



O PROCESSO DE INOVAÇÃO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR A DISTÂNCIA¹

Esp. Tales Ramos Monteiro dos Santos²

RESUMO

O processo de inovação acontece desde a sua implementação ou reestruturação de acordo com a visão da instituição. A inovação é basicamente a capacidade de transformar uma ideia, produto ou serviço, segundo Carreteiro (2009). Partindo da premissa de que a Educação a Distância visa a transformação do indivíduo, ela está intimamente relacionada com os avanços tecnológicos comunicacionais, que é um processo de inovação constante. O artigo é uma pesquisa bibliográfica e se justifica pelo crescimento significativo dessa modalidade de ensino no país. Teve como objetivo compreender o que é a inovação no contexto do ensino superior a distância. O artigo está dividido em 04 partes: um breve histórico da Educação a Distância, inovação, estratégias de inovação e a inovação como um modelo de negócio. Conclui-se que a inovação deve fazer uso de estratégias que dialoguem com toda a organização com o objetivo de atingir os resultados almejados por ela. Para isso, é necessário rever paradigmas e que todos os envolvidos busquem a inovação de forma contínua e processual de acordo com a missão da organização.

PALAVRAS-CHAVE

Inovação. Estratégias de inovação. Educação a distância.

1 INTRODUÇÃO

Hoje, a educação a distância tem ganhado espaço vertiginoso no cenário da educação brasileira. Por se tratar de uma modalidade mediada por recursos comunicacionais, o presente artigo visa discorrer sobre o tema com o foco em inovação, mais precisamente no âmbito do ensino superior.

¹ Artigo completo publicado em anais de evento, resultado de apresentação em 20/11/2020 e melhorias de resumo expandido inscrito no V Colóquio Interprogramas SECOMUNICA 2020.

² Professor licenciado em Letras Português e Inglês. Especialista em Educação a Distância (UnB) e em Desenvolvimento Humano, Educação e Inclusão Escolar (UnB). Mestrando em Inovação em Comunicação e Economia Criativa (UCB). E-mail: professortales@gmail.com



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

A Educação a Distância (EaD), desde os seus primórdios, foi inovando de acordo com as tecnologias de cada época. Atualmente, com o avanço das tecnologias comunicacionais, ela vem ganhando, cada vez mais, recursos tecnológicos para o seu fortalecimento e acessibilidade graças às inovações tecnológicas de acordo com Mattar (2011).

A pesquisa se justifica pelo grande crescimento dessa modalidade de ensino no país. Segundo os dados da Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED), em 2018, o número de matrículas cresceu 20% nos cursos de graduação em todo o país. Além dos cursos superiores, a pesquisa abarca também cursos livres e profissionalizantes. Ambos tiveram um salto de 300% nas matrículas.

Com foco na inovação, a pesquisa se torna relevante mediante ao processo de inovação que vai ao encontro da Educação a Distância, pois, assim como a inovação que possui como essência a transformação, a EaD também possui a missão de transformar a educação.

Nesse sentido, este artigo tem como objetivo compreender o que é a inovação no contexto do ensino superior a distância como um elemento de transformação e, também, contribuir com reflexões sobre o processo de inovação na EaD.

O estudo, a seguir, é uma pesquisa bibliográfica que, segundo Vergara (2016), é uma pesquisa de cunho analítico realizada por meio livros, revistas e endereços eletrônicos que podem ser acessados pelo público em geral.

O presente artigo está dividido em quatro partes. A primeira faz um breve histórico da Educação a Distância mostrando as 03 gerações dessa modalidade de ensino. A segunda parte do artigo discorre sobre a inovação, que pode ser entendida como um conjunto de ideias capazes de modificar uma ideia, produto ou serviço, destacando, sobretudo, a inovação na Educação a Distância.

Na terceira parte, o presente estudo aborda as estratégias de inovação no contexto educacional. Na quarta parte, a pesquisa mostra a inovação como modelo de negócios em que ela é capaz de promover mudanças significativas e estratégicas para o alcance dos resultados almejados. Por fim, as considerações finais sobre o processo de inovação no Ensino Superior a distância com base nos autores desta pesquisa.



