



## **Educação a Distância: Percepções dos Acadêmicos de Publicidade e Propaganda<sup>1</sup>**

Rafael Jose BONA<sup>2</sup>

Roberta DEL-VECHIO<sup>3</sup>

Fabírcia Durieux ZUCCO<sup>4</sup>

Universidade Regional de Blumenau, FURB, Blumenau/SC

### **Resumo**

Atualmente a Educação a Distância (EAD) já é uma realidade nas Instituições de Ensino Superior no Médio Vale do Itajaí em Santa Catarina em diversos cursos das mais diversas áreas da graduação e pós-graduação. A FURB (Universidade Regional de Blumenau) oferta algumas disciplinas nesse formato, porém, ainda não realiza essa modalidade no curso de Publicidade e Propaganda. Essa pesquisa surge da necessidade do curso em se adaptar às diretrizes da Universidade sobre o ensino em EAD e viabilizar propostas sobre essa modalidade. O objetivo foi analisar a opinião dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda da FURB sobre a EAD. O artigo se trata de um estudo exploratório na modalidade pesquisa de opinião. A partir dos resultados pode-se observar que o acadêmico ainda não possui uma opinião concreta sobre a EAD e ainda há preconceito em relação a essa metodologia de ensino.

**Palavras-chave:** Educação a Distância, Publicidade e Propaganda, Pesquisa de Opinião, Acadêmicos.

### **1 INTRODUÇÃO**

A educação superior tem passado por muitas transformações nos últimos anos e o Ensino a Distância (EAD) tem sido uma das ferramentas de inovação neste processo. A educação a distância ganhou impulso com o crescimento econômico do País, que entre outros aspectos, abriu a possibilidade de acesso a equipamentos eletrônicos para grande parte da população brasileira.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT – Publicidade e Propaganda do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Mestre em Educação (FURB), Especialista em Cinema (UTP), Fotografia (UNIVALI) e Educação a Distância: Gestão e Tutoria (UNIASSELVI), Graduado em Publicidade e Propaganda (FURB). Docente da FURB – Departamento de Comunicação. E-mail: [bona.professor@gmail.com](mailto:bona.professor@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestre em Educação (FURB), Especialista em Moda (UNERJ), Graduada em Publicidade e Propaganda (FURB). Docente da FURB – Departamento de Comunicação. E-mail: [rovechio@terra.com.br](mailto:rovechio@terra.com.br)

<sup>4</sup> Doutoranda em Administração (UNINOVE), Mestre em Gestão Moderna de Negócios (FURB), Especialista em Gerenciamento de Marketing (FURB), Graduada em Publicidade e Propaganda (FURB). Docente da FURB – Departamento de Comunicação. E-mail: [fabricia@furb.br](mailto:fabricia@furb.br)



Com o advento das tecnologias da informação as instituições de ensino superior passaram a desenvolver suas próprias diretrizes, formatos, modelos e regras para a EAD sendo cada uma delas adaptadas às necessidades locais e regionais. (SIEGEL, TAFNER e TOMELIN, 2009). Essas IES na realidade já estão se adaptando ao modelo futuro da educação pois cada vez mais as pessoas estão interagindo com as novas mídias e a educação está encontrando nelas um novo conceito de ensino e aprendizagem.

Segundo Moran (2000) é crescente a integração dos meios tecnológicos com as metodologias de trabalho. Os professores não precisarão abandonar as formas já conhecidas de tecnologia; elas serão integradas a um processo mais dinâmico e compartilhado, configurando-se como ferramentas facilitadoras no processo de ensino e aprendizagem. Este cenário converge com a atual realidade do estado de Santa Catarina no qual muitas IES já tratam a EAD como uma realidade educacional, dentre elas UNIASSELVI (Centro Universitário Leonardo da Vinci), FURB (Universidade Regional de Blumenau), UNISUL (Universidade do Sul de Santa Catarina), UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí), UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina) entre muitas outras.

