de trabalho prioriza cursos superiores a distância e 17% não sabem opinar a respeito. Foi especificado por 8 inquiridos a reação do mercado de trabalho em relação ao modelo de ensino superior EaD, com respostas bastante divididas entre: “o mercado prioriza o presencial”, “o que conta é a experiência de cada candidato”, “o EaD está crescendo e as empresas compreendem essa movimentação” e “não é uma preocupação para as organizações avaliar entre método EaD X presencial”.

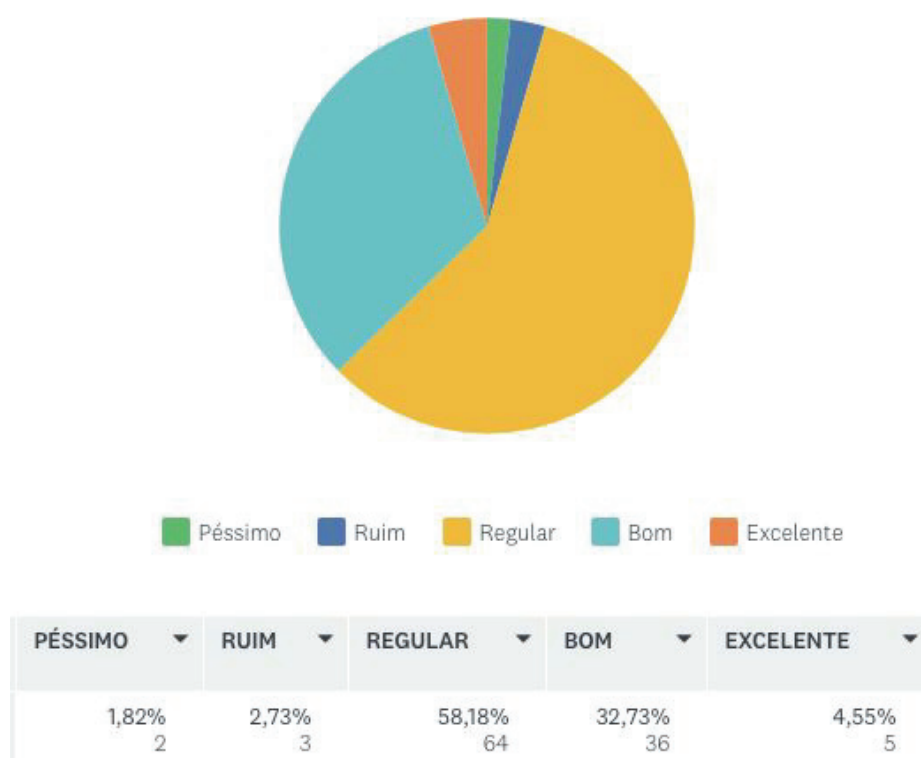
Gráfico 8 - Diferença profissionais



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ O mercado de trabalho valoriza profissionais de cursos a distância da mesma forma que os de cursos presenciais	23,64% 26
▼ Existe um receio dos departamentos de recursos humanos com cursos a distância pois possuem má reputação	51,82% 57
▼ O mercado de trabalho prioriza cursos superiores a distância	1,82% 2
▼ Não sei	15,45% 17
▼ Outro (especifique):	7,27% 8

A última questão avalia a reputação do ensino superior a distância brasileiro entre uma escala de péssimo a excelente. Para 58,18% dos profissionais o ensino superior EaD no país é regular. Em segundo lugar esta avaliação “bom” com 32,73% dos votos. Os votos negativos, totalizam apenas 4,55% dos votos dos profissionais. E avaliação excelente também foi votada por 4,55% dos profissionais que responderam o questionário (V. gráfico 9).

Gráfico 9 - Avaliação ensino superior EaD



#### b) Resultados Questionário II

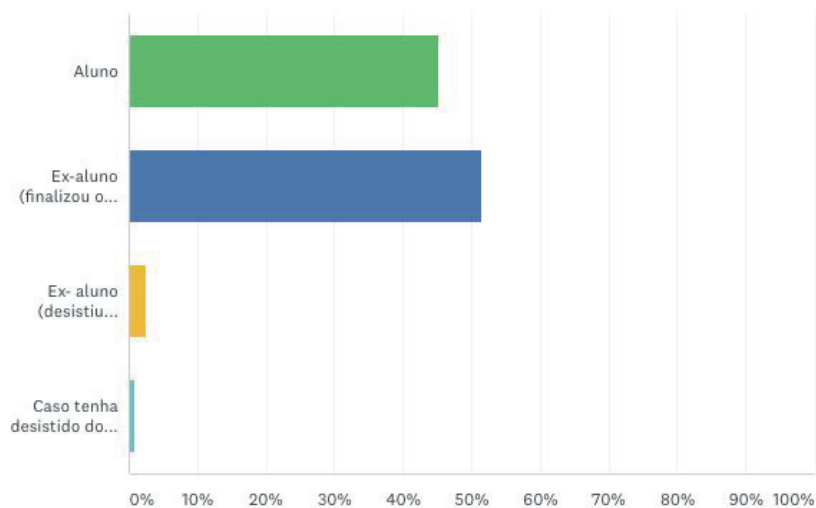
O tempo de resposta médio é de dois minutos, que englobam questões tais como gênero, tipo de curso que cursa ou cursou e idade, até perguntas a respeito do ensino superior a distância.

O questionário II foi elaborado e disparado para milhares de estudantes brasileiros do ensino superior a distância. O propósito deste questionário é de compreender qual é a opinião dos estudantes a respeito do ensino superior a distância como um todo, tendo em vista a sua experiência. Acredita-se que os próprios estudantes são os maiores precursores e mensageiros da reputação do ensino superior EaD no país, afinal é por meio das suas experiências como alunos e no mercado de trabalho que se forma a “fama” do ensino a distância.

Na pergunta número 1, questiona-se ao público respondente da amostra se são alunos ou ex- alunos do ensino superior a distância. Conforme vemos abaixo, 51,44% informou ser ex-aluno e ter concluído o curso; 45,27% respondeu que é aluno; 2,47% respondeu ser ex-aluno desistente; e 0,82%, sinalizaram por meio de uma resposta aberta a razão de terem desistido do curso (V. gráfico 10). A primeira resposta aberta cita que o aluno não conseguia se concentrar em sua residência e achava as provas fáceis: e o outro aluno, apenas cita que é

aluno e ex-aluno, ou seja que já desistiu de curso, já finalizei outro, e atualmente está cursando outro curso de ensino superior no modelo EaD. Todas as respostas estão disponíveis adiante (V. Apêndice II).

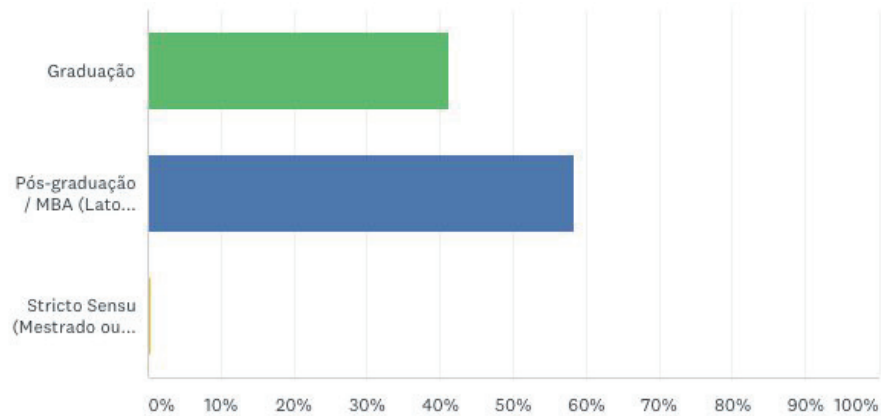
Gráfico 10 - Aluno ou ex-aluno ensino superior EaD



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Aluno	45,27% 110
Ex-aluno (finalizou o curso)	51,44% 125
Ex-aluno (desistiu durante o curso)	2,47% 6
Caso tenha desistido do curso especifique o porquê:	0,82% 2

A questão 2 questiona aos estudantes da amostra sobre qual gênero de curso o estudante cursa ou cursou. Os alunos e ex-alunos de pós graduação tem maior representatividade no estudo, formando 58,37% dos respondentes. Os alunos de graduação ficaram em segundo lugar com 41,22% das respostas e apenas 0,41% respondeu ser aluno ou ex-aluno de *stricto sensu*. Vale ressaltar que o modelo a distância de *stricto sensu* ainda é muito embrionário no país e ainda passa por formulação. Atualmente, somente cursos de mestrado profissional são ofertados sem grandes empecilhos da legislação (V. gráfico 11).

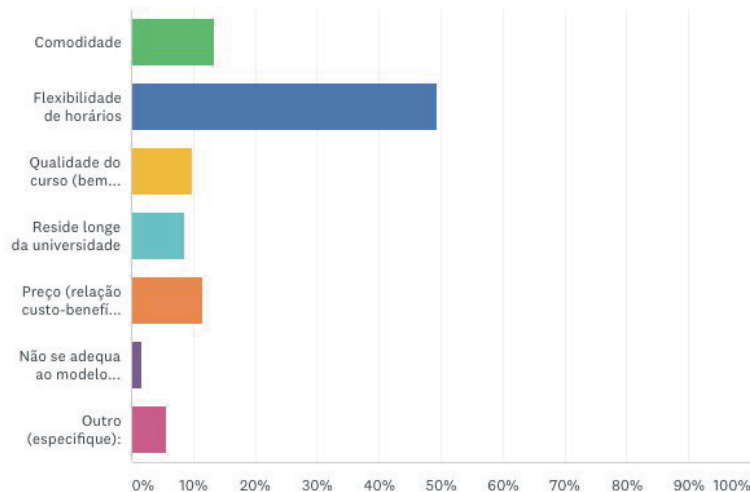
Gráfico 11- Tipo de curso



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Graduação	41,22%
▼ Pós-graduação / MBA (Lato Sensu)	58,37%
▼ Stricto Sensu (Mestrado ou Doutorado)	0,41%

Na pergunta número 3 (V. gráfico 12), é questionado qual o principal motivo da escolha do modelo de ensino a distância. Para 49,39%, a flexibilidade de horários é a principal razão. Em segundo lugar encontra-se a comodidade para 13,47%. Para 11,43%, o preço (custo benefício) é o principal motivo. Em quarto lugar, se encontra a qualidade do curso, ou seja, curso ser bem conceituado, para 9,80%. Em quinto, está a questão da distância, isto é, para 8,57% dos alunos, residir longe de uma universidade o fez escolher o modelo de ensino a distância. Em penúltimo, 5,71% citam por meio de uma caixa de diálogo aberta suas principais razões. Dentre os motivos mais citados nas 14 respostas estão: “curso não ofertado no modelo presencial” e “trabalho sem horário fixo”. Todas as respostas estão disponíveis adiante (V. Apêndice II).

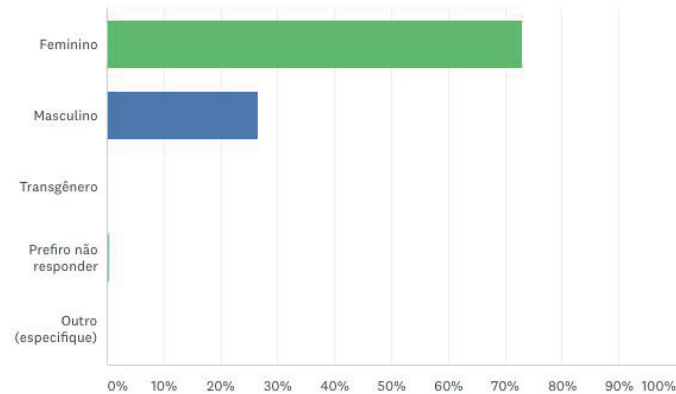
Gráfico 12 - Motivo escolha modelo EaD



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Comodidade	13,47%
▼ Flexibilidade de horários	49,39%
▼ Qualidade do curso (bem conceituado)	9,80%
▼ Reside longe da universidade	8,57%
▼ Preço (relação custo-benefício)	11,43%
▼ Não se adequa ao modelo presencial	1,63%
▼ Outro (especifique):	5,71%

A quarta pergunta investiga o gênero do aluno (a) do ensino superior a distância. O público feminino foi sinalizado mais uma vez em maioria, com uma percentagem de 73,06%. 26,53% referiu ser do gênero masculino. Apenas 0,41% preferiu não responder. As opções transgênero e outro permaneceram zeradas (V. gráfico 13).

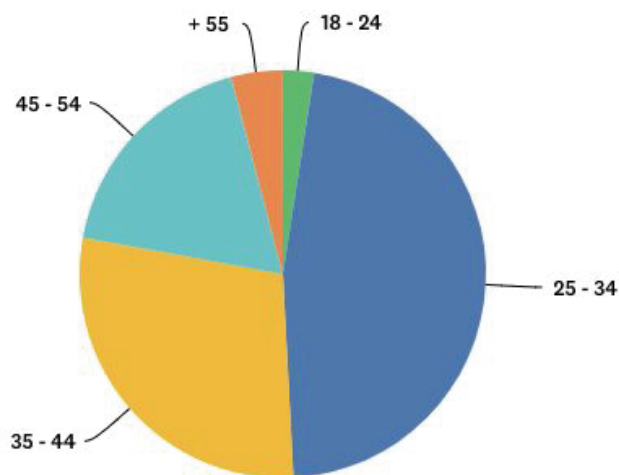
Gráfico 13- Gênero



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Feminino	73,06%
▼ Masculino	26,53%
▼ Transgênero	0,00%
▼ Prefiro não responder	0,41%
▼ Outro (especifique)	0,00%

Na questão 5 é questionada a faixa etária do estudante. Constatamos que 46,72% possui entre 25 e 34 anos. Em segundo lugar encontra-se os estudantes de 35 a 44 anos, com 28,69%. Em terceiro, 18,03% afirmam ter de 45 a 54 anos. Em penúltimo lugar está o público com mais de 55 anos, com um percentual de 4,10%. Em último, encontram-se os estudantes de 18 a 24 anos, correspondendo somente a 2,46% dos respondentes (V. gráfico 14).

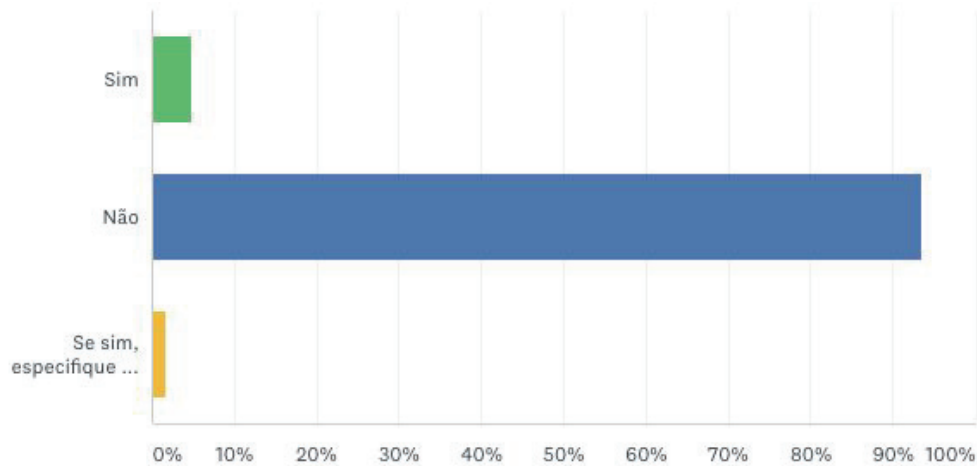
Gráfico 14 - Faixa etária



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ 18 - 24	2,46%
▼ 25 - 34	46,72%
▼ 35 - 44	28,69%
▼ 45 - 54	18,03%
▼ + 55	4,10%

A questão número 6, pergunta aos inquiridos se os mesmos já enfrentaram problemas no mercado de trabalho por frequentarem ou terem frequentado um curso a distância. 93,47% indicaram nunca terem enfrentado problemas. Apenas 4,90% respondeu que passou por problemas e somente 1,63% especificaram o problema por meio da caixa de diálogo aberta (V. gráfico 15). Entre os problemas citados estão: “falta de *networking*”, “preconceito e discriminação” e “baixo reconhecimento do curso pelo mercado”. Todas as respostas estão disponíveis adiante (V. Apêndice II).