2 BREVE HISTÓRICO DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

A história da educação a distância começou a bastante tempo, na época dos impérios coloniais. Naquele período, de acordo com Takahashi (2004), quem desejava estudar para obter uma formação específica deveria ir para a cidade grande ou optar por materiais advindos pelo correio.

Para Mattar (2011), a história da Educação a Distância é marcada por 03 gerações distintas. Segundo o autor, cada uma delas utilizou as tecnologias disponíveis da época com as quais foram fortalecendo a EaD. São elas:

Primeira geração: cursos por correspondência A EaD, sobretudo o ensino por correspondência, surge efetivamente apenas em meados do século XIX, em virtude do desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação, como trens e correio. Portanto, podemos apontar como sua primeira geração os materiais primordialmente impressos e encaminhados pelo correio. [...]

Segunda geração: novas mídias e universidades abertas A segunda geração da EaD caracteriza-se pelo uso de novas mídias, como televisão, rádio, fitas de áudio e vídeo e telefone. Um momento importante nessa geração é a criação das universidades abertas de educação a distância, influenciadas pela Open University, fundada em 1969. Essas universidades abertas utilizarão intensamente mídias como rádio, televisão, vídeos, fitas cassetes e centros de estudo realizando diversas experiências pedagógicas. [...]

Terceira geração: EaD on line. Uma terceira geração introduziu a utilização do videotexto, do microcomputador, da tecnologia de multimídia, do hipertexto e de redes de computadores, caracterizando a EaD on line. Hoje, a integração de mídias converge para as tecnologias de multimídia e o computador. [...] (MATTAR, 2011, p. 46)

A partir da terceira geração, a história da Educação a Distância passou a ter novos ares com o uso do computador. Graças a ele, o processo de ensino e aprendizagem tornou-se mais dinâmico e dialogado, permitindo uma interatividade maior e a possibilidade de interação entre os sujeitos envolvidos nessa modalidade.

No Brasil, a EaD tem crescido nos últimos anos e ganhado bastante espaço nas instituições de ensino superior. De acordo com Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED), em seu censo realizado em 2018, 20% das matrículas realizadas na graduação em todo o país são pela modalidade a distância. Em cursos livres, corporativos e não



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

corporativos, o número de matrículas cresceu 300%, evidenciando o crescimento da EaD de forma expressiva na educação brasileira.

Também, a EaD destaca-se em programas de qualificação e de formação profissional no setor público. Segundo Abbad (2014), o país tem recorrido à modalidade a distância para ofertar formação continuada aos servidores públicos graças à flexibilidade que ela oferece aos servidores, que podem acessar e estudar em qualquer hora e local, conciliando com a rotina do serviço público.

Veloso (2011, p.15) aponta que as tecnologias comunicacionais auxiliam também na formação de uma nova sociedade, que busca informação, “como um dos principais fatores na formação da ‘sociedade da informação’”. Em outras palavras, uma sociedade mergulhada nos processos de mudanças e avanços tecnológicos, caracterizada por “novas atitudes, novas práticas comunicacionais (tais como e-mails, listas, blogs, chats, dentre outros) novos modelos de pensamento, valores e empreendimentos que aglutinam grupos de interesse dos mais diversificados (p. 45).

Contudo, as tecnologias comunicacionais merecem a devida atenção em seu processo de expansão. Para Lima (2001), as novas mídias possibilitam um modo de comunicação direcionada para muitos, isto é, em massa. Para que a interatividade seja, de fato, interativa, os modelos de comunicação devem focar, segundo o autor (2001), na cultura e no diálogo com os usuários.

Nesse sentido, o avanço das tecnologias comunicacionais deve percorrer o caminho do diálogo, propiciando uma comunicação interativa, em busca de novos meios de construção do conhecimento, adotando estratégias inovadoras e modelos que permitam constantemente a inovação na Educação a Distância, uma vez que ela é influenciada e marcada pelo avanço das inovações tecnológicas

3 INOVAÇÃO

Por se tratar de uma modalidade que se utiliza maciçamente das tecnologias comunicacionais atualmente, a inovação é um elemento muito importante, tanto no aspecto de gestão como no aspecto educacional no ensino a distância.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

O termo inovação é bastante amplo na literatura acadêmica, visto que a terminologia transita por diversas áreas. Para Terra (2007), a inovação deve ser vista como uma mudança evolutiva ou disruptiva. De acordo com o autor (2007, p.42), “em qualquer das dimensões, que tiver como objetivo prolongar a vida das organizações, deve ser entendida como inovação”, envolvendo processos, pessoas, tecnologias, mercado e os parceiros.