Alguns cursos de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda em Santa Catarina já possuem disciplinas que são ofertadas em EAD de forma institucionalizada, como por exemplo, a UNIASSELVI (que utiliza o sistema Unimestre) e a UNIVALI (que utiliza o Ambiente Sophia). Essas possuem disciplinas semi-presenciais nas quais os acadêmicos participam no mínimo uma vez por mês de atividades com um professor tutor e nos demais dias realiza atividades em EAD.

A FURB, pioneira em Santa Catarina no ensino superior em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda ainda não realiza disciplinas 100% em EAD no curso. Porém, algumas atividades acadêmicas são desenvolvidas utilizando-se ferramenta disponível na instituição; são elas: avaliações, materiais extras, atividades online, fórum. Estas ações complementam o conteúdo presencial do curso. A ferramenta de EAD configura-se neste caso como uma extensão da disciplina presencial. O curso de Publicidade e Propaganda da FURB está se adaptando às novas diretrizes da Universidade em relação ao ensino a distância que é a de médio prazo ter mais disciplinas ofertadas nessa modalidade. Segundo Laurindo e Paasch (2005), em pesquisa realizada no curso de Publicidade e Propaganda da FURB em 2004 ressaltam que a maioria das atividades realizadas em EAD pelos docentes depende mais da intencionalidade do professor do que o conteúdo da disciplina ministrada.



O presente artigo tem o objetivo de analisar a opinião dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda da FURB sobre as práticas educacionais vivenciadas por eles no EAD.

Para o cumprimento do objetivo proposto, utilizou-se o tipo de pesquisa exploratório na modalidade pesquisa de opinião, pois, segundo Duarte (2009) faz o pesquisador interagir com um conjunto de ferramentas para o levantamento de informações e realiza a análise dos dados coletados por meio de questionário com repostas abertas e fechadas. Medeiros (2006, p. 41) afirma que “a pesquisa científica objetiva fundamentalmente contribuir para a evolução do conhecimento humano em todos os setores”. A pesquisa foi aplicada no início do primeiro semestre letivo de 2012. Neste artigo quando se refere a IES (Instituições de Ensino Superior), está se referendo às Universidades e Centros Universitários.

## **2 EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO VALE DO ITAJAÍ - SC**

Nos últimos anos as IES brasileiras passaram por uma mudança bastante significativa que é a introdução da EAD no processo educacional. Trata-se de um grande momento de transformação com uma realidade cada vez mais concreta. A educação entra agora numa nova totalidade no contexto da Sociedade da Informação. (BEHAR, 2009).

As instituições passaram a adotar sistemas computacionais que permitem apresentar as informações de maneira organizada e no momento apropriado, denominados ambientes virtuais de colaboração e aprendizagem. As interações entre pessoas e objetos de conhecimento são propiciadas pela mediação das tecnologias e de um professor orientador. (ALMEIDA, 2012)

Segundo o professor Souza (2012), um dos responsáveis pela EAD da ASSEVIM (Grupo UNIASSELVI) de Brusque/SC, a situação da EAD no Vale do Itajaí está em ascensão. A modalidade atinge um público de perfil diferenciado, diferente do acadêmico presencial e segue a tendência mundial que é de crescimento. Geralmente a faixa etária do acadêmico está por volta dos 30 anos, e são pessoas que estão retomando os estudos após uma parada em que se pensava que o ensino médio garantiria sua renda financeira. Ainda segundo Souza, a maioria dessas pessoas são casadas e com filhos e buscam uma mensalidade de menor valor, sendo bastantes ocupadas durante a semana.

## 2.1 A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NA FURB

Segundo FURB (2012) as tecnologias têm permitido criar diferentes formas de estratégias de ensino e aprendizagem. É dentro desse contato que a Universidade desenvolve atividades em EAD em cursos presenciais ou em cursos totalmente a distância.

