

E-LEARNING: CARACTERÍSTICAS QUE AUMENTAM A ADESÃO DOS PARTICIPANTES

ROBERTO MARINHO DOS SANTOS

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E ATUÁRIA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

ANDRE CONEJO

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

Introdução

O estudo investigou formas de aumentar a adesão em cursos e-learning, aplicando 4 dimensões de características (pedagógica, tecnológica, interface e suporte) em duas turmas. A Turma A recebeu 96,77% dessas características e teve 60,04% de adesão, contra 41,87% da Turma B, com 61,29% das características. A diferença de 18,17% indica que a aplicação mais completa dessas práticas favorece o engajamento dos alunos.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Apesar dos avanços do e-learning, a adesão dos alunos ainda é um desafio. Este estudo investiga características que podem aumentar o engajamento em cursos online, como flexibilidade, interatividade e suporte, com base no modelo de Khan (2005). Fatores como dificuldade de acesso, falta de feedback e baixa alfabetização digital afetam a permanência dos alunos. A pesquisa busca validar práticas que melhorem a experiência no EAD, contribuindo para sua eficácia e expansão, especialmente em contextos com limitações geográficas e de recursos.

Fundamentação Teórica

Apesar da expansão do e-learning, desafios como a baixa adesão persistem. A pesquisa investiga características que favorecem o engajamento, com base no modelo de Khan (2005), que agrupa fatores em quatro dimensões-chave: pedagógica, tecnológica, design da interface e suporte. A análise de 48 estudos selecionou as principais características ligadas à adesão. O modelo proposto será testado empiricamente para validar sua eficácia na retenção de alunos em cursos online.

Metodologia

A pesquisa quantitativa testou se características específicas aumentam a adesão em cursos e-learning. Aplicado a 109 participantes, o curso foi oferecido em duas turmas com níveis distintos de aplicação das características (Turma A: 96,77%, Turma B: 61,29%). Dados foram coletados via questionários, interações e tutoria. Realizada análise comparativa procurando identificar se a adesão na Turma A, seria maior, validando assim a hipótese de que elementos pedagógicos, tecnológicos, de interface e suporte influenciam positivamente o engajamento em e-learning.

Análise dos Resultados

Foram comparadas duas turmas com diferentes níveis de aplicação de características favoráveis à adesão em e-learning. A Turma A (96,77%) apresentou 60,04% de adesão, enquanto a Turma B (61,29%) teve 41,87%, mostrando aumento de 18,17 pontos. A Turma A também teve maior participação e engajamento. A adesão concentrou-se nas faixas de início ou conclusão do curso. O apoio pedagógico foi decisivo, com a Turma A recebendo 187,5% mais suporte. A comparação reforça que mais características aplicadas resultam em maior adesão.

Conclusão

Este estudo identificou que características agrupadas em quatro dimensões — pedagógica, tecnológica, design da interface e recursos de suporte — aumentam a adesão em cursos e-learning. Com base em experimento com 98 alunos, a turma com maior aplicação dessas características teve adesão 18,17% superior. A pesquisa valida uma tipologia de fatores que influenciam o engajamento, oferecendo contribuições teóricas e práticas. Sugere-se replicação em contextos diversos e análise do impacto a longo prazo.

Contribuição / Impacto

A pesquisa contribui para o ensino ao mostrar que características de interatividade e suporte aumentam a adesão e o engajamento em cursos online. Os resultados ajudam educadores a repensar práticas pedagógicas no e-learning, valorizando a experiência do aluno. Metodologicamente, destaca-se pelo uso de delineamento experimental e triangulação de dados, oferecendo um modelo para futuras pesquisas que busquem testar relações causais de forma rigorosa.

Referências Bibliográficas

KHAN, B. H. (2005). Managing e-learning : design, delivery, implementation and evaluation. Information Science Pub.
<http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA76167630>