Segundo Tidd et al. (2008) a inovação deve ser entendida como um meio de estabelecer relações que buscam prever oportunidades e, naturalmente, utilizá las para tirar o melhor proveito delas. Em outras palavras, essa relação parte do princípio de fazer algo melhor, ou mesmo, fazer algo totalmente novo de forma sucedida.

Carreteiro (2009) expõe que a inovação é a capacidade de transformar uma ideia, produto ou serviço. O autor destaca que o processo de inovar está intimamente relacionado com as estratégias organizacionais que buscam melhorar e agregar valores ao negócio. Para ele (2009, p.38), a inovação “é a transformação de ideias e/ou utilização de invenções, que resultam em aplicações úteis e conducentes a melhoramentos”.

Sendo assim, a inovação envolve diversas atividades dentro de uma organização que perpassa por diversas áreas, desde a sua criação até o seu gerenciamento. É um processo que envolve pessoas e sistemas para obter produtividade e eficiência em suas atividades.

Portanto, a adoção da inovação torna se um diferencial na organização, inclusive um fator competitivo com instituições do mesmo segmento. Para isso, a instituição deve promover estratégias diferenciadas que surpreendam o público alvo, bem como a concorrência, com propostas e soluções inovadoras.

No contexto educacional, a inovação pode ser compreendida como um conjunto de “ferramentas profissionais de formalização e de comunicação, que lançam pontes entre o saber de cada um e o dos outros, entre a pesquisa e a experiência, entre a tradição e a exploração”, segundo Perrenoud (2002, p. 98).

Para Saviani (1995), a inovação na área educação deve propor mudanças no modelo já existente, uma mudança que passa pelas questões metodológicas, incluindo os sistemas que auxiliam na gestão. O autor sugere que a inovação deve “colocar a experiência educacional a serviço de novas finalidades (p.30)”. Logo, nessa perspectiva, a adoção de estratégias inovadoras exigirá das instituições de ensino o abandono de antigas metodologias educacionais para dar lugar aos novos modelos educacionais.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

Com essa breve conceituação de inovação, percebe-se a necessidade de romper paradigmas para, de fato, dar o primeiro passo para a inovação. Isso implica em transformar o modo de pensar, agir e trabalhar. Ademais, a busca pela inovação deve transpor padrões e ser trabalhada continuamente, por meio de estratégias rumo às metas estabelecidas pela instituição, de forma sistêmica e de acordo com a missão, a visão e os valores estabelecidos pela organização.

4 ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO

Para começar a trabalhar com inovação e, conseqüentemente, seus processos, é preciso utilizar estratégias. Segundo Tidd et al. (2008), as estratégias são um processo sistêmico que busca implementar, desenvolver, avaliar e, como resultado, adotá-las como um caminho para a inovação.

No contexto educacional, essas estratégias de inovação implicam em uma prática de processos e de intervenção. Naturalmente, essas estratégias visam a realização de novas atividades e a alteração de costumes antigos. Segundo Fullan (2007), as estratégias devem ter a capacidade de transformar o ambiente onde elas foram adotadas de forma processual para atingir a inovação.

Fullan (2007) discorre que o processo de inovação não acontece de forma pontual. Para ele, a inovação agrega 03 áreas onde ela pretende ser adotada. A primeira refere-se ao uso de novos materiais ou tecnologias. A segunda área está ligada ao uso de novas estratégias e a última, por sua vez, às mudanças de crenças, ou seja, sem a adoção da mudança, da transformação e da quebra de paradigmas, o processo de inovação pode não alcançar os resultados idealizados e, possivelmente, não acontecer.

Sendo assim, as estratégias de inovação devem desenvolver uma nova visão dentro da instituição. No contexto do ensino superior, essa visão deve focar em novas formas de gestão e de novas abordagens pedagógicas. No entanto, segundo Fullan (2007) para se chegar à inovação, é necessário que a sua adoção seja compreendida por todos nas 03 áreas definidas por ele, pois a mudança ocorre nos campos da concepção e do comportamento dos indivíduos.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

Para Levy (2003), a concepção de inovação na Educação a Distância deve considerar, a priori, o processo de mudança, que envolve a visão da organização, bem como sua estrutura, isto é, o envolvimento dos recursos físicos, tecnológicos e humanos. Nos recursos humanos, o autor (2003) destaca o envolvimento de todos os colaboradores; gestores, docentes, técnicos administrativos e operacionais; para a adoção da inovação.

Partindo dessa concepção, a partir de estratégias já existentes e de estratégias inovadoras, o processo de inovação começa a ser desenhado de forma eficiente. Levy (2003) chama a atenção para o planejamento e o desenvolvimento de políticas que garantam o desenvolvimento da inovação e, principalmente, de um programa de aprendizagem para a sua efetiva implementação.

Outro ponto a ser levado em consideração é a criatividade. Em processos de inovação, a criatividade é um elemento de suma importância para que a inovação seja implementada. De acordo com Carreteiro (2009, p. 38), ela é um “produto do ser humano, enquanto gerador de novas ideias, conceitos ou teorias”, ou seja, a criatividade é um elemento propulsor para inovar por meio de ideias criativas.

5 A INOVAÇÃO COMO UM MODELO DE NEGÓCIO

As estratégias de inovação devem ser concebidas desde o seu planejamento, execução, implementação e avaliação, ferramentas essenciais de gerenciamento e administração de um negócio. Na Educação a Distância, essas ferramentas são cruciais para garantir o sucesso na gestão e oferta de cursos, inclusive na adoção da inovação na organização.

A única forma de garantir o futuro de uma empresa é a capacidade de inovar melhor, de uma maneira mais contínua e por mais tempo que as concorrentes. A inovação é fundamental para o crescimento de uma organização em um ambiente na medida em que é um agente de mudança. (ROCHA, 2009, p.25)

Para Rocha (2009), um modelo de negócio em que a inovação é o ponto de partida tem como objetivo a transformação, ou seja, por meio da inovação a organização é capaz de crescer, mudar, criar algo novo e conquistar novos clientes e, na EaD, é justamente isso: a mudança.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

A busca pela inovação deve propor mudanças, soluções ou meios que minimizem os desafios impostos nas organizações no seu cotidiano, desde as questões administrativas às questões pedagógicas, envolvendo todos os agentes, pessoal, processos e sistemas, da organização cujo foco é o cliente, no caso o estudante.

Para Tidd et al. (2008), a inovação deve promover mudanças significativas e estratégicas para o alcance dos resultados almejados. Os autores explanam que a inovação só acontece quando há o envolvimento de todos os envolvidos em seus processos e, naturalmente, quando há a quebra de paradigmas. Esse envolvimento é sustentado através de capacitações e treinamentos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, conclui-se que a inovação é um elemento que não pode ser desprezado pela Educação a Distância. Uma vez entendido que a inovação é a capacidade de pensar e fazer algo diferente, inclusive conceber um produto e/ou serviço totalmente inédito, ela está intimamente relacionada com a EaD em virtude do avanço das tecnologias comunicacionais.

A compreensão do processo de inovação na EaD requer planejamento desde a sua criação para que a inovação esteja presente em todos os processos organizacionais. Para isso, é essencialmente importante que as pessoas envolvidas em todas as atividades de execução da EaD, nas instituições, tenham em mente que a inovação é um processo constante com o qual é preciso rever paradigmas e estar aberto ao novo e à criatividade.

Ademais, a inovação deve dialogar com a razão de existir da empresa para obtenção dos resultados traçados de forma efetiva. O diálogo deve ser estabelecido por meio de estratégias que visam a melhor maneira de atingir os objetivos, ou mesmo, para auxiliar nas tomadas de decisão.