[...] a FURB concebe a Educação a Distância (EaD) como uma modalidade de ensino na qual a mediação didático-pedagógica pauta-se pelo uso das tecnologias da informação e comunicação, o que amplia os tempos e espaços de ensinar e aprender. Na FURB, a EAD tem como princípios a autonomia do sujeito, a construção do conhecimento e a interação. Ligada à Pró-Reitoria de Ensino de Graduação, Ensino Médio e Profissionalizante (PROEN), a Divisão de Modalidades de Ensino (DME) elabora, estuda e implementa as políticas das modalidades de ensino da Universidade. Também executa melhorias e funcionalidades que contribuem para o processo de ensino e aprendizagem do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA-FURB), bem como desenvolve políticas de formação docente para a elaboração de estratégias, e orientações sobre o uso de tecnologias na prática pedagógica, através de uma equipe multidisciplinar composta por professores e técnicos administrativos. (FURB, 2012)



Atendimento da monitoria do AVA: 8h-12h e das 14h-18h.



Usuário

Senha

Entrar

[Esqueceu o nome de usuário?](#)  
[Esqueceu a senha?](#)

**Figura 01: Tela de abertura do AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) – em 01/02/2012**

Fonte: os autores



**Figura 02: Parte interna do AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) – em 01/02/2012**  
Fonte: os autores

Para que o acadêmico possa acessar o AVA basta estar conectado a internet e matriculado em qualquer disciplina da graduação ou pós-graduação. Por meio do ambiente é possível baixar o conteúdo das aulas, arquivos, postar trabalhos, participar de Fóruns, etc. Alguns cursos da FURB como o de Administração, Moda, Sistemas de Informação, Ciências da Computação e Fisioterapia já possuem disciplinas semi-presenciais nas quais parte delas é realizada em EAD (50% ou 100%).

### 3 METODOLOGIA, PESQUISA E TABULAÇÃO DOS DADOS

A Universidade Regional de Blumenau implantou em 1991 o curso de Comunicação Social, o primeiro em Santa Catarina com a habilitação em Publicidade e Propaganda e o primeiro curso de Comunicação Social no interior do Estado (só havia um curso, com habilitação em Jornalismo, na UFSC, em Florianópolis, que teve início em 1979).

O mercado publicitário catarinense está em constante expansão e isso, em partes, é graças às Universidades/Faculdades que conseguiram enxergar a Publicidade e Propaganda como formação acadêmica/profissional na qual conseguiu-se criar respeito na profissão de publicitário e colocar profissionais no mercado que pudessem ter uma visão mais aguçada e



crítica em relação a qualidade do material produzido na área da comunicação publicitária. (BONA, 2011, p.05)

Desde sua formação o curso tem se moldado a partir das diretrizes curriculares da FURB no qual se destacam a promoção do desenvolvimento socioeconômico sustentável que se alicerça no ensino, pesquisa e extensão com uma intensa inserção comunitária. Ocorreram algumas atividades propostas ou disciplinas executadas parcialmente em EAD durante esses 21 anos de existência do curso, porém nenhuma delas efetuada 100% EAD. É com essa realidade que surgiu a necessidade dessa pesquisa de opinião para futura aplicação e planejamento dessa modalidade de ensino.

O curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB, objeto do presente estudo, utiliza o ambiente virtual como extensão ao conteúdo presencial. Diante desta realidade o estudo busca contribuir para o aprofundamento da discussão sobre o tema na instituição, baseando-se na percepção dos acadêmicos em relação ao uso da ferramenta AVA.