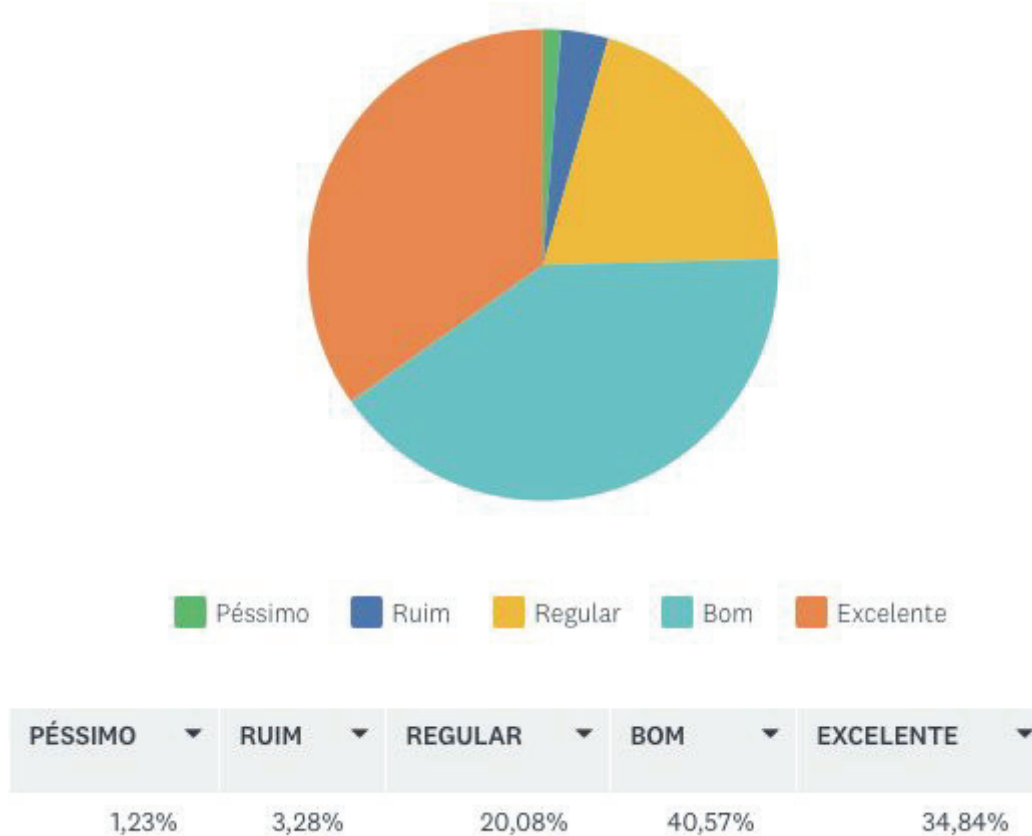
Gráfico 15 - Problemas mercado de trabalho



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Sim	4,90%
▼ Não	93,47%
▼ Se sim, especifique o problema:	1,63%

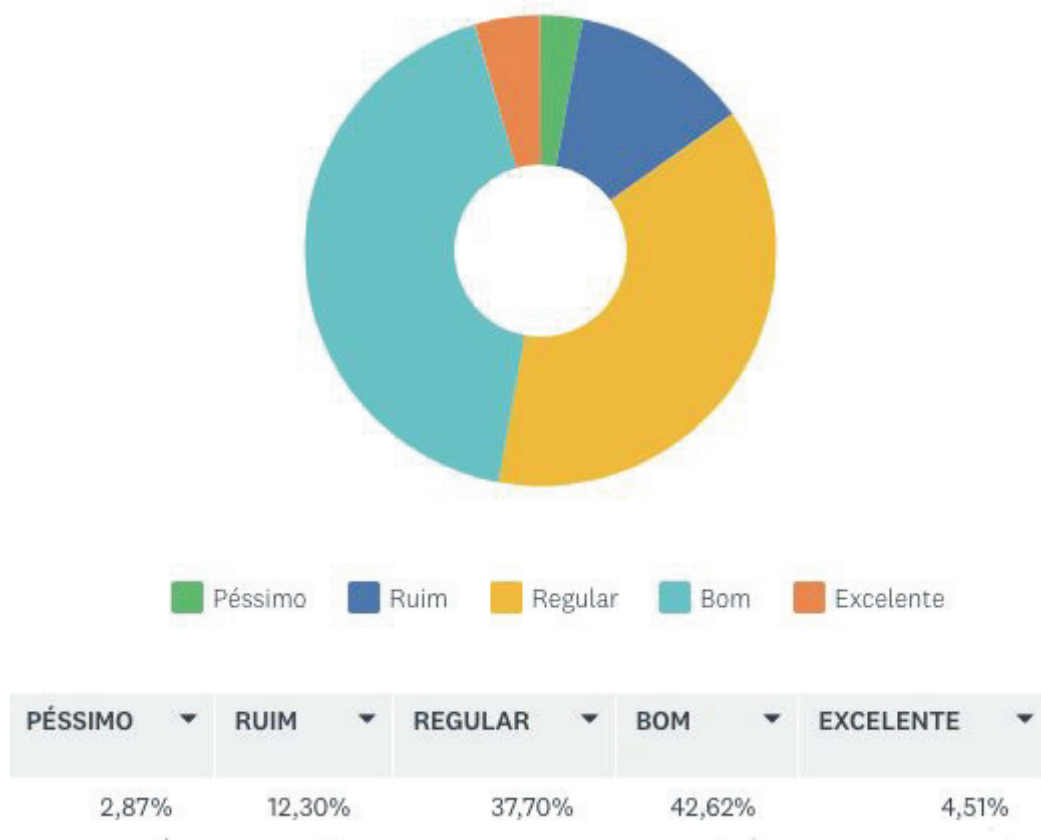
Na pergunta 7 o estudo pretende-se avaliar no geral, a experiência de realizar um curso a distância. Na escala de avaliação exposta, 40,57% avalia como boa a experiência. Para 34,84% a experiência é excelente e 20,08%, responderam ser regular. As avaliações negativas sobre a experiência do ensino superior a distância foram pontuadas como ruim por 3,28% e somente 1,23% julgou ser péssima (V. gráfico 16).

Gráfico 16 - Avaliação Experiência EaD



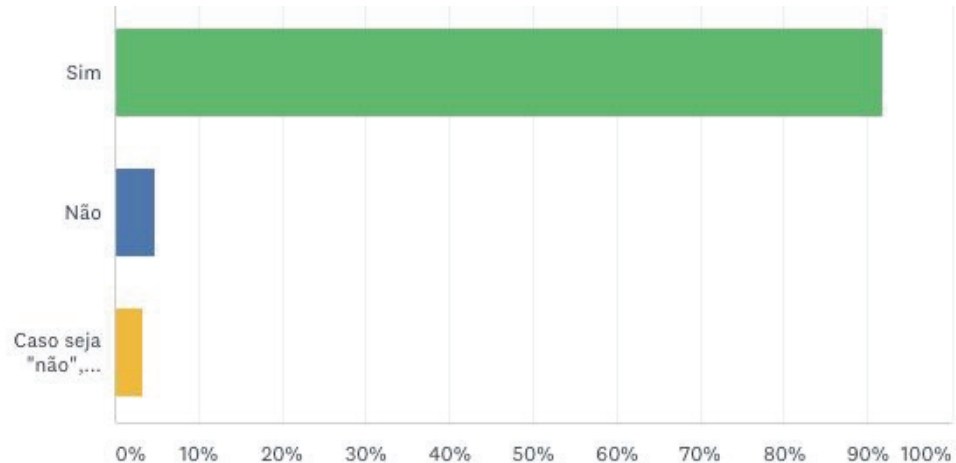
A questão número 8, pergunta aos inquiridos como avaliam a reputação do ensino superior a distância no Brasil. Para 42,62%, a reputação é avaliada como “boa”, em segundo lugar está a opinião “regular” com 37,70% dos votos. A reputação “ruim”, foi avaliada por 12,30% dos respondentes. 4,51% acredita ser excelente contra 2,87% que votou na reputação do ensino superior brasileiro como péssima (V. gráfico 17).

Gráfico 17 - Reputação ensino superior EaD



A questão número 9 (V. gráfico 18), conforme abaixo, questiona a possibilidade do inquirido voltar a fazer um curso superior a distância, ou se o indicaria a alguém. A resposta em sua grande maioria foi de sim, para 91,84% dos respondentes. Apenas 4,90% afirmou que não voltaria a cursar e nem indicaria. Foi especificado por 3,27%, o porquê de responder “não”. Dentre as principais razões se encontram: “falta de integração com a comunidade acadêmica e professores”, “não me adaptei” e “ensino fraco”. Todas as respostas estão disponíveis adiante (V. Apêndice II).

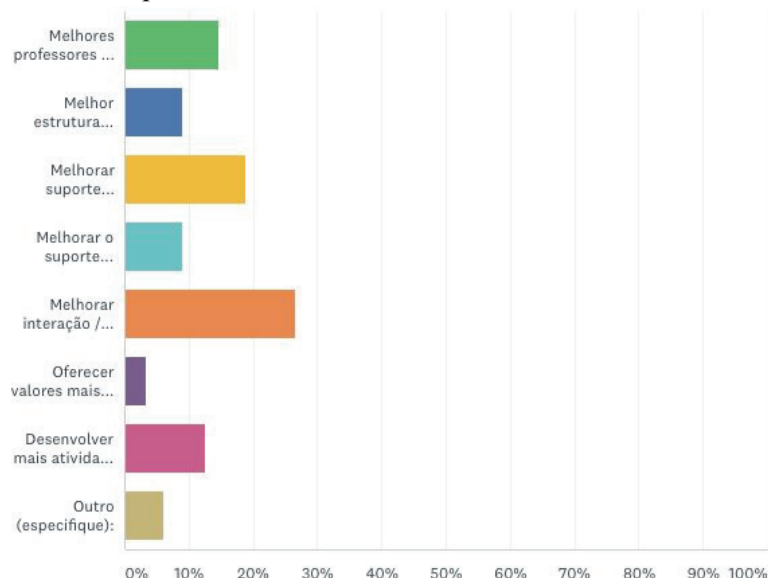
Gráfico 18 - Indicação curso EaD



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Sim	91,84%
Não	4,90%
Caso seja "não", especifique:	3,27%

A questão 10 e última (V. gráfico 19), questiona aos estudantes o que as universidades podem fazer para melhorar a experiência do ensino superior a distância no país. Conforme apresentado no gráfico abaixo, para 26,53%, é necessário melhorar a interação entre professor / tutor e aluno. Já 18,78% acreditam que é importante melhorar o suporte pedagógico. Para 14,69% dos alunos é preciso contratar melhores professores / tutores. O desenvolvimento de atividades fora do AVA foi votado por 12,65% dos respondentes. Com o mesmo número de votos, 8,98% cita melhorar a estrutura da plataforma ou sistema utilizado e melhorar o suporte técnico. Somente 3,27% cita a melhoria na questão de valores dos cursos. Outros 6,12% preferiram especificar por meio da caixa de diálogo aberta, como as universidades podem melhorar a experiência do EaD. Dentre os principais pontos citados na caixa de diálogo aberta estão: “os cursos deveriam ser mais extensos, pois há muita matéria e pouco tempo para estudar”, “materiais desatualizados” e “estudo em uma universidade nota máxima no MEC e não tenho pontos a reclamar”. Todas as respostas estão disponíveis adiante (V. Apêndice II).

Gráfico 19 - Como melhorar experiência do aluno



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Melhores professores / tutores	14,69%
▼ Melhor estrutura (sistema ou plataforma utilizados pelos alunos)	8,98%
▼ Melhorar suporte pedagógico (materiais de estudo)	18,78%
▼ Melhorar o suporte técnico, no caso de falhas ou dúvidas	8,98%
▼ Melhorar interação / contato entre professor (ou tutor) e aluno	26,53%
▼ Oferecer valores mais acessíveis	3,27%
▼ Desenvolver mais atividades fora do ambiente de ensino a distância	12,65%
▼ Outro (especifique):	6,12%

### 3.4.2 Apresentação dos resultados: Entrevistas

Referente às duas entrevistas realizadas com os dois profissionais responsáveis pela coordenação por cursos superiores EaD de duas IES, ambos citam o ensino a distância de forma positiva. Para Victor Gaudi, da Unimar, o EaD atualmente é tão bom quanto ensino presencial, mas cita que a o modelos a distância ainda é visto com certo preconceito, como sendo mais “fácil” de se conseguir um diploma do que o presencial. O coordenador, afirma para que a reputação e a qualidade do ensino superior EaD possa se desenvolver positivamente, que é necessário instituir um modelo de vestibular mais criterioso. Já para Lana Santos, da Universidade Metodista do Estado de São Paulo, o ensino superior EaD evoluiu muito de forma geral e essa evolução se espelhou na reputação do modelo. A coordenadora, acredita que por meio de uma avaliação mais rígida do MEC, que o EaD pode progredir ainda mais. Ambos os entrevistados afirmaram que os AVA utilizados pelas suas instituições eram intuitivos e que não teriam queixas sobre (V. Apêndice III).

### 3.4.3 Apresentação dos resultados: Pesquisa de Campo

A seguir serão apresentados os resultados referentes às pesquisas de campo não participantes desenvolvidas nas maiores mídias sociais da atualidade: Facebook e Youtube. Com o objetivo de complementar o presente estudo a respeito da percepção da reputação do ensino superior EaD brasileiro.

#### a) Pesquisa de Campo - Facebook

No primeiro grupo analisado, o Biblioteconomia EaD - Faculdade Universo, que possui 287 membros, faz referência ao curso superior de Biblioteconomia a distância oferecido pela Faculdade Universo, Universidade Salgado de Oliveira com sede em São Gonçalo, Rio de Janeiro. O grupo possui a seguinte descrição para os seus membros: “Caros colegas, criei este grupo com o intuito de podermos interagir melhor sobre nosso curso, como se trata de um curso a distância quanto mais apoio/interação tivermos mais sucesso teremos. Sejam todos bem vindos!” A primeira interação no grupo é datada em março de 2014 e desde então, centenas de publicações foram postadas por alunos. Entre os principais assuntos estão: questionários sobre o curso, dúvidas sobre as matérias e provas, postagem de resumos e plano de ensino, dificuldade de acessar o ambiente AVA e interações sobre assuntos referentes ao mercado de trabalho. Porém, desde o início da pesquisa de campo, ou seja do período de março a agosto de 2019, o grupo obteve somente quinze publicações. É provável que isso se verifique por se tratar de um grupo antigo e que muitos dos estudantes já tenham finalizado o curso. No entanto, vale ressaltar que mesmo estando mais estático nos últimos meses, o grupo funcionou e ainda funciona como um ambiente de troca e socialização, ainda mais por se tratar de um grupo referente a um curso de uma universidade e não exatamente a uma turma, ou seja, existe acima de tudo uma necessidade de *networking*, independente dos estudantes serem de determinada localidade, serem de turmas antigas ou de turmas novas.

O segundo grupo acompanhado, o Pedagogia EaD UniCesumar 2017, que possui 3.000 membros, faz referência ao curso superior de Pedagogia a distância oferecido pela Unicesumar, Centro Universitário de Maringá. O grupo possui a seguinte descrição para os seus membros: “Grupo de estudos destinado aos alunos do curso de pedagogia na modalidade EaD do Unicesumar que começaram o curso em 2017.” Ao analisar todas as publicações, vemos que se trata de um grupo muito ativo, que possui dezenas de publicações semanais. As

publicações se baseiam em: questionários com exercícios do curso, vagas de estágio na área de pedagogia, dificuldades no AVA, dúvidas referentes a provas e conteúdo do curso no geral. Ou seja, diferente do grupo anterior apresentado, este ainda encontra-se com turmas ativas que comunicam e utilizam o grupo do Facebook como uma plataforma de apoio ao EaD, podendo buscar em uma ambiente mais informal que um AVA, a possibilidade de se trocar informações e socializar com estudantes de professores.

No terceiro grupo investigado, o Pós-graduação EaD em Comunicação Empresarial Metodista - Turma 2016, criado estritamente para a comunicação entre alunos e professores da Universidade Metodista de São Paulo do curso de especialização, turma do primeiro semestre de 2016, de pós-graduação (*lato sensu*) em Comunicação Empresarial. O grupo até o mês de agosto de 2019 possuía 26 membros e já não possui interações e publicações dos membros desde o ano de 2018. Por se tratar de um grupo pequeno, destinado a somente uma turma específica, pode-se avaliar de forma mais minuciosa as interações entre os participantes. Neste grupo participam alunos e professores, sendo cerca metade das publicações por iniciativas dos professores, ou seja, dos principais porta-vozes da universidade para os alunos. As informações apresentadas no grupo, variam desde pedidos de informação sobre conteúdos e provas, aviso por parte dos professores de nova postagem no AVA, notícias gerais sobre a área de comunicação e informações sobre o trabalho de conclusão de curso. Mesmo se tratando de um curso de pós-graduação, ou seja, com uma carga horária reduzida, o grupo se manteve ativo durante os 18 meses de cursos, sendo segundo a própria coordenadora do curso Lana Santos, juntamente com o e-mail, o principal canal de interação entre os alunos e professores.

Para se refletir a respeito de outras dinâmicas e pontos de vista do ensino superior EaD, o presente estudo analisa, durante o primeiro semestre de 2019, mais dois grupos, também privados, que possuem públicos de interesse da área do EaD. O quarto faz menção às vagas destinadas ao ensino superior a distância, chamado “EaD - Processos Seletivos”, e o segundo é um grupo formado por tutores do sistema Universidade Aberta do Brasil, chamado “Tutores EaD - CAPES / UAB - Nacional”. O primeiro possuindo a seguinte descrição: “Grupo destinado ao compartilhando de editais, vagas e demais processos seletivos, concursos e outras formas de acesso dos profissionais da Educação a distância ao mercado de trabalho.” O quinto, que faz referência ao programa UAB, é descrito como: “Grupo destinado à discussão e à mobilização dos trabalhadores bolsistas da EaD. Prioritariamente, aos

professores-tutores vinculados à Universidade Aberta do Brasil”.

O grupo “EaD - Processos Seletivos”, possui 7.390 membros e está ativo desde o ano de 2015. São postadas semanalmente dezenas de publicações de vagas, na sua maioria para tutores, professores e profissionais de conteúdo para ensino a distância. Neste grupo, os membros discutem a situação do mercado do ensino a distância no Brasil, divulgam palestras sobre o tema, tiram dúvidas referentes às qualificações necessárias para se tornar um profissional, e tudo de uma maneira muito positiva. Todos os dias são postadas vagas para cursos de diferentes áreas, o que atesta o crescimento do ensino a distância como um todo. O ensino a distância não cresce somente no número de alunos, IES ou polos, crescem os cursos, o mercado de trabalho e o país como um todo.

Para finalizar é estudado o grupo “Tutores EaD - CAPES / UAB - Nacional”, que possui 5.500 membros. Este é um grupo que possui grande movimentação e postagens diárias. Ao acompanhar o grupo ao longo durante o primeiro semestre de 2019, se constata que a maior troca de informações ocorre a respeito de novos processos seletivos, que por se tratar do sistema UAB, funciona somente por meio de editais e são oferecidas bolsas aos tutores. Outras questões amplamente abordadas são: data do pagamento da bolsa dos tutores, que é feita pelo governo; mudanças na legislação; cursos especializantes para tutores; dificuldades da atuação do tutor em geral e valorização da atividade.

#### b) Pesquisa de Campo - Youtube

Rodrigo Conceição, o idealizador, descreve assim o canal: “Pensando hoje é um canal de informações, apresentado por Rodrigo Conceição, que notou uma carência em informações sobre cursos e intuições de ensino aqui no Brasil. Formado em Marketing pela Uninter, Rodrigo Conceição nos mostra as vantagens e desvantagens do ensino EaD.” O canal existe desde junho de 2016 e possui atualmente cerca de 16.700 inscritos. No mês de setembro de 2019 o vídeo com maior número de visualizações tinha 102 mil *views* e mais de 500 comentários. O canal “Pensando Hoje” também está presente no Facebook, Instagram e em um site com conteúdo próprio sobre EaD, porém com uma presença mais robusta do que no Youtube. Mesmo sendo um canal com um alcance considerado pequeno, dadas as proporções do Brasil, o canal está bem posicionado no Youtube ao se pesquisar EaD e educação a distância. Rodrigo Conceição faz muito bem o papel de micro influenciador, mesmo com um nicho de interesse muito específico, o idealizador do canal faz relevantes

explicações e análises a respeito do ensino superior a distância, avalia IES, faz parcerias com universidades e oferece descontos aos seus seguidores, além de estar muito bem informado sobre novos cursos, propostas das IES e legislações do modelo EaD. Os assuntos abordados são diversos, tais como: trabalho de conclusão de curso no EaD, faz a análise de diversas IES e cita se realmente são de confiança, ensina o estudante a verificar se o curso é reconhecido pelo MEC, explica se existe diferença entre o diploma de cursos superior EaD com um de um curso presencial, entre outros. Neste canal, são analisados os cinco vídeos, apresentados por ordem de visualizações, até o mês de outubro de 2019:

1. A Unopar<sup>7</sup> EaD é confiável? - Graduação e Pós-Graduação a distância (102 mil visualizações)
2. A UNIP é confiável? (77 mil visualizações)
3. Tem diferença entre o Diploma EaD e o PRESENCIAL? (75 mil visualizações)
4. Como escolher sua faculdade EaD? (72 mil visualizações)
5. COMO VERIFICAR SE O CURSO É RECONHECIDO PELO MEC? (71 mil visualizações)

Todos esses são os temas de maior interesse para quem pesquisa a respeito do ensino superior a distância. Referente aos comentários, ao se analisar todos os vídeos, relata-se opiniões majoritariamente positivas a respeito do ensino superior a distância (V. Anexo II). As críticas fazem referência a instituições em específico, mas o sistema é predominantemente bem avaliado. Outras críticas fazem referência a razões pela escolha do método EaD, tais como, distância, violência, intolerância a socialização, entre outros.

### **3.5 Análise geral: reputação do ensino superior a distância brasileiro**

De acordo com dados apresentados por Bielschowsky (2018), em um estudo referente às notas do alunos brasileiros do ensino superior no ENADE - Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes, até o ano de 2016, a maioria das IES veio cumprindo um trabalho na área de EaD equivalente aos resultados médios obtidos nos cursos presenciais. No ano de 2017, de acordo com a última edição do Censo EAD, realizado pela ABED, a expansão da modalidade foi de 17,6% em comparação ao ano anterior – o maior salto desde o ano de 2008. Atualmente, são mais de 1,8 milhão de alunos, o equivalente a 21,2% do total de matrículas em todo o ensino superior. Porém de acordo com dados do Inep, os 537.360

---

<sup>7</sup> Unopar (Universidade Norte do Paraná)

estudantes concluintes que participaram do Enade) 2017, a distribuição entre as modalidades de educação a distância (EaD) e presencial no Conceito Enade 3 – cujas faixas vão de 1 a 5 – são similares nos cursos de bacharelado em ciências exatas, nas licenciaturas e nos cursos superiores de tecnologia ligados a Controle e Processos Industriais, Informação e Comunicação, Infraestrutura e Produção Industrial. Já os desempenhos acima da média, que obtidos pelos Conceito Enade 4 e 5, são alcançados na modalidade presencial. Na modalidade EAD são registrados os desempenhos mais fracos, nos mais nos conceitos 1 e 2.

Conforme divulgado pelo MEC, o objetivo é estabelecer e reforçar políticas para a melhoria da qualidade da educação superior oferecida pelas instituições brasileiras, principalmente no ensino a distância que demonstrou resultados inferiores em 2017. Segundo o ex-ministro da Educação, Rossieli Soares, em 2018, a maior parte dos alunos de EAD são trabalhadores que estudam, não estudantes que trabalham. Praticamente 80% do público da EAD trabalha, enquanto o mesmo índice é de 57% nos cursos presenciais, o que ajuda a justificar o baixo desempenho. Mas de qualquer forma, o MEC se comprometeu em reforçar a avaliação e as condições dos polos de EaD, para que o resultado seja espelhados nos próximos exames do ENADE.

A qualidade, que é amplamente divulgada na imprensa com dados do ENADE e avaliações do MEC, possui influência na formação da reputação do ensino a distância como um todo, da mesma forma que a evolução das novas tecnologias da informação e comunicação causam para muitos estranhamento, resultando em um impacto disruptivo no modelos de educação tradicional.

Os resultados apresentados no Questionário I indicam que o ensino superior a distância brasileiro, segundo a visão do mercado de trabalho, mesmo enfrentando estranhamento, preconceito e desinformação é bem avaliado pela maioria. De acordo a definição, no dicionário Michaelis, da palavra “regular”, opção mais votada na questão a respeito da reputação, significa: “que está de acordo com as regras, as normas, o costume; normal”. Ou seja, o ensino superior a EaD está aos poucos se inserindo e progredindo na sociedade e no mercado de trabalho, atualmente sendo visto como “normal”, natural. Melhorias e evoluções estão sendo construídas ao decorrer do tempo e o mercado de trabalho está reconhecendo isso.

Ainda que fossem recolhidas e comparadas respostas de acordo com a faixa etária e gênero de organização a procura de padrões, não foram encontrados dados que

padronizassem determinado público.

A partir dos resultados apresentados no Questionário II, constata-se, que mesmo lidando com um modelo de ensino que possui obstáculos e falhas, os alunos e ex-alunos, principal público propagador da reputação do ensino superior a distância, avaliam de forma geral positivamente o EaD no Brasil, mesmo com os diversos apontamentos sobre pontos de melhoria. Além disso, o estudo corrobora com os já apresentados problemas de falta de *networking*, interação e comunicação entre alunos e professores / tutores, que foram já citados durante todo o estudo, confirmando dessa forma a importância de se investir em um modelo a distância mais interativo e pessoal. Portanto por meio destas questões é possível compreender melhor o atual perfil do aluno do ensino superior a distância, suas necessidades e queixas e acima de tudo, perceber como esses alunos avaliam a reputação do modelo a distância aplicado ao ensino superior. Afinal, é por meio desses alunos e da disseminação de suas opiniões, notas, desempenho profissional, que a reputação do ensino superior é predominantemente constituída.

Salienta-se que, também há um cruzamento de dados com o intuito de compreender se existe algum perfil de estudante específico com uma opinião predominante diferente do todo sobre a qualidade, recomendação do ensino a distância e reputação. Porém, todas as faixas etárias apresentam dados aproximados. O único dado que possui contraste, é um referente a faixa etária, que menciona as razões de escolha do modelo a distância, mas que não apresenta relevância no diagnóstico pretendido sobre a reputação (V. Apêndice II).

Conforme apresentado nas duas entrevistas, o ensino superior EaD apresenta uma visão positiva e otimista de acordo com o ponto de vista dos dois profissionais abordados no presente estudo. Tanto para Victor Gaudi, quanto para Lana Santos é notável a evolução e desenvolvimento do modelo a distância e há a menção em relação aos desafios e dificuldades enfrentadas no EaD, assim como referente a sua reputação, porém ambos citam soluções para fortalecer o modelo de ensino. Ou seja, o público interno, participantes ativos do avanço do EaD, se mostram realistas e confiantes sobre o seu progresso no Brasil.

Consoante a pesquisa de campo de caráter observativo nas mídias sociais Facebook e Youtube, pôde-se analisar a interação dos diferentes públicos de interesse do ensino superior a distância. O resultado, obtido a partir da análise dos grupos do Facebook "Biblioteconomia EaD - Faculdade Universo", "Pedagogia EaD UniCesumar 2017" e "Comunicação Empresarial Metodista - Turma 2016", demonstra por meio do número de interações entre os

participantes, a imprescindibilidade de socialização e troca, mesmo que em ambientes digitais. Constata-se também que o Facebook vem se tornando uma extensão dos ambientes digitais de aprendizagem, tendo em vista que são disponibilizados nos grupos materiais de estudo e troca de informações com professores, um canal muito efetivo que facilita o contato com a universidade e com colegas. Referente aos grupos destinados aos profissionais da área citados neste estudo, o “Tutores EaD - CAPES / UAB - Nacional” e o “EaD - Processos Seletivos” propiciam o *networking* que muitas vezes a atuação no mercado de trabalho de ensino a distância não possibilita, também para os profissionais. Afinal, independente de ser estudante ou professor/tutor a necessidade de socialização é uma característica inerente a qualquer ser humano.

Os três grupos voltados às turmas de ensino a distância, possuem escassas reclamações referente ao modelo EaD. As queixas quase sempre estão relacionadas à dificuldades de acesso no AVA, mas quase sempre há o apoio por parte de outros alunos e professores/tutores na resolução do problema. Nos grupos referente às vagas na área de EaD e o voltado para tutores do sistema UAB, demonstra-se insatisfação apenas em relação às diferenças de salário entre professores e tutores, data de pagamento da bolsa oferecida pelo sistema UAB aos tutores e dificuldades de colocação no mercado de trabalho, no caso de ingressantes neste mercado. Em contrapartida, são postadas diariamente vagas e editais de concursos para professores e tutoria EaD. As capturas de tela dos grupos, comprovam os comportamentos aqui apresentados (V. Anexo I). A respeito da variável reputação, não se verificam comentários por parte dos elementos participantes nos grupos.

O canal do Youtube “Pensando Hoje”, comprova por meio dos seus números de acessos, número de comentários e conteúdo apresentado nos vídeos, que o universo do ensino superior a distância é sim de interesse de todos, mas o que muitas vezes falta é conhecimento, pois a grande maioria dos vídeos faz referência a dúvidas sobre o EaD em geral e sobre as IES que ofertam cursos a distância. Um canal como este é responsável por tirar dúvidas a respeito do funcionamento dos cursos superiores de modelo EaD, dúvidas sobre diploma e reconhecimento no mercado de trabalho e em relação a qualidade das universidades. O “Pensando Hoje” funciona atualmente como um micro influencer desse nicho, funcionando como um ótimo termômetro do EaD no Brasil. No que respeita aos comentários dos cinco vídeos com mais visualizações no canal, nos deparamos com muitas dúvidas de interessados, desde dúvidas básicas, tais como, informações que constam no diploma e como são as

avaliações; e dúvidas mais elaboradas, tais como, avaliação no MEC e qualidade de determinada IES. Mas também se verificam muitas afirmações e avaliações positivas, citando os benefícios pessoas a respeito da escolha do modelo EaD. O canal evidencia o espaço que o ensino superior a distância tem de evoluir no país e vem consolidar a reputação positiva, também já evidenciada nos questionários e demais canais citados no presente estudo.

#### **4. Considerações Finais**

O ensino superior a distância brasileiro vive, atualmente, uma fase de consolidação após um período de crescimento expressivo e acelerado. O Brasil, com tamanha extensão territorial e por ser um país populoso, encontrou no modelo a distância um apoio para democratizar a educação, principalmente o ensino superior, levando o conhecimento para regiões mais distantes, onde o acesso ao ensino presencial é dificultado. Este modelo também veio dar à população adulta, a oportunidade de voltar a estudar.

Algumas das principais razões que puderam ser identificadas no decorrer deste estudo para o crescimento acelerado do EaD são a demanda reprimida de alunos não atendidos, devido a questões econômicas e geográficas, a existência de adultos que após anos sem frequentar escolas e universidades tiveram a oportunidade de retornar para graduação ou especialização e ainda, a facilidade de acesso às tecnologias da comunicação e informação, ou seja, o número de usuários que aumenta a cada ano, bem como a sua literacia digital.

Ao mesmo tempo que o ensino a distância está presente no Brasil há décadas, isto é, desde a época, do Instituto Monitor e do Instituto Universal Brasileiro, e posteriormente com o Telecurso, foi somente com a LDB de 1996, que o país legalizou o ensino superior a distância pela primeira, vez surgindo um modelo de ensino superior completamente novo e sem precedentes. Por esta razão, e pela sua rápida evolução, era difícil realizar uma avaliação abrangente e objetiva acerca da sua imagem e construção da reputação, pois grande parte das pesquisas possuem seu foco voltado para outras métricas de como é o caso do ENADE. Isto quer dizer que até então, a reputação estava diretamente ligada aos instrumentos de avaliação e à sua colocação em rankings e que, para se alcançar determinada qualidade, era preciso passar por processos avaliativos, sendo assim a qualidade definida por notas e classificações obtidas.

De acordo com os resultados apresentados, analisa-se que o ensino superior a

distância brasileiro, por mais desafios, dificuldades e quebra de paradigmas que tenha que lidar no decorrer do seu desenvolvimento, vem construindo uma base sólida e positiva para grande parte dos públicos envolvidos. A existência de problemas não é ignorada, mas é sim, pautada durante todas análises como uma oportunidade de ensinamento, visando o crescimento e melhorias para o modelo de ensino. O EaD pode não ser a opção mais popular quando trata-se de modelos de ensino, mas sem dúvida é a opção mais democrática e, atualmente, a única capaz de levar a educação em lugares que as barreiras físicas não permitem.

Relativamente a reputação, vemos que a mesma é formada por ativos intangíveis, constituídos por diversos fatores já citados, como por exemplo, a forma que a imagem a respeito do EaD é percebida pelos seus diversos públicos de interesse, tendo em vista que cada um desses públicos poderá ser atingido por uma mídia diferente e desenvolver uma opinião distinta. Pode-se assim afirmar, que os critérios de avaliação de qualidade são apenas um dos fatores que formam a reputação do ensino superior a distância brasileiro, outros fatores podem ser citados, tais como: opinião do mercado de trabalho, visão dos estudantes a respeito do material de ensino, visão dos estudantes a respeito da qualidade dos cursos e dos ambientes AVA, imagem que é projetada sobre o EaD nas mídias sociais e na imprensa, entre outros. Portanto, a somatória destes e outros inúmeros fatores, constituem a reputação do ensino superior EaD. No presente estudo, foi constatado, por meio da análise de alguns dos públicos e fatores que constituem a reputação do modelo de ensino a distância, que mesmo diante de inúmeras adversidades encaradas, como burocracias enfrentadas pelas IES para credenciar e ofertar cursos superiores EaD; dificuldade de interação entre alunos e tutores / professores; alta taxa de evasão; obstáculos enfrentados por profissionais tutores com a desvalorização da atividade de tutoria; falta de informação da população a respeito ao modelo de ensino EaD por se tratar de um modelo de ensino relativamente novo; a reputação do ensino superior a distância no Brasil, é vista de forma positiva e relevante, tanto para os estudantes e os profissionais atuantes nas IES, quanto para o mercado de trabalho.

A evolução positiva do ensino superior EaD apresentada na presente dissertação, retrata uma notícia favorável para a educação do país, uma conquista para o Brasil. Acredita-se que a modalidade possibilita a formação de indivíduos que vivem em municípios obsoletos de ofertas de cursos presenciais ou ainda, para aqueles que possuem obstáculos de mobilidade nos grandes centros urbanos do país. Com a aparição e desenvolvimento do EaD

no ensino superior, em 11 anos dobrou-se o número de matrículas, e nos dias atuais, o seu crescimento superou o crescimento do ensino presencial. Além disso, a média de valor da mensalidade de um curso a distância, favorece a sua realização, também corroborada por um estudo desenvolvido pela consultoria Hoper Educação (2018), publicado pela revista Veja, em que refere que a média da mensalidade dos cursos presenciais em 2017 era de R\$ 779, contrastando com a média de um curso superior a distância que é de R\$ 279, confirmando-se a disparidade de valores entre ambos.

Portanto, o presente estudo consolida, por meio dos resultados do processo de pesquisa levado a cabo, que a cada dia, o país está avançando mais para que as duas modalidades de ensino estejam com o passar do tempo, mais próximas em qualidade, popularidade e reputação. Esta proximidade permitirá oferecer aos brasileiros, seja qual for a modalidade, qualidade e oferta na educação superior para todos os tipos de públicos, independente da região, classe social ou faixa etária, afinal o acesso a educação é um direito constitucional no Brasil. Cada vez mais, o mercado das IES se movimenta e cursos presenciais começam a ter disciplinas parcialmente a distância e até totalmente a distância. Ou seja, para o futuro acredita-se que inúmeras possibilidades de aprendizagem surgirão, combinando o melhor da qualidade e interação do modelo presencial com as facilidades e benefícios do modelo a distância. É provável que em poucos anos, dificilmente teremos um curso totalmente presencial, tendo em vista a atual movimentação das IES e de novas legislações que vem facilitando o credenciamento do EaD no país. Aliás, esta realidade será alargada a inúmeras outras vertentes desta nossa e cada vez mais efetiva, sociedade de informação.

Referente às hipóteses de respostas inicialmente expressadas, em relação às perguntas de partida que acabaram por delimitar este estudo, averiguou-se que a reputação do EaD não é um fator assim tão decisivo para quem pretende cursar o ensino superior no Brasil. Verificou-se por exemplo, que o valor da mensalidade dos cursos é um ponto relevante na escolha deste modelo e ainda que o mercado de trabalho não parece diferenciar negativamente cursos superiores EaD de cursos presenciais e que no geral, as plataformas de aprendizagem a distância, suprem as necessidades dos alunos. Por apresentar uma reputação positiva, o ensino superior à distância enfrenta inúmeros desafios que configuram problemas estruturais da educação do Brasil como um todo, mas que como modelo, tendo em vista o seu histórico, não condiciona que os alunos prefiram o ensino presencial.

Para mais, vale ainda destacar que o Facebook, Youtube e as mídias sociais no geral, contribuem para o fortalecimento do ensino superior à distância, por funcionarem como uma “ponte” na interação do modelo a distância e por auxiliarem a gerar o vínculo entre os estudantes e professores / tutores, dentro de um ambiente digital de caráter informal, diferente dos AVA. Além disso, as mídias sociais também são responsáveis por disseminar informações sobre IES e cursos, o que permite também concluir que esta convergência de plataformas facilita a popularidade do modelo de ensino.

Conclui-se, reafirmando, que o ensino superior a distância desempenha um significativo papel na educação do país, visto o número de alunos e oferta de cursos que aumentam a cada ano. A sua reputação parece traduzir uma visão otimista e favorável da sociedade em relação ao desempenho e experiência da modalidade como um todo. Isto significa que o EaD está sim, trilhando um caminho para alavancar a educação no país, formando uma sociedade com mais discernimento, justiça e lucidez, características essas que podem ser ganhas com o poder transformador da educação.

Para que tal objetivo se concretize, é preciso que as problemáticas e limitações relacionadas ao ensino a distância continuem a ser discutidas, enfrentadas e trabalhadas. Como sabemos, não há um modelo perfeito. O ensino presencial também enfrenta muitos desafios, mas é necessário que o governo e as instituições, assim como funciona no ensino presencial, trabalhem em conjunto, em prol de uma educação mais interativa e de qualidade, e que sempre se levante a bandeira da democratização e acessibilidade na educação superior brasileira.

## Referências Bibliográficas:

ABED. (2017). Censo EAD.BR: relatório analítico da aprendizagem a distância no Brasil 2016. Curitiba: InterSaberes.

Disponível em: [http://abed.org.br/censoead2016/Censo\\_EAD\\_2016\\_portugues.pdf](http://abed.org.br/censoead2016/Censo_EAD_2016_portugues.pdf). Acesso em 03 jun.

Almeida, A. (2005). A influência da identidade projetada na reputação organizacional. Tese de Doutorado em Administração. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.

Almeida, A. (2005). Reputação organizacional: a importância de parâmetro para o seu gerenciamento. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138884>  
Acesso em: 20 jul 2019.

Almeida, M. (2003). Educação a distância na internet: abordagens e contribuições dos ambientes digitais de aprendizagem. São Paulo: Educ. Pesqui. vol.29 no.2. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-97022003000200010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022003000200010)  
Acesso em: 20 jun 2019.

Almeida, M. (2010). Currículo, avaliação e acompanhamento na educação a distância. In: Mill, D. & Pimentel, N. (Org.). *Educação a distância: desafios contemporâneos*. São Carlos: EDUFSCar.

Almeida, F. (coord). (2001). Projeto Nave. Educação a distância. Formação de professores em ambientes virtuais e colaborativos de aprendizagem. São Paulo: s/n

Alves, L. (2011). Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://seer.abed.net.br/index.php/RBAAD/article/view/235/113> Acesso em: 05 jun 2019.

Argenti, P. (2011). *Comunicação Empresarial: a Construção da Identidade, Imagem e Reputação*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Campus.

Aretio, L. (2002). *La educación a distancia: de la teoría a la práctica*. Barcelona: Ariel.

Barnett, M., Jermier J. & Lafferty B. (2006). *Corporate Reputation: The Definitional Landscape*. Corporate Reputation Review: Forthcoming.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. Disponível em:

[http://www.business.illinois.edu/josephm/BA545\\_Fall%202011/S10/Barney%20\(1991\).pdf](http://www.business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202011/S10/Barney%20(1991).pdf)

Acesso em: 01 set 2019.

Bedford, T. (2004). *Learning styles: A review of the literature*. Toowoomba: University of Southern Queensland.

Belloni, M. & Lapa, A. (2010) *Introdução à educação a distância. Gestão do cuidado: Escola que protege*. Florianópolis:UFSC/CED/NUP

Bernardo, V. (2012). *Educação a Distância: Fundamentos e Guia Metodológico*. São Paulo: Universidade Federal de São Paulo UNIFESP. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/232673965\\_Educacao\\_a\\_Distancia\\_Fundamentos\\_e\\_Guia\\_Metodologico](https://www.researchgate.net/publication/232673965_Educacao_a_Distancia_Fundamentos_e_Guia_Metodologico) Acesso em: 28 jul. 2019.

Bernardino, H. (2011). A Tutoria na EAD: Os Papéis, as Competências e a Relevância do Tutor. *Revista Paidéia, UNIMES VIRTUAL*, Volume 2, número 4. Disponível em: <http://goo.gl/fy6ED0> Acesso em: 15 abr 2019.

Berens, G.; Van Riel, C. (2004). Corporate associations in the academic literature: three main streams of thought in the reputation measurement literature. *Corporate Reputation Review*, v.7, n.2.

Bielschowsky, C. (2018). Qualidade na Educação Superior a Distância no Brasil: Onde Estamos, para Onde Vamos? Rio de Janeiro: Revista Científica em Educação a Distância. Disponível em: <http://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/709/284> Acesso em: 15 ago 2019.

Braga, T. (2014). Reputação é o que importa. *Negócios da Comunicação, São Paulo, ed n° 78*, p. 36-41.

Brasil, MEC. (2007). Referenciais de Qualidade Para Educação Superior a Distância. Disponível em: <HTTP://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf> Acesso em: 24 ago. 2019.

Brito, E.; Campos, L.; Brito, L.; Thomaz, J.(2005). Reputação Corporativa e desempenho: uma análise empírica no setor bancário. In: XXIX Enanpad, 2005, Brasília. Anais do XXIX Enanpad. Brasília : Anpad.

CAPES. (2016). O que é o Sistema UAB e sua legislação. Disponível em: <https://www.capes.gov.br/uab/o-que-e-uab> Acesso em: 22 set. 2019.

Carmely, A.; Freund, A. (2002).The relationship between work and workplace attitudes and perceived external prestige. *Corporate Reputation Review*, London, vol. 5, n. 1.

Caruana, A.; Chircop, S. (2000). Measuring corporate reputation: a case example. *Corporate Reputation Review*, v.3 , n.1.

Castells, M. (2002). *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, vol. 1. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Catto, C. (2008). Imagem e Reputação Corporativa de IES. (2008). Tese de Doutorado em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

Coscarelli, C. (organizadora). (2002). *Novas tecnologias, novos textos, novas formas de pensar*. Belo Horizonte: Autêntica.

Chiavenato, I. (2000). *Gestão de Pessoas: novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio de Janeiro: Campus.

Creswell, J. (2009). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Bookman.

Decreto n.º 2.494 de 10 de fevereiro de 1998. Regulamenta o Art. 80 da LDB (Lei n.º 9.394/96). Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2494.pdf> Acesso em: 05 jul 2019.

Decreto n.º 5.622 de 19 de dezembro de 2005. Regulamenta o artigo 80 da Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planal-to.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm](http://www.planal-to.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm) Acesso em: 25 jul. 2019.

Decreto n.º 5.800, de 8 de julho de 2006. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5800.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5800.htm) Acesso em: 15 ago.

Decreto 9.057, de 25 de maio de 2017. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9057.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9057.htm) Acesso em: 20 jul. 2019.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. (n.d.) Microdados do Censo de Educação Superior 2005-2016 e Microdados do Enade. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/microdados> Acesso em 29 jul. 2018.

Entwistle, N.; Ramsden, P. (1983). *Understanding student learning*. London: Croom Helm.

Entwistle, N. (1990). Teaching and the quality of learning in higher education. In N. Entwistle (Ed.), *Handbook of educational ideas and practices*. London: Routledge.

Entwistle, N. (2000). Approaches to studying and levels of understanding: The influences of teaching and assessment. In J. C. Smart (Ed.), *Higher education: Handbook of theory and research* (Vol. XV, pp. 156-218). New York: Agathon Press.

Ferreira, M. (2008). *Rendimento acadêmico no ensino superior: Das orientações de estudo às atribuições causais*. Tese de Doutorado em Psicologia e de Ciências da Educação. Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

Ferreira, M.; Rezende, R. (2003). O trabalho de tutoria assumido pelo Programa de Educação a Distância da Universidade de Uberaba: um relato de experiência. Disponível em: <http://goo.gl/ZMS6TD> Acesso: 15 ago 2019.

Ferreira, E. (2011). *Diálogo Social: A comunicação na construção dos relacionamentos das organizações com as comunidades vizinhas: o caso Ampla*. Tese de Doutorado em Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, Sp, Brasil.

Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1996.

Fombrun, C. (2001). Corporate reputations as economic assets. In M. Hitt, R. Freeman and J. Harrison (eds.) *Handbook of strategic management*. Oxford: Blackwell.

Formiga, M. (2009). A terminologia da EAD. In: LITTO, F.M.; FORMIGA, M. (Org.). *Educação a Distância: o estado da arte*. Vol. 1. São Paulo: Pearson Education do Brasil. p.44.

Freitag, R. (2018). Amostras sociolinguísticas: probabilísticas ou por conveniência? Sergipe: Revista Estudos da Linguagem.

Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/12412/pdf>  
Acesso em: 15 out 2019.

Gotsi, M.; Wilson, A. (2001). Corporate reputation: seeking a definition. *Corporate Communications*, v.6, n.1.

Grunig, J.; Ferrari, M. ; França, F. (2009). *Relações Públicas: Teoria, Contexto e Relacionamentos*. Editora Difusão, São Caetano do Sul, 1ª. Edição.

Haguenauer, C.; Martins, F. (2008). Investigação sobre a Eficiência dos Ambientes Virtuais de Aprendizagem, com Foco na Percepção do Aluno. *Revista Educaonline*, Vol 2. Disponível em: <http://www.latec.ufrj.br/revistaeducaonline/numeros.html> Acesso em: 15 mai 2019.

Holanda, A. (2014). *Dicionário Aurélio*. São Paulo: Positivo.

Iasbeck, L. (1991). A administração da identidade: um estudo semiótico da comunicação e da cultura nas organizações. Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

INAF. (2016). INDICADOR DE ALFABETISMO FUNCIONAL - INAF. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0B5WoZxXFQTCRRWFyakMxOTNyblk/view> Acesso em 28 jul 2019.

INEP. (2016). Censo da Educação Superior 2018. Disponível em: [http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/centso\\_superior/documentos/2016/notas\\_sobre\\_o\\_censo\\_da\\_educacao\\_superior\\_2016.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/centso_superior/documentos/2016/notas_sobre_o_censo_da_educacao_superior_2016.pdf) Acesso em 01 ago 2019.

INEP. (2018). Censo da Educação Superior 2018. Disponível em: [http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/centso\\_superior/documentos/2019/centso\\_da\\_educacao\\_superior\\_2018-notas\\_estatisticas.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/centso_superior/documentos/2019/centso_da_educacao_superior_2018-notas_estatisticas.pdf) Acesso em 25 jul 2019.

Katz, J. (2008). Mainstreamed mobiles in daily life: perspectives and prospects. In J. Katz, (Ed.), *Handbook of Mobile Communications studies*: Massachussets Institute of Technology, p.433-445.

Kenski, V. (2010). *Tecnologias e ensino presencial e a distância*. Campinas: Papirus.

Kunsch, M. (1986). *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus Editora.

Kunsch, M. (2003). *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus Editora.

Landim, C. (1997). *Educação a distância: algumas considerações*. Rio de Janeiro: Edição do autor.

Lakatos, E.; Marconi, M. (1996). *Técnica de pesquisa*. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas.

Lício, F. (2004). Porque as organizações devem gerenciar a sua reputação junto ao seu público interno? In: VII SEMEAD - Seminários em Administração - FEA/USP, São Paulo.

Maciel, M.; Albagli, S. (2011). *Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social*. Rio de Janeiro: Garamond.

Machado. C.A.P. (2002). *Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valor para as Organizações: um estudo multicasos*. Tese de Doutorado em Administração. Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

Marton, F., Hounsell, D., & Entwistle, N.(1984). *The experience of learning*. Edinburgh: Scottish Academic Press.

Marton, F., & Säljö, R. (1976). On qualitative differences in learning: Outcome and process. *British Journal of Educational Psychology*.

Mehlecke, Q.; Tarouco, L. (2003). Ambientes de suporte para educação a distância: a mediação para aprendizagem cooperativa. *Revista Novas Tecnologias na Educação*, Porto Alegre: UFRGS.

Moran, J. (1994). Novos caminhos do ensino a distância. (atualizado em 2008) Informe CEAD - Centro de Educação a Distância. SENAI, Rio de Janeiro, ano 1, n.5.

Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/dist.pdf> Acesso em 20 set. 2019.

Moran, J. (2004). Propostas de mudança nos cursos presenciais com a educação on-line. Salvador: 11º Congresso Internacional de Educação a Distância. Disponível em: [http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/educacao\\_online/propostas.pdf](http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/educacao_online/propostas.pdf) Acesso em 21 set. 2019.

Moran, J. (2007). Os modelos educacionais na aprendizagem on-line. São Paulo: Site pessoal do autor.

Disponível em: [http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/educacao\\_online/modelos.pdf](http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/educacao_online/modelos.pdf) Acesso em: 25 fev 2019.

Oliveira, D. (2006). Mensurando o valor da marca, a reputação e a identidade no setor automotivo. Tese de Doutorado em Administração. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.

Oliveira A., Santos C., Pereira J., Fontes L., Silva. T., Ferreira P. (2017). Ferramentas e estratégias de interação e comunicação na prática da tutoria em EAD. Araxá: Evidência. V.13. Disponível em: <http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/view/532/509> Acesso em: 07 ago 2017.

Oliveira, M.; Mill, D.; Ribeiro, L. (2009). A tutoria como formação docente na modalidade de Educação a distância. São Carlos.

Disponível em: <http://pigead.lanteuff.org/mod/resource/view.php?id=36092> Acesso em: 15 set 2019.

Passarelli B., Oliveira, L., Ribeiro, F., & Mealha, O. (2014). Identidade conceptual e cruzamentos disciplinares. In Passarelli, B., Malheiro da Silva, A. & Ramos, F. (Orgs.), *E-infocomunicação: estratégias e aplicações*. São Paulo: Senac.

Passos, M. (2018). *EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO BRASIL: breve histórico e contribuições da Universidade Aberta do Brasil e da Redee-Tec Brasil*. Vitória: Edição do autor.

Peters, Otto. (2001). Didática do Ensino a Distância. São Leopoldo: UNISINOS.

Portaria Normativa nº 11, de 20 de junho de 2017b. Brasília: Ministério da Educação.

Disponível em: <https://goo.gl/BUJhSa> Acesso em: 07 set. 2019.

Puerta, A.; Amaral, R. (2008). Comparação da Educação Presencial com a Educação a Distância Através de Uma Pesquisa Aplicada. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2866.pdf> Acesso em: 25 ago 2019.

Prado, M.; Valente, J. (2002). Educação a distância possibilitando a formação do professor com base no ciclo da prática pedagógica. In: MORAES, M. C. Educação a distância: fundamentos e práticas. Campinas: Unicamp/NIED.

Ramsden, P. (1992). *Learning to teach in higher education*. London: Routledge.

Rêgo, R. Ana. (2010). O crescente valor da Reputação Corporativa no ambiente mercadológico. Disponível em [http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT2/GT2\\_Rego.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT2/GT2_Rego.pdf) Acesso em: 15 ago 2019.

Recuero, R. (2004). Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. Porto Alegre: Revista da

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/28/29> Acesso em: 01 set 2019.

Ribeiro, E.; Mendonça G. & Mendonça, A. (2007). A importância dos ambientes virtuais de aprendizagem na busca de novos domínios da ead. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2007/tc/4162007104526am.pdf> Acesso em: 01 jul 2019.

Ricardo, J. (2017). O impacto da nova regulamentação da EaD para as instituições de educação superior. Salvador: EaD UFBA em Revista. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/321181588\\_O\\_impacto\\_da\\_nova\\_regulamentacao\\_da\\_EaD\\_para\\_as\\_instituicoes\\_de\\_educacao\\_superior](https://www.researchgate.net/publication/321181588_O_impacto_da_nova_regulamentacao_da_EaD_para_as_instituicoes_de_educacao_superior) Acesso em: 15 jun 2019.

Sá, I. (1998). Educação a Distância: Processo Contínuo de Inclusão Social. Fortaleza: CEC. p. 47. Disponível em: <http://proec.ufabc.edu.br/uab/index.php/2014/formacao-de-tutores/157-ftead-2014b/aulas-ftad-2014b> Acesso em: 10 set 2019.

Saraiva, T. (1996). *Educação a distância no Brasil: lições da história*. Brasília: Em Aberto.

Serres, M. (1994). *Atlas*. Paris: Julliard.

Souza, M. (2006). Produção do conhecimento em ead: um elo entre professor – curso – aluno. Salvador: In Proceedings CIFORM - Encontro Nacional de Ciência da Informação V. Disponível em: [http://www.cinform.ufba.br/v\\_anais/artigos/mariacarolinasantos.html](http://www.cinform.ufba.br/v_anais/artigos/mariacarolinasantos.html) Acesso em: 15 jul 2019.

Schmeck, R. R. (1988). *Learning styles and strategies*. New York: Plenum Press.

Scherer, S.; Fernandes, F. (2014). “Estar junto virtual ampliado” e o uso de tecnologias digitais em cursos de formação inicial de professores de matemática na modalidade de educação a distância. *Revista Educação e Linguagens*, Campo Mourão, PR, v. 3, n. 5, jul./dez. Disponível em: <http://www.fecilcam.br/revista/index.php/educacaoelinguagens/article/viewFile/672/407>

Acesso em: 23 jul 2019.

Srour, H. (2013). *Ética Empresarial*. 4ª Ed. Revista. Rio de Janeiro: Elsevier.

Takahashi, T.. (org.) (2000). *Sociedade da Informação no Brasil: Livro Verde*.

Valente, J. (2005). *A Espiral da Espiral de Aprendizagem: o processo de compreensão do papel das tecnologias de informação e comunicação na educação*. Campinas: Unicamp.

Disponível em:

[http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/284458/1/Valente\\_JoseArmando\\_LD.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/284458/1/Valente_JoseArmando_LD.pdf)

Acesso em: 15 mai 2019.

Van Riel, C. (1998). *The Reputational Landscape*. *Corporate Reputation Review*, v. 1.

Virilio, P. (1993). *O espaço crítico*. Rio de Janeiro: Ed. 34.

World Bank. (2018). *Microdata Library*. Enrolment in tertiary education, all programmes, both sexes (number). (n.d.). Disponível em: <http://databank.worldbank.org/data> Acesso em 20 set. 2019.

Yee, N., Bailenson, J. & Ducheneaut, N. (2009). *The Proteus effect implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior*. Stanford: Stanford University

### **Referências Webgráficas**

Facebook: Grupo: Biblioteconomia EAD - Faculdade Universo. Disponível em: [https://www.facebook.com/groups/374430986032092/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/groups/374430986032092/?ref=br_rs) Acesso em: 27 jun 2019.

Facebook: Grupo: EaD - Processos Seletivos. Grupo: Biblioteconomia EAD - Faculdade Universo.

Disponível em: [https://www.facebook.com/groups/1403355493258597/?ref=group\\_browse](https://www.facebook.com/groups/1403355493258597/?ref=group_browse)  
Acesso em: 26 jun 2019.

Facebook: Grupo: Pedagogia EAD.

Disponível em: [https://www.facebook.com/groups/388562917908792/?ref=group\\_browse](https://www.facebook.com/groups/388562917908792/?ref=group_browse)  
Acesso em: 25 jun 2019.

Facebook: Grupo: Pós-graduação EAD em Comunicação Empresarial Metodista - Turma 2016.

Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/532449083580188/> Acesso em: 26 jun 2019.

Facebook: Grupos.

Disponível em: [https://www.facebook.com/help/1629740080681586/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/1629740080681586/?helpref=hc_fnav) Acesso em: 15 ago 2019.

Facebook: Grupo: Tutores em EaD. Disponível em:

[https://www.facebook.com/groups/187371408086087/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/groups/187371408086087/?ref=br_rs) Acesso em: 15 abr 2019.

Facebook: Grupo: Tutores EaD - CAPES / UAB - Nacional. Disponível em:

[https://www.facebook.com/groups/tutorescapes/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/groups/tutorescapes/?ref=br_rs) Acesso em: 20 abr 2019.

Folha de São Paulo. (2019). Zuckerberg anuncia primeiras mudanças no Facebook para priorizar mensagens privadas e grupos. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2019/04/zuckerberg-anuncia-primeiras-mudancas-no-facebook-para-priorizar-mensagens-privadas-e-grupos.shtml> Acesso em: 01 set 2019

Houaiss, A. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Disponível em:

<https://houaiss.uol.com.br/pub/apps/www/v3-3/html/index.php#0> Acesso em: 02 set 2019.

Michaelis. Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Disponível em:

<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=regular> Acesso em: 02 set 2019.

Priberam, Dicionário de Língua Portuguesa. (2011). Disponível em:

<http://www.priberam.pt/dlpo/> Acesso em: 13 jul 2019.

Revista Consultor Jurídico. (2019). TRT-12 (SC) equipara tutor de ensino a distância a professor. Disponível: em:

<https://www.conjur.com.br/2019-mai-01/trt-12-sc-equipara-tutor-ensino-distancia-professor>

Acesso em: 16 mai 2019.

TecMundo. (2019). Brasil é o terceiro país com mais usuários no Facebook. Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/139130-brasil-terceiro-pais-usuarios-facebook.htm>

Acesso em: 25 ago 2019.

Veja. (2018). EAD: 1,5 milhão estuda a distância no Brasil. Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/educacao/ead-15-milhao-de-pessoas-estuda-a-distancia-no-brasil/>

Acesso em 02 jun. 2019.

Youtube: Pensando Hoje. Disponível em:

[https://www.youtube.com/channel/UCLWiWjhzmslNbTp\\_th8t7Fg](https://www.youtube.com/channel/UCLWiWjhzmslNbTp_th8t7Fg) Acesso em: 02 set 2019.

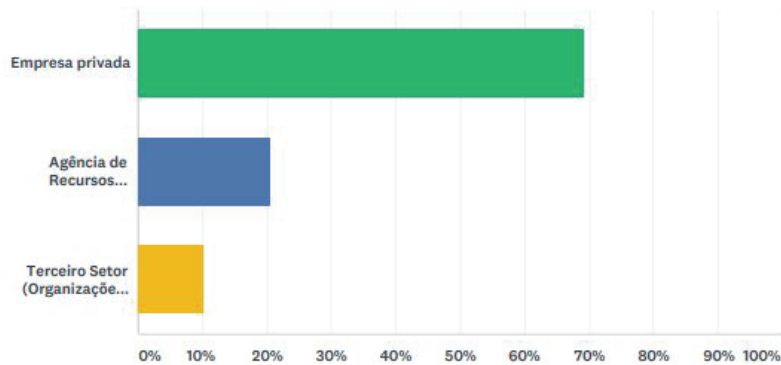
# APÊNDICES

## Apêndice I

### Questionário I - Recursos Humanos:

Q1 Se integra ou já integrou uma equipe de RH, mais precisamente recrutamento e seleção, em que tipo de organização foi?

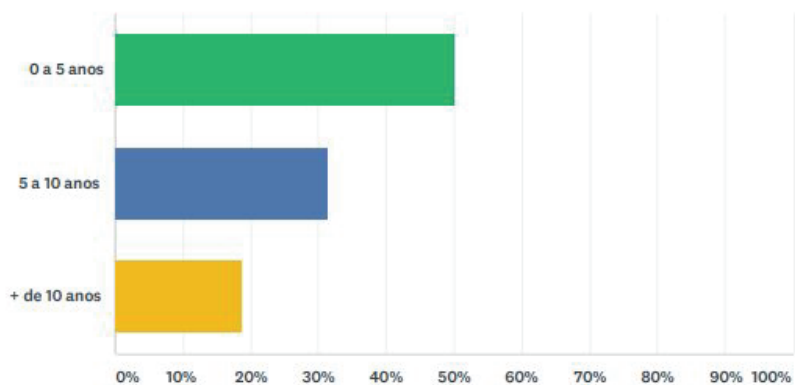
Answered: 107 Skipped: 3



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Empresa privada	69.16%	74
Agência de Recursos Humanos (terceirizada)	20.56%	22
Terceiro Setor (Organizações Sem Fins Lucrativos)	10.28%	11
TOTAL		107

Q2 Há quanto tempo você atua ou atuou na área de recrutamento e seleção?

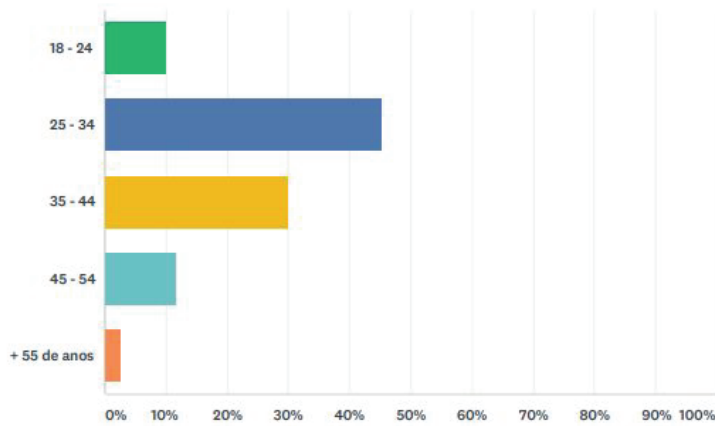
Answered: 108 Skipped: 2



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
0 a 5 anos	50.00%	54
5 a 10 anos	31.48%	34
+ de 10 anos	18.52%	20
TOTAL		108

### Q3 Qual a sua faixa etária?

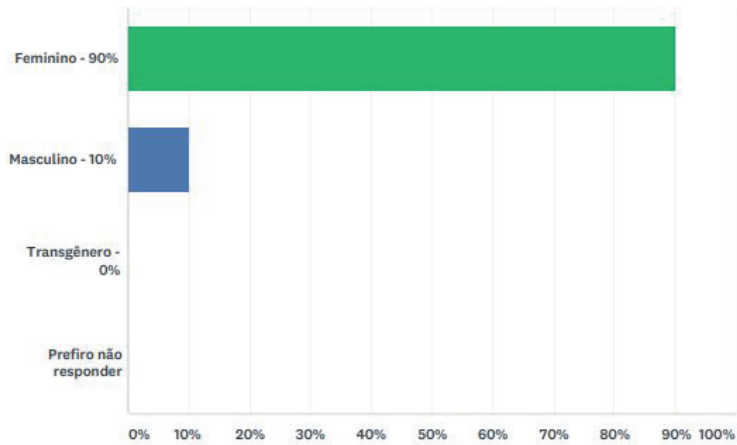
Answered: 110 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
18 - 24	10.00%	11
25 - 34	45.45%	50
35 - 44	30.00%	33
45 - 54	11.82%	13
+ 55 de anos	2.73%	3
TOTAL		110

### Q4 Qual é o seu gênero?

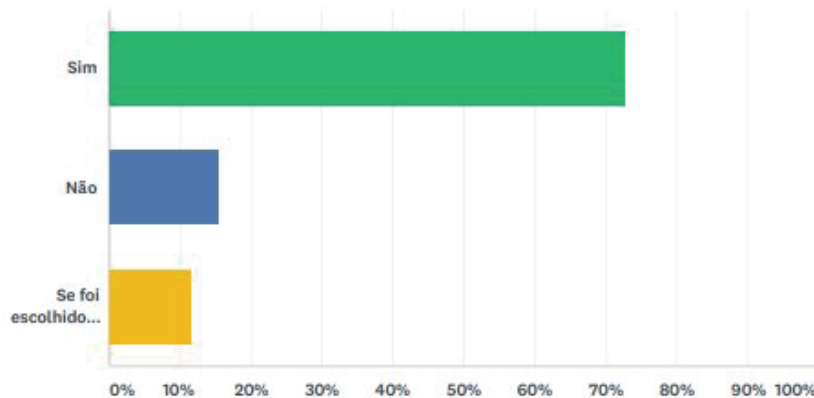
Answered: 110 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Feminino - 90%	90.00%	99
Masculino - 10%	10.00%	11
Transgênero - 0%	0.00%	0
Prefiro não responder	0.00%	0
TOTAL		110

## Q5 Você como profissional da área de recursos humanos faria um curso superior a distância (graduação / pós graduação / MBA/ mestrado / doutorado)?

Answered: 110 Skipped: 0

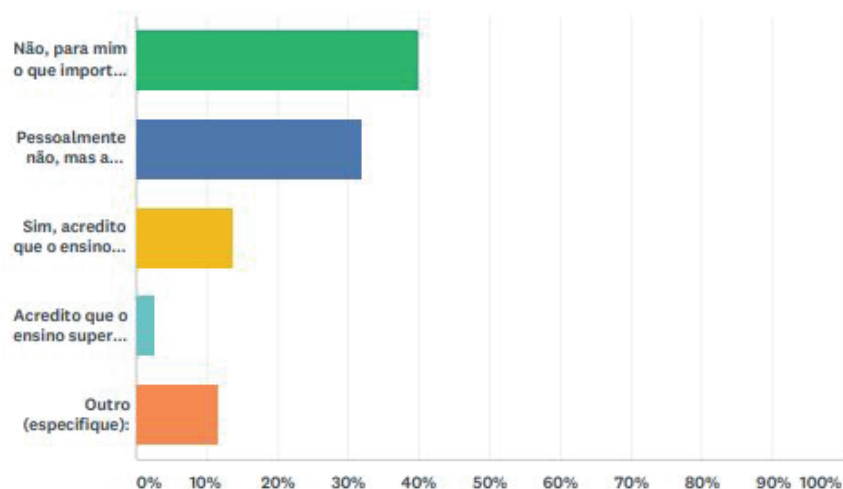


ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Sim	72.73%	80
Não	15.45%	17
Se foi escolhido "não", especifique o porquê:	11.82%	13
<b>TOTAL</b>		<b>110</b>

#	SE FOI ESCOLHIDO "NÃO", ESPECIFIQUE O PORQUÊ:	DATE
1	Estou atuando em outra área agora!	7/5/2019 12:20 AM
2	Não acho que os cursos à distância são válidos.	6/19/2019 11:06 AM
3	Acredito que o presencial seja mais produtivo. Opinião particular minha.	6/4/2019 2:51 AM
4	Acredito que seja diferente e não eficiente	6/3/2019 2:26 PM
5	Prefiro cursos presenciais, a troca de experiências é muito enriquecedora.	5/22/2019 7:47 PM
6	Não acho que seja tão efetivo, quanto o presencial	5/21/2019 5:32 PM
7	Porque acredito que o ensino a distância é bem mais fraco do que o presencial	5/14/2019 1:50 AM
8	Não tenho estímulo ao estudo	5/12/2019 5:48 AM
9	Não tenho disciplina pra estudar em casa.	5/12/2019 3:46 AM
10	Cada um aprende de uma forma, e para mim não é um método eficaz, pois eu aprendo muito pela troca, pelo presencial.	5/8/2019 2:22 PM
11	Porque prefiro o contato pessoal, comunicação mais efetiva para mim é bem importante.	4/26/2019 2:54 PM
12	Tanto na minha primeira graduação que foi em Gestão de Recursos Humanos como na segunda e atual em Ciências Sociais tive e tenho ao menos uma matéria em EAD e não gosto do método, prefiro o contato direto com o contato direto com o Professor.	4/24/2019 4:35 PM
13	Porque eu me dedico melhor em aula presencial!	4/24/2019 3:30 PM

## Q6 Você vê diferença entre os profissionais que cursaram o ensino superior a distância e os que cursaram o ensino superior presencial?

Answered: 110 Skipped: 0



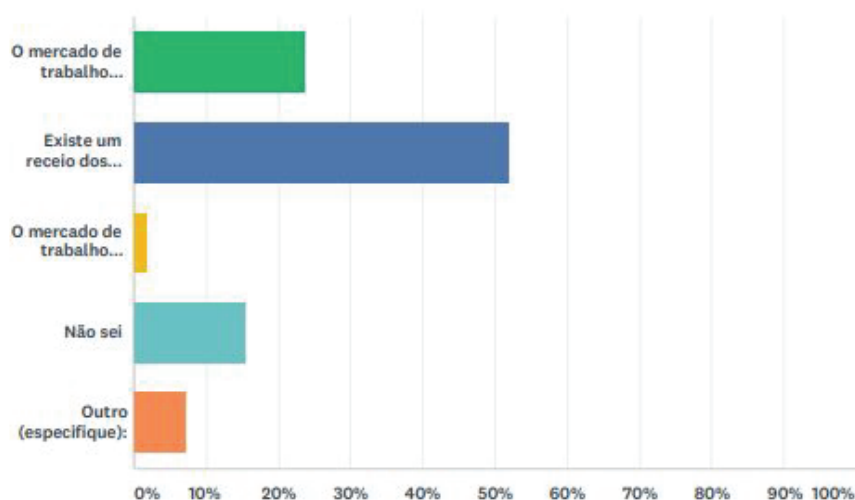
ANSWER CHOICES	RESPONSES
Não, para mim o que importa é a experiência profissional e o perfil de cada candidato	40.00% 44
Pessoalmente não, mas a reputação do ensino superior a distância no mercado não é positiva	31.82% 35
Sim, acredito que o ensino superior a distância forma profissionais mais fracos para o mercado	13.64% 15
Acredito que o ensino superior a distância prepara melhor os alunos para o mercado de trabalho do que o ensino presencial	2.73% 3
Outro (especifique):	11.82% 13
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>

#	OUTRO (ESPECIFIQUE):	DATE
1	Acredito que o ensino superior a distância exige muito mais responsabilidade e foco do aluno, sendo que ele próprio precisa fazer seu tempo de estudo e se manter firme em exercícios e leituras, pois não tem um professor do lado, cobrando/auxiliando.	8/26/2019 7:41 PM
2	Não conheço ninguém da área que tenha feito um curso de grau à distância.	6/19/2019 11:06 AM
3	Nunca pude comparar	6/4/2019 2:55 AM
4	O Brasil precisa tomar cuidado com o credenciamento dos cursos EAD, para que eles sejam de qualidade e formem profissionais aptos ao mercado de trabalho. No momento há mais quantidade do que qualidade.	6/3/2019 11:19 PM
5	Não conheço ninguém que tenha cursado a distância para opinar	5/23/2019 9:58 PM
6	Nunca conheci alguém que tenha feito Graduação a distância.	5/21/2019 5:32 PM
7	No meu ponto de vista, é relativo esse caso. Conheço ótimos profissionais que fizeram graduação EAD e conheço profissionais desqualificados que cursaram presencial. Vai muito da vontade da pessoa em aprender, se esforçar e dar o seu melhor independente da forma como adquiriu o conhecimento.	5/12/2019 5:32 AM
8	Não conheço profissionais que cursaram somente cursos à distância.	4/25/2019 2:51 PM
9	Precisa de muita disciplina para conseguir estudar a distância	4/24/2019 11:48 PM
10	Depende do perfil da vaga.	4/24/2019 7:12 PM

11	Depende do profissional, se o mesmo se dedicar com afinco ao curso EAD acho válido, mas é difícil saber, preciso de outros instrumentos para avaliar e não me baseio apenas nisso.	4/24/2019 6:59 PM
12	acredito que um curso a distancia bem elaborado juntamente a alunos aplicados seja compatível com um curso presencial	4/24/2019 5:05 PM
13	Acredito em Educação, não em Formação.	4/24/2019 4:41 PM

## Q7 O ensino superior a distância no Brasil está cada vez mais crescente. Como acha que o mercado de trabalho está reagindo a esse novo modo de ensino?

Answered: 110 Skipped: 0

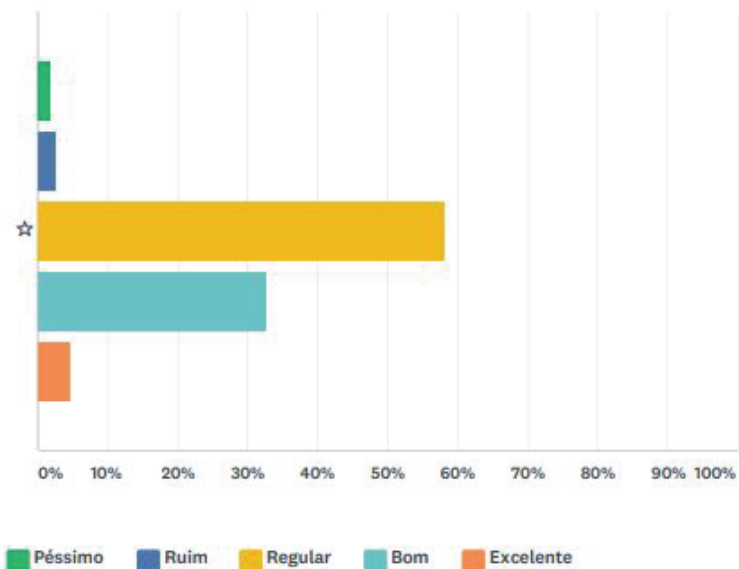


ANSWER CHOICES	RESPONSES
O mercado de trabalho valoriza profissionais de cursos a distância da mesma forma que os de cursos presenciais	23.64% 26
Existe um receio dos departamentos de recursos humanos com cursos a distância pois possuem má reputação	51.82% 57
O mercado de trabalho prioriza cursos superiores a distância	1.82% 2
Não sei	15.45% 17
Outro (especifique):	7.27% 8
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>

#	OUTRO (ESPECIFIQUE):	DATE
1	Cursos presenciais são mais ricos em troca de experiências.	9/5/2019 3:18 AM
2	Acredito que a reputação dos cursos a distância estão em ascensão, porém ainda encontram certo preconceito perante o mercado de trabalho.	8/21/2019 1:13 AM
3	Ambivalência entre ambos embora alguns cursos não gozem de boa reputação.	6/3/2019 11:19 PM
4	Junto com a formação o que define o candidato ideal é a sua experiência na área, comunicação, postura, escrita, se o curso é presencial ou on line não pode ser o fator determinante.	5/22/2019 7:47 PM
5	Acho que ainda há uma mudança de paradigma acontecendo, mas não vejo profissionais com, os quais atuo, preocupados com essa diferença de ensino a distânciaX presencial.	5/21/2019 3:44 PM
6	Existe ainda certa resistência, mas que aos poucos está sendo quebrada e a tendência é uma maior aceitação, já que os impactos tecnológicos estão se intensificando cada vez mais. Basta observar o investimento em universidades corporativas geralmente através da modalidade "E-Learning".	5/12/2019 5:27 PM
7	Acho que atualmente não seja um fator essencial a ser considerado no mercado de trabalho.	4/26/2019 2:54 PM
8	O mercado prioriza o presencial.	4/25/2019 12:33 AM

## Q8 Como você avalia a reputação dos cursos superiores a distância no país?

Answered: 110 Skipped: 0



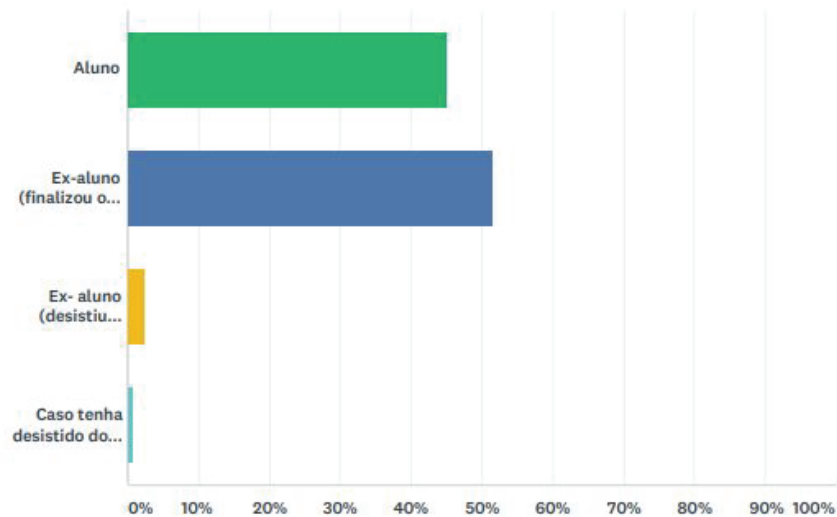
	PÉSSIMO	RUIM	REGULAR	BOM	EXCELENTE	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
☆	1.82% 2	2.73% 3	58.18% 64	32.73% 36	4.55% 5	110	3.35

## Apêndice II

Questionário II - Estudantes educação a distância:

### Q1 Você é aluno ou ex-aluno de algum curso superior de educação a distância?

Answered: 243 Skipped: 2

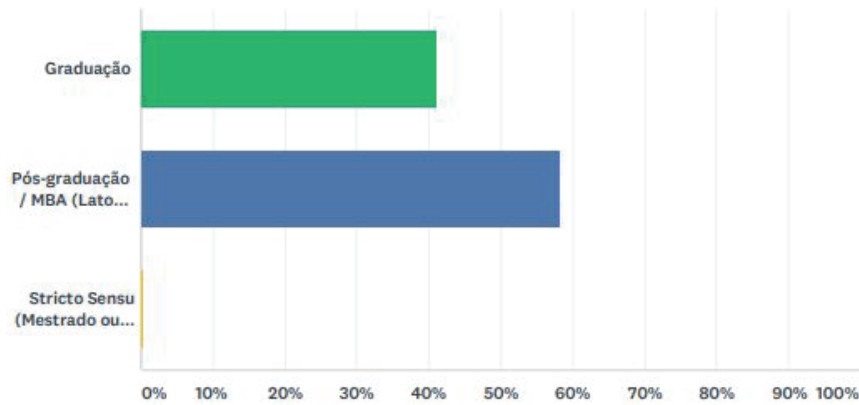


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Aluno	45.27% 110
Ex-aluno (finalizou o curso)	51.44% 125
Ex-aluno (desistiu durante o curso)	2.47% 6
Caso tenha desistido do curso especifique o porquê:	0.82% 2
<b>TOTAL</b>	<b>243</b>

#	CASO TENHA DESISTIDO DO CURSO ESPECIFIQUE O PORQUÊ:	DATE
1	Porque nao conseguia me concentrar nas aulas com as distracoes e pessoas em casa e achei que as provas eram superficiais, indo bem ou mal sempre tirava notas altas, o que nao faxia sentido.	4/18/2019 3:30 AM
2	Sou aluno e ex aluno. Já desisti de uma, já finalizei uma e estou cursando outra.	4/17/2019 7:24 PM

## Q2 Qual tipo de curso você cursa ou cursou?

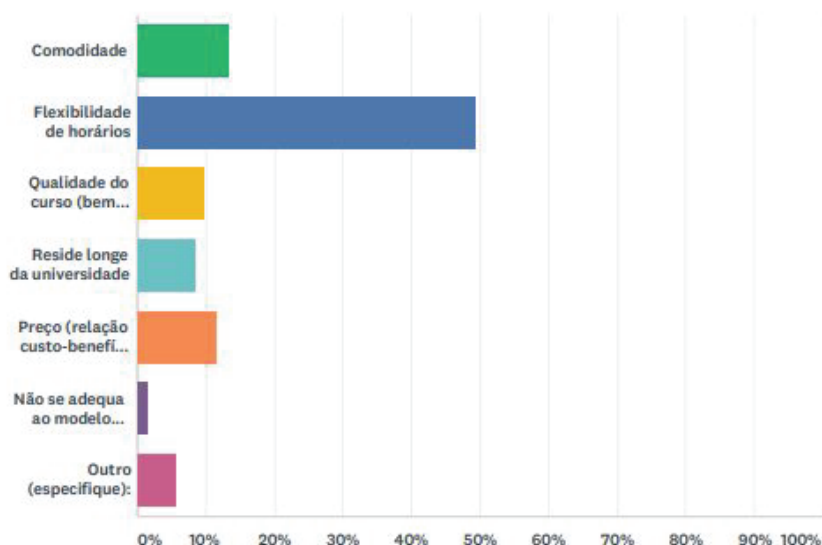
Answered: 245 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Graduação	41.22% 101
Pós-graduação / MBA (Lato Sensu)	58.37% 143
Stricto Sensu (Mestrado ou Doutorado)	0.41% 1
TOTAL	245

### Q3 Qual o principal motivo da escolha do modelo de ensino a distância?

Answered: 245 Skipped: 0

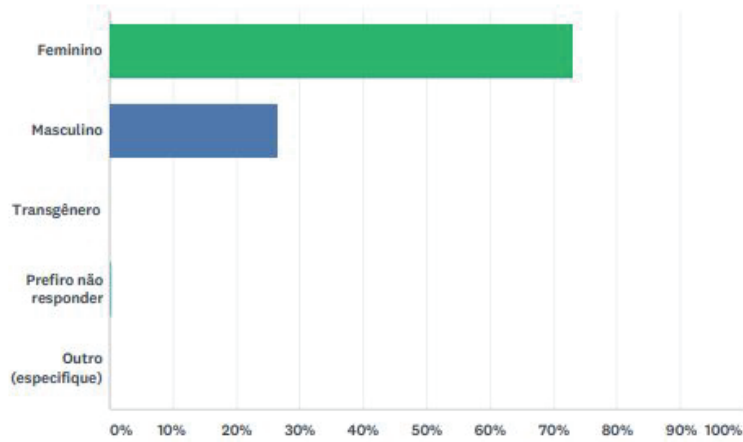


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Comodidade	13.47% 33
Flexibilidade de horários	49.39% 121
Qualidade do curso (bem conceituado)	9.80% 24
Reside longe da universidade	8.57% 21
Preço (relação custo-benefício)	11.43% 28
Não se adequa ao modelo presencial	1.63% 4
Outro (especifique):	5.71% 14
<b>TOTAL</b>	<b>245</b>

#	OUTRO (ESPECIFIQUE):	DATE
1	trabalho sem horário fixo	5/25/2019 4:28 AM
2	Bolsa prouni	5/24/2019 2:21 AM
3	Vários fatores: comodidade, é a segunda graduação, flexibilidade, não me adaptaria a salas de aulas lotadas, perderia o foco. Resido longe. O curso é de boa qualidade.	4/26/2019 4:57 PM
4	O curso que eu queria não tinha a modalidade presencial.	4/25/2019 3:22 AM
5	Oferta era só a siatancia	4/25/2019 1:23 AM
6	Faculdade federal	4/25/2019 12:40 AM
7	Oportunidade	4/24/2019 9:31 PM
8	O tema específico gestão da ead	4/24/2019 8:17 PM
9	Tema do curso de especialização	4/24/2019 7:21 PM
10	Curso oferecido pela instituição de ensino superior onde trabalho	4/24/2019 4:03 PM
11	Não tenho horário certo para estudo devido ao trabalho. Trabalho a qualquer hora em qualquer dia.	4/19/2019 2:28 AM
12	As universidades locais não tinham o curso desejado.	4/18/2019 9:08 PM
13	Na verdade o curso forma uma Tecnólogo. Escolhi pois vou receber um diploma de graduação, mas em um curso que dura 2 anos.	4/18/2019 5:48 PM
14	Comodidade, flexibilidade de horários e preço	4/18/2019 1:49 PM

## Q4 Qual é o seu gênero?

Answered: 245 Skipped: 0

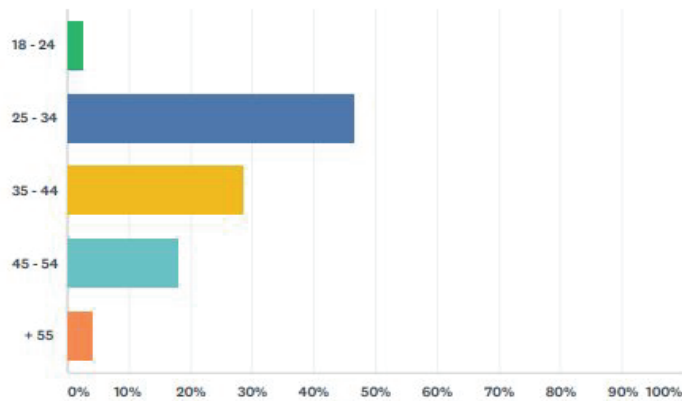


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Feminino	73.06% 179
Masculino	26.53% 65
Transgênero	0.00% 0
Prefiro não responder	0.41% 1
Outro (especifique)	0.00% 0
<b>TOTAL</b>	<b>245</b>

#	OUTRO (ESPECIFIQUE)	DATE
	There are no responses.	

## Q5 Qual a sua faixa etária?

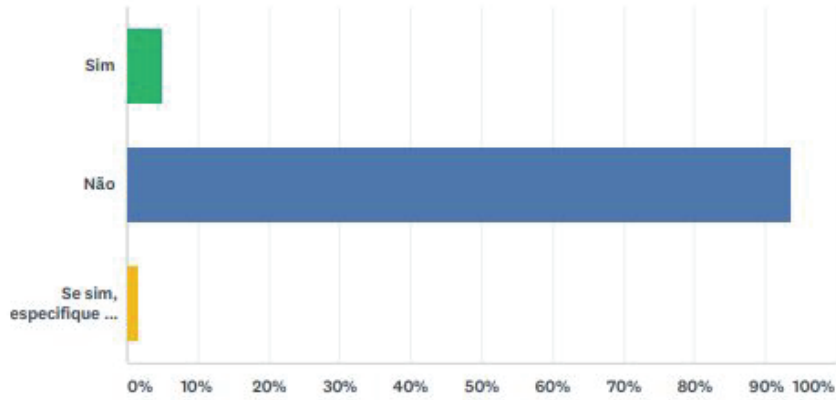
Answered: 244 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES
18 - 24	2.46% 6
25 - 34	46.72% 114
35 - 44	28.69% 70
45 - 54	18.03% 44
+ 55	4.10% 10
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>

## Q6 Você enfrenta ou já enfrentou problemas no mercado de trabalho por frequentar um curso superior a distância?

Answered: 245 Skipped: 0

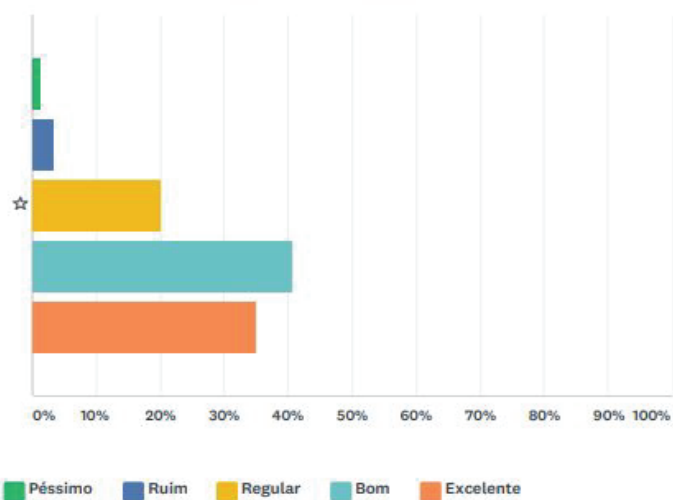


ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Sim	4.90%	12
Não	93.47%	229
Se sim, especifique o problema:	1.63%	4
<b>TOTAL</b>		<b>245</b>

#	SE SIM, ESPECIFIQUE O PROBLEMA:	DATE
1	Eu propriamente, não. Mas uma colega de curso, foi discriminada no trabalho.	4/26/2019 4:57 PM
2	Preconceito	4/25/2019 6:57 AM
3	Baixo reconhecimento do curso pelo mercado.	4/24/2019 4:57 PM
4	Ainda não concluí, mas falta de networking é um problema.	4/24/2019 4:24 PM

### Q7 Como você avalia a experiência de realizar um curso a distância no geral?

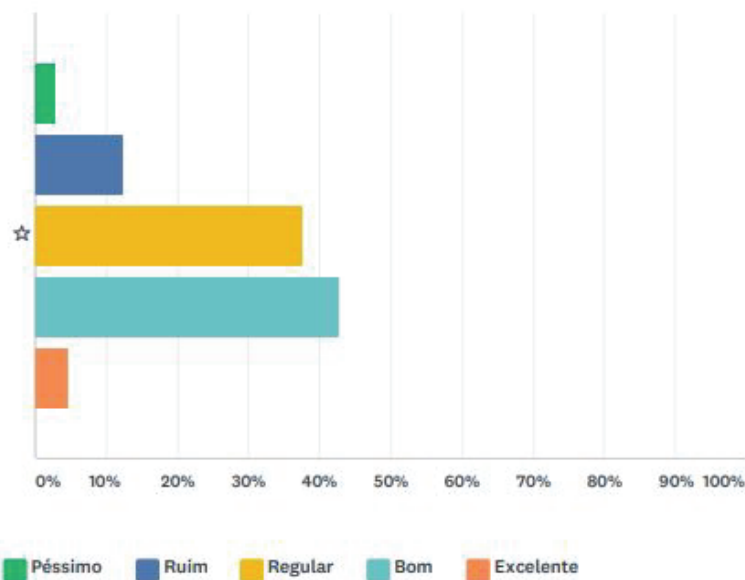
Answered: 244 Skipped: 1



	PÉSSIMO	RUIM	REGULAR	BOM	EXCELENTE	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
☆	1.23% 3	3.28% 8	20.08% 49	40.57% 99	34.84% 85	244	4.05

### Q8 Como você avalia a reputação dos cursos superiores a distância no país?

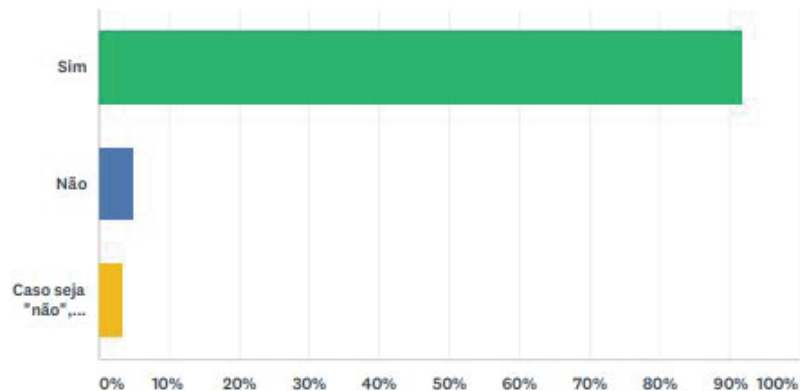
Answered: 244 Skipped: 1



	PÉSSIMO	RUIM	REGULAR	BOM	EXCELENTE	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
☆	2.87% 7	12.30% 30	37.70% 92	42.62% 104	4.51% 11	244	3.34

## Q9 Você voltaria a fazer um curso superior a distância ou indicaria a alguém?

Answered: 245 Skipped: 0

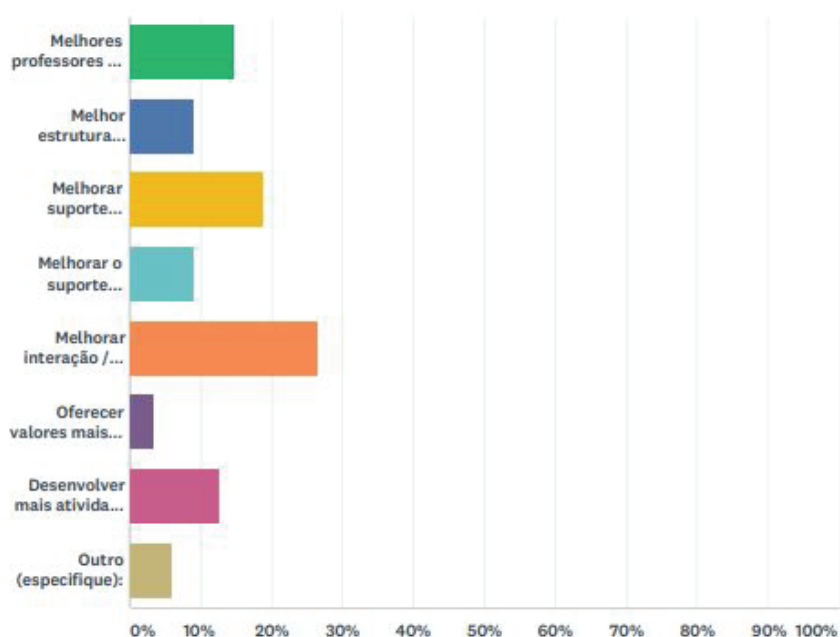


ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Sim	91.84%	225
Não	4.90%	12
Caso seja "não", especifique:	3.27%	8
<b>TOTAL</b>		<b>245</b>

#	CASO SEJA "NÃO", ESPECIFIQUE:	DATE
1	Falta de integração com a comunidade acadêmica, troca de ideias, o ambiente de sala de aula	4/28/2019 10:35 PM
2	Decisão deve ser individual	4/25/2019 3:20 AM
3	Senti falta do contato com os professores	4/25/2019 12:48 AM
4	Indicaria sim, mas não tem "talvez". Minha indicação dependeria dos objetivos de aprendizagem da pessoa.	4/24/2019 9:34 PM
5	Tanto a especialização quanto a graduação EAD considereiuito fracas em relação ao conteúdo.	4/24/2019 7:21 PM
6	Acho insuficiente	4/24/2019 2:45 AM
7	A presença de um professor para esclarecer dúvidas é fundamental.	4/20/2019 1:48 AM
8	Não me adaptei a modalidade	4/18/2019 3:02 PM

## Q10 No que as universidades podem melhorar a experiência do curso?

Answered: 245 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Melhores professores / tutores	14.69% 36
Melhor estrutura (sistema ou plataforma utilizados pelos alunos)	8.98% 22
Melhorar suporte pedagógico (materiais de estudo)	18.78% 46
Melhorar o suporte técnico, no caso de falhas ou dúvidas	8.98% 22
Melhorar interação / contato entre professor (ou tutor) e aluno	26.53% 65
Oferecer valores mais acessíveis	3.27% 8
Desenvolver mais atividades fora do ambiente de ensino a distância	12.65% 31
Outro (especifique):	6.12% 15
<b>TOTAL</b>	<b>245</b>

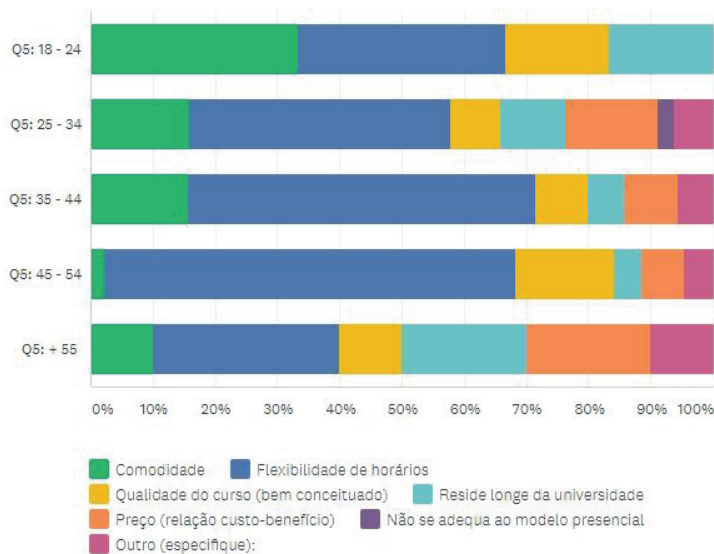
#	OUTRO (ESPECIFIQUE):	DATE
1	Melhorar os conteúdos de forma geral.	5/14/2019 8:12 PM
2	Na verdade este é o possível tema do meu TCC. Mas em um curso de para mediadores conheci um pouco mais sobre EAD. E entendi que depende da proposta. Eu achava que o meu curso precisava de mais interação e de mais suporte. Mas as vezes o curso pretende formar pessoas mais autônomas.	4/26/2019 4:57 PM
3	Aumentar as ofertas.	4/25/2019 5:24 AM
4	Atualização do conteúdo.	4/25/2019 4:53 AM
5	Desenvolver atividades que avaliem, de fato, a aprendizagem e o curso.	4/25/2019 4:53 AM
6	Prazo para esclarecimentos de dúvidas	4/25/2019 2:29 AM

7	melhorar interação professor e aluno, o portal ou sistema utilizado pelo progeama, que seja gratuito ou que melhore a forma de pagamento aos estudantes, etc.	4/25/2019 1:47 AM
8	Exigir mais do aluno.	4/25/2019 12:19 AM
9	Adequar a quantidade de material para leitura ao tempo do curso - não é porque é EAD que precisa ter 10 textos para cada semana de curso, cada qual com a elaboração de uma resenha!	4/24/2019 10:39 PM
10	Acredito que pensar os cursos a distância com suas especificidades. Pois muitas vezes ele e uma reprodução do presencial	4/24/2019 8:27 PM
11	Avaliação presencial nas universidades particulares. Atualmente estou cursando uma pós em uma universidade particular, é bem diferente da federal. Não há cobranças, o conteúdo não chega a 30% do trabalhado em universidade federal. Sem contar que é feita uma avaliação por módulo, online e de consulta. Tenho colegas que pagam para que outropessoas respondam as questões p obter nota.	4/24/2019 6:49 PM
12	Alguma forma de melhorar o tempo, muito conteúdo e pouco tempo para estudar. Talvez o curso precisasse ter mais duração	4/21/2019 5:06 PM
13	Maior integração entre os professores/disciplinas	4/18/2019 5:54 PM
14	Acho a plataforma que meu curso usa pouco intuitiva e ruim de usar. No celular, então, nem se fala (desinstalei o app). Também acho os matérias de estudo, tanto texto quanto videos (às vezes) um pouco antigos e desatualizados.	4/18/2019 5:48 PM
15	Estudo na UniCesumar, o meu curso é nota máxima no MEC, a faculdade é quase perfeita	4/17/2019 11:39 PM

Gráfico comparativo: faixa etária X motivo escola EaD:

Qual o principal motivo da escolha do modelo de ensino a distância?

Answered: 244 Skipped: 0



## Apêndice III

Entrevista Victor Galdi, profissional responsável pela coordenação de cursos superiores EaD:

1- Qual a sua função nos cursos superiores de educação a distância? E em qual universidade atua ou atuou?

VG: Coordenador de Marketing para EaD. Atuei na Católica Paulista por dois anos (2017 – 2019) e estou na Universidade de Marília (Unimar) desde então (cinco meses).

2- Quais plataformas você utilizava no seu trabalho? O AVA utilizado era intuitivo para alunos e professores?

VG: A nível acadêmico: Canvas, material didático com base no HTML 5, Vimeo para armazenamento e transmissão das videoaulas. E acredito que todo o material didático é muito simples e intuitivo. Alunos e professores não enfrentam dificuldades, nós formulamos um material e acesso que seja fácil.

3- De uma forma geral, comparando com os cursos presenciais, qual é a sua visão a respeito da reputação dos cursos superiores de educação a distância no país?

VG: Considero que os cursos são tão bons quanto os presenciais – melhores, em alguns casos. Todavia, a mística, o entendimento e mesmo a reputação do matriculado na EaD, é sobre ser um modelo fácil, do tipo ‘paga e pega’ (o diploma). Portanto, a entrega, por parte das instituições, tende a ser muito boa.

4- Em quais pontos acha que o ensino superior EAD no país precisa avançar?

VG: Na captação, subindo a régua das exigências, como é o caso dos vestibulares. O filtro deve ser maior e as provas mais criteriosas – não é incomum instituições aplicarem muitas provas alternativas e negligenciarem a dissertação, por exemplo.

Entrevista Lana Santos, coordenadora do curso de pós-graduação em Comunicação Empresarial:

1- Qual a sua função nos cursos superiores de educação a distância? E em qual universidade

atua ou atuou?

LS: Sou coordenadora desde 2016 do curso de Comunicação Empresarial EaD da Universidade Metodista de São Paulo e docente da mesma universidade em modo presencial,

2- Quais plataformas você utilizava no seu trabalho? O AVA utilizado era intuitivo para alunos e professores?

LS: Utilizamos o Moodle como AVA e o Colaboratte para aulas. Outros formatos de aulas são em um estúdio da universidade. Todas as plataformas que utilizamos são fáceis e intuitivas, são construídas para isso.

3- De uma forma geral, comparando com os cursos presenciais, qual é a sua visão a respeito da reputação dos cursos superiores de educação a distância no país?

LS: O ensino superior a distância evoluiu muito e grande maioria dos cursos valem muito a pena para o aluno. Por isso acredito que a sociedade também já enxergue o EaD com outros olhos, com um olhar de valorização. As possibilidades são gigantescas, ter um curso superior se tornou uma realidade para muitos que achavam ser impossível, devido a trabalho, distância e valor dos cursos. Vale a pena investir!

4- Em quais pontos acha que o ensino superior EAD no país precisa avançar?

LS: A avaliação do MEC deveria ser mais criteriosa, assim as universidades seriam obrigadas a melhorar o sistema como um todo. Um outro fator que precisamos estar atentos é referente às interações, as aulas e todo o curso precisam ser interativos e gerar contato entre alunos, professores e entre os próprios alunos.

## ANEXOS

Os anexos estão apresentados abaixo:

### Anexo I

Capturas de telas dos cinco grupos do Facebook referenciados no estudo, no capítulo 3.

The image displays three screenshots of Facebook posts from the 'Tutores EaD - CAPES / UAB - Nacional' group. The left sidebar shows the group's navigation menu, including 'Sobre', 'Discussão', 'Avisos', 'Membros', 'Eventos', 'Vídeos', 'Fotos', 'Arquivos', and 'Recomendações'. Below the menu is a search bar and a list of related groups.

The first screenshot shows a post by **Matheus Caldas** from September 10 at 13:48. The text asks: "Alguém poderia me informar se há algum documento que prove que a Tutoria deve ser considerada como experiência no ensino superior? Sei que há algo nesse sentido, mas preciso de legislação para me fundamentar!". It has 13 likes and 22 comments.

The second screenshot shows a post by **Marcos Bezerra** from July 30, sharing a link. The text says: "O Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) esta com inscrições abertas para bolsistas. Edital 09/2019. Compartilhe ou se inscreva!". Below the text is a link card for "Portal do IFSC - Editais EaD" with details: "Edital 10/2019/Cerfead - Seleção de Coordenador Geral e Coordenador Adjunto do Programa Universidade Aberta do Brasil - UAB". It has 3 likes and 2 comments.

The third screenshot shows a post by **Cristina Schierhoff Macke** from September 4 at 17:01. The text says: "Boa tarde. Vocês sabem notícias sobre todos os tutores passarem por novo processo seletivo, aqueles que o edital não ficou aberto com prazo de 30 dias para inscrições? É o que se comenta aqui. 😊😊😊". It has 4 likes and 8 comments.

Tutores EaD -  
CAPES / UAB -  
Nacional

Grupo Privado

Sobre

Discussão

Avisos

Membros

Eventos

Vídeos

Fotos

Arquivos

Recomendações

Pesquisar neste grupo

Atalhos

- Olavo Diniz 30+
- Alfonso Diniz 30+
- Luiz Roberto Diniz 30+
- Willy Diniz 30+
- Olavo Diniz 20+
- Olavo Diniz 20+
- Wagner - Marketing Digital
- Luiz Roberto Diniz 4
- POPTUBULOSOS G... 30+
- Perfugado no alto... 3
- Olavo Diniz 30+
- Wagner de Pinheiro... 30+
- El Compadre 30+
- Olavo Diniz no Polo 30+
- Papo Galante no Polo... 7
- 3000
- Olavo Diniz no Polo... 30+
- Papo Galante no Polo... 30+
- Marketing Digital 30+
- Olavo Diniz no Polo... 4

Stony Silva compartilhou um link.  
8 de agosto

<http://www.ead.unimontes.br/index.php/artigos/noticias/ceadunimontes-abre-processo-seletivo-para-tutor-a-distancia>



EAD.UNIMONTES.BR

**CEAD/UNIMONTES abre Processo Seletivo para Tutor a Distância - EAD Unimontes**

8

Curtir

Comentar



Escreva um comentário...



Sandra Conceição compartilhou um link.  
2 de maio

Vejam isto.



CONJUR.COM.BR

**TRT-12 (SC) equipara tutor de ensino a distância a professor**

Tutor de ensino a distância que exerce funções inerentes à docência deve ser enquadrado sindicalmente como professor, fazendo jus ao...

58

18 comentários

Curtir

Comentar

Ver mais 7 comentários



**Caroline Cavalcante** GENTE ,MAS O TUTOR É UM PROFESSOR SIM - GRAÇA A DEUS

Curtir · Responder · 19 sem

2

Respondeu - 1 resposta



**José Carlos Júnior Anhanguera Polo**

- Anhanguera Polo Castro
- Anhanguera Polo Mogi Das CruzesCruzes
- Universidade Anhanguera Uniderp Polo AracajuAracaju
- Anhanguera Polo Capela Do AltoAlto
- Anhanguera Polo IndependênciaIndependência







Pós-graduação  
EAD em  
Comunicação  
Empresarial  
Metodista - Turma  
2016

Grupo Privado

Sobre

Discussão

Membros

Eventos

Fotos

Arquivos

Pesquisar neste grupo

Atalhos

Curso Online 20+

Mapa de Sites 20+

Laureados em 2016 20+

Alta Online 20+

Exercícios de Português 20+

Curso Inglês 20+

Curso Online 20+

Trabalho de Pesquisa 20+

Mapa - Marketing Digital 20+

Exercícios Online 20+

Exercícios em Inglês 8

Letras Interdisciplinares 4

Marketing Digital 20+

Paper Calouste Gulbenkian 20+

Atividade Interdisciplinares 20+

Grupo de Trabalho 20+

PCPT/Universidade 20+

Paper Calouste Gulbenkian 7

Trabalho de Curso 20+

Curso de Inglês 20+

Erika Paselli  
26 de julho de 2017

Olá professoras lindas! Estou perdida... HELP ME!  
Sou da turma de 2016 de março. Preciso saber se posto ou não no Moodle minha 2ª versão do TCC. Mandeij para o meu professor orientador 9no e-mail dele) No "atalho" enviado por e-mail, o "caminho" não bate. Lá só podemos postar a versão final. A dúvida é que recebi nesse mesmo e-mail está dizendo que a segunda versão deve ser postada até amanhã.

ME AJUDEM MMMM. ❤️

1

10 comentários Visualizado por 3

Curtir

Comentar

Resposta Anonima Só pode postar até amanhã???

Curtir · Responder · 2 a

Erika Paselli respondeu · 5 respostas

Marina Müller Olá, queridas!!  
Amore, se o seu orientador ainda fará uma revisão, mande apenas pra ele ok? Quando estiver pronto, mande e-mail pra nós e pode postar no moodle tb. Calma! Vcs terão até meados de agosto pra finalizar!! Beijokas

Curtir · Responder · 2 a

Erika Paselli respondeu · 3 respostas

Escreva um comentário...

Wagner Queessada compartilhou uma publicação.  
6 de julho de 2017

Fica a dica: a CGU oferece ótimos cursos.

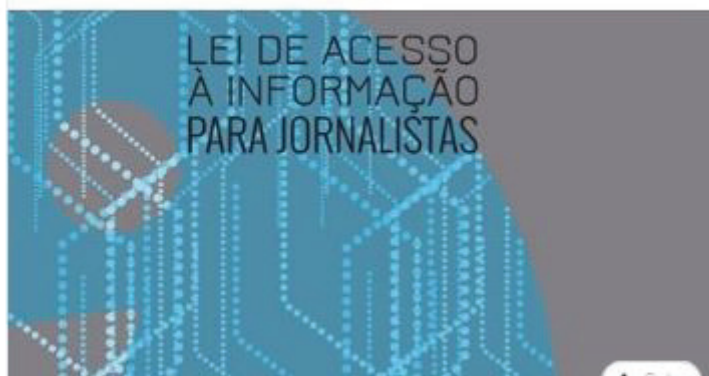
CGU Controladoria-Geral da União - CGU  
6 de julho de 2017

Curtir Página

#LeideAcesso: Inscrições abertas para curso on-line gratuito sobre Lei de Acesso a Informações

Estão abertas as inscrições para a 7ª edição do curso on-line sob...

Ver mais



ABRAJI.ORG.BR

Inscrições abertas para curso on-line gratuito sobre Lei de Acesso a Informações

## EaD - Processos Seletivos

Grupo Privado

Sobre

**Discussão**

Mentoria

Avisos

Membros

Eventos

Fotos

Arquivos

Recomendações

Pesquisar neste grupo

Atalhos

Discus Online 20+

Wajar con Salud 20+

Lo mente es marav... 20+

Mão Online 20+

Bresleiros no Porto 20+

Discus Saúde 20+

Discus Online 20+

Notas de Florid... 20+

Vagas - Marketing Digital

Estudos Capes 20+

Bresleiros em Braga... 3

Lógica Avançada 5

Ver mais



**José Precioso Do Amaral**

15 de setembro às 13:49

Olá, pessoal! Vocês conhecem alguma vaga/edital de tutoria EaD que seja realmente a distância?

(a única forma realmente 100% EaD de trabalho que consegui foi como conteudista, mas não foi uma boa experiência).

Sou do Rio, aqui temos o CEDERJ que exige presença no polo. Já ouvi falar que dependendo do Estado e Universidade pode existir vaga **realmente** EaD.

Agradeço se puderem compartilhar, vou compartilhar aqui o que descobrir nas minhas pesquisas...

17

18 comentários

Curtir

Comentar

Ver mais 7 comentários



**Neuza Souza** Tbem estou a procura pessoal. A Uemg que consegui tinha que ir todo mês é o valor da Bolsa acabava para mim em 270,0 a 300,0.

Curtir · Responder · 1 sem

2



**Camille Cavalcante** Eu soffro com isso tambem , o curso e ead , mas pedi varias horas de polo, ai complica .....se e ead têm que ser ead mesmo

Curtir · Responder · 21 h

2

→ José Precioso Do Amaral respondeu · 1 resposta · 5 h



Escreva um comentário...



**Guilherme Ruela**

21 h

Seleção de conteudistas para curso de Neurociências em nível de pós-graduação:

Disciplinas:

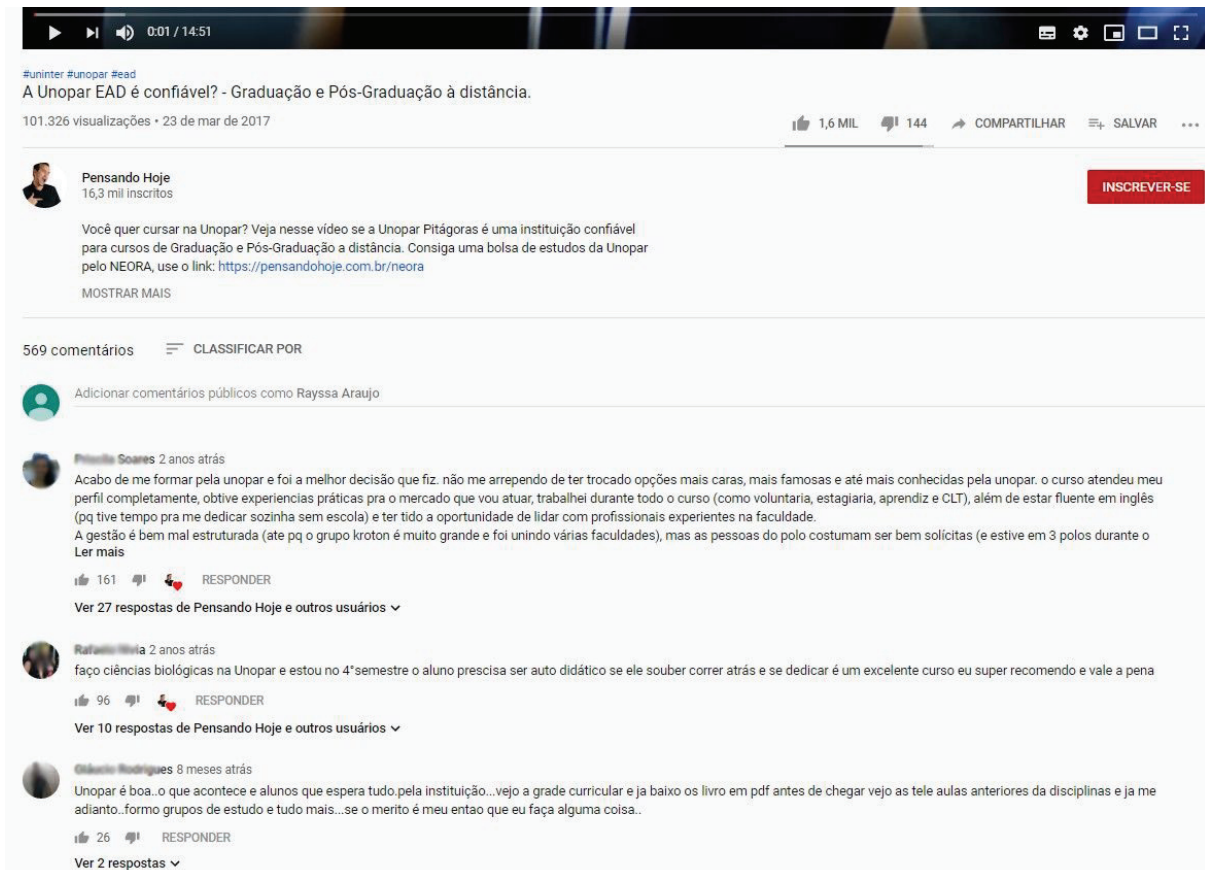
1. Anatomia e Fisiologia do sistema nervoso
2. Fundamentos da criminologia e criminologia clínica
3. Neurociência e aspectos cognitivos... Ver mais

18

6 comentários

## Anexo II

Captura de tela do vídeo com maior número de visualizações do canal do Youtube “Pensando Hoje” discutido ao longo do capítulo 3, contendo os principais comentários dos inscritos no canal:



The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, the video title is "A Unopar EAD é confiável? - Graduação e Pós-Graduação à distância." with 101,326 views and a date of 23 de mar de 2017. The channel name is "Pensando Hoje" with 16,3 mil inscritos. The video description asks if the user wants to study at Unopar and provides a link to a website. Below the video, there are 569 comments. The first comment is from "Pensando Hoje" (161 likes) discussing the quality of Unopar courses and the management. The second comment is from "Rafaela" (96 likes) mentioning her experience with Unopar. The third comment is from "Gabriel Rodrigues" (26 likes) discussing the curriculum and study groups.

#uninter #unopar #ead  
A Unopar EAD é confiável? - Graduação e Pós-Graduação à distância.  
101.326 visualizações • 23 de mar de 2017

1,6 MIL 144 COMPARTILHAR SALVAR

**Pensando Hoje**  
16,3 mil inscritos

INSCREVER-SE

Você quer cursar na Unopar? Veja nesse vídeo se a Unopar Pitágoras é uma instituição confiável para cursos de Graduação e Pós-Graduação a distância. Consiga uma bolsa de estudos da Unopar pelo NEORA, use o link: <https://pensandohoje.com.br/neora>

MOSTRAR MAIS

569 comentários CLASSIFICAR POR

Adicionar comentários públicos como Rayssa Araujo

**Pensando Hoje** 2 anos atrás  
Acabo de me formar pela unopar e foi a melhor decisão que fiz. não me arrependo de ter trocado opções mais caras, mais famosas e até mais conhecidas pela unopar. o curso atendeu meu perfil completamente, obtive experiências práticas pra o mercado que vou atuar, trabalhei durante todo o curso (como voluntaria, estagiaria, aprendiz e CLT), além de estar fluente em inglês (pq tive tempo pra me dedicar sozinha sem escola) e ter tido a oportunidade de lidar com profissionais experientes na faculdade. A gestão é bem mal estruturada (ate pq o grupo kroton é muito grande e foi unindo várias faculdades), mas as pessoas do polo costumam ser bem solícitas (e estive em 3 polos durante o Ler mais

161 RESPONDER  
Ver 27 respostas de Pensando Hoje e outros usuários

**Rafaela** 2 anos atrás  
faço ciências biológicas na Unopar e estou no 4º semestre o aluno precisa ser auto didático se ele souber correr atrás e se dedicar é um excelente curso eu super recomendo e vale a pena

96 RESPONDER  
Ver 10 respostas de Pensando Hoje e outros usuários

**Gabriel Rodrigues** 8 meses atrás  
Unopar é boa..o que acontece e alunos que espera tudo.pela instituição...vejo a grade curricular e ja baixo os livro em pdf antes de chegar vejo as tele aulas anteriores da disciplinas e ja me adianto..formo grupos de estudo e tudo mais...se o merito é meu entao que eu faça alguma coisa..

26 RESPONDER  
Ver 2 respostas