Este estudo não se esgota por aqui. Pelo contrário, partindo do princípio que a inovação e a EaD devem promover a transformação, a presente pesquisa pode e deve ser explorada sob diversas óticas, trazendo novas reflexões para a área educacional e tecnológica com a evolução das tecnologias comunicacionais.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

REFERÊNCIAS

ABBAD, G. S. **Educação a distância: o estado da arte e o futuro necessário**. Revista do Serviço Público, v. 58, n. 3, p. 351-374, 2014.

Associação Brasileira de Educação a Distância -ABED. **Censo EAD.BR: relatório analítico da aprendizagem a distância no Brasil 2018**. Curitiba: InterSaberes, 2019. Disponível: <http://abed.org.br/arquivos/CENSO_DIGITAL_EAD_2018_PORTUGUES.pdf> Acesso em 12 jun 2020.

CARRETEIRO, Ronal. **Inovação Tecnologia: como garantir a modernidade do negócio**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2009.

FULLAN, M. **The New Meaning of Educational Change**. London: Routledge, 2007.

LEVY, S. Six factors to consider when planning online distance learning programs in higher education. **Online Journal of Distance Learning Administration**, v. 6, n. 1, Spring, 2003.

LIMA, Venício A. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MATTAR, J. **Guia de Educação a Distância**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

PERRENOUD, P. **Aprender a negociar a mudança em educação: novas estratégias de inovação**. Porto: Edições ASA, 2002.

ROCHA, Lygia Carvalho. **Criatividade e Inovação: como adaptar-se às mudanças**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SAVIANI, D. A Filosofia da educação e o problema da inovação em educação. In: **Inovação Educacional no Brasil: problemas e perspectivas**. São Paulo, Cortez Editora, 1995.

TAKAHASHI, T. Governo eletrônico e educação a distância: perspectivas para o Brasil. In: OLIVEIRA, Fátima Bayma (Org.). **Educação corporativa: desenvolvendo e gerenciando competências**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. **Inovação: Quebrando paradigmas para vencer**. São Paulo: Saraiva, 2007

TIDD, Joe. BESSANT, John. PAVITT. Keith. **Gestão da Inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VELOSO, R. **Tecnologias da informação e comunicação: desafios e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2011.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

THE INNOVATION PROCESS IN HIGHER DISTANCE EDUCATION

ABSTRACT

The innovation process happens since its implementation or restructuring according to the institution's vision. Innovation is basically the ability to transform an idea, product or service, according to Carreteiro (2009). Starting from the premise that Distance Education aims at the transformation of the person, it is closely related to the technological advances of communication, which is a process of constant innovation. The article is a bibliographical research and is justified by the significant growth of this type of teaching in the country. It aimed to understand what innovation is in the context of distance higher education. The article is divided into 04 parts: a brief history of Distance Education, innovation, innovation strategies and innovation as a business model. It is concluded that innovation should make use of strategies that dialogue with the entire organization in order to achieve the desired results with the organization. For this, it is necessary to review paradigms and that all those involved seek innovation in a continuous and procedural manner according to the organization's mission.

Keywords: Innovation. Innovation strategies. Distance education.

EL PROCESO DE INNOVACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR

RESUMEN

El proceso de innovación se da desde su implementación o reestructuración según la visión de la institución. La innovación es básicamente la capacidad de transformar una idea, producto o servicio, según Carreteiro (2009). Partiendo de la premisa de que la Educación a Distancia tiene como objetivo la transformación del individuo, está estrechamente relacionada con los avances tecnológicos en la comunicación, que es un proceso de innovación constante. El artículo es una búsqueda bibliográfica y se justifica por el importante crecimiento de este tipo de enseñanza en el país. Su objetivo era comprender qué es la innovación en el contexto de la educación superior a distancia. El artículo se divide en cuatro partes: una breve historia de la Educación a Distancia, la innovación, las estrategias de innovación y la innovación como modelo de negocio. Concluye que la innovación debe hacer uso de estrategias que dialoguen con toda la organización con el objetivo de lograr los resultados deseados por ella. Para eso, es necesario revisar paradigmas y que todos los involucrados busquen la innovación de manera continua y procedimental de acuerdo con la misión de la organización..

Palabras clave: Innovación. Estrategias de innovación. Educación a distancia.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

Recebido em: 19/01/2021
Aceite em: dia/mês/ano