Para que o objetivo dessa pesquisa fosse alcançado, foram confeccionadas questões pertinentes à EAD e enviadas para 112 alunos (de um universo total de mais ou menos 400 matriculados nas 9 fases em 2012/1). Os 112 alunos selecionados estão matriculados nas disciplinas de Fotografia I, Produção Eletrônica em Publicidade II, Técnicas de Relações Públicas em Publicidade e Propaganda em 2012/1. O questionário foi confeccionado via Google Docs e enviado pelo AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) da FURB a todos os acadêmicos matriculados nas disciplinas relacionadas no quadro a seguir:

**QUADRO 01: ACADÊMICOS MATRICULADOS EM DISCIPLINAS DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA FURB EM 2012/1**

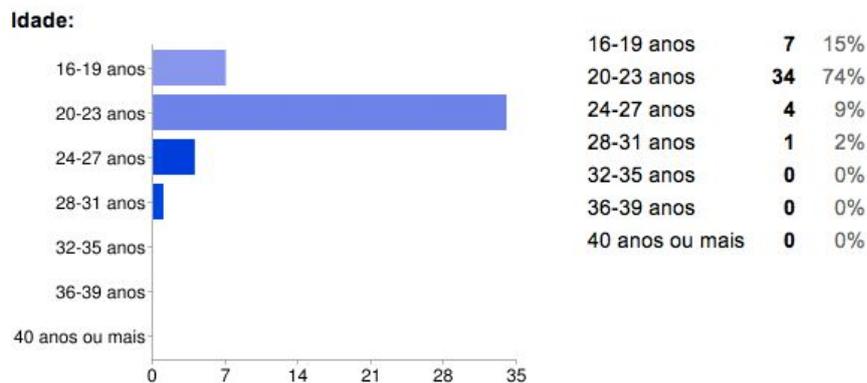
| Disciplina  | Fase | Número de acadêmicos matriculados na disciplina |
|---|------|---|
| Fotografia I  | II   | 37  |
| Produção Eletrônica em Publicidade II                     | VII  | 27  |
| Técnicas de Relações Públicas em Publicidade e Propaganda | VIII | 48  |
| <b>TOTAL</b>  |      | <b>112</b>                                      |

Fonte: os autores

O questionário tratava de perguntas abertas e fechadas relacionadas a opinião e sugestões sobre EAD no curso de Publicidade e Propaganda da FURB. Segundo Rabaça e Barbosa (2001, p. 563) a pesquisa de opinião se trata de um “levantamento das atitudes e opiniões do público acerca de determinado assunto, acontecimento notório, instituição,

etc”. Os formulários com as questões foi enviado dia 24 de fevereiro e encerrado dia 02 de março de 2012.

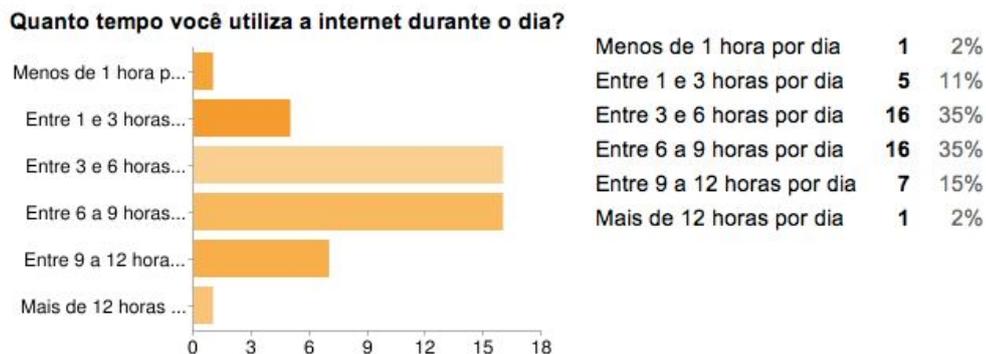
Da amostra dos 112 questionários enviados, foram respondidos 46 e o tratamento e tabulações dos dados se deu por meio deles. O questionário foi enviado duas vezes para cada um num intervalo de 3 dias. Primeiramente foi perguntado nome e email para contato caso fosse necessário entrar em contato com os acadêmicos. Em seguida, perguntou-se a idade e pode-se constatar que a maioria deles possui entre 20-23 anos (totalizando 74%).



**Gráfico 1: Idade**

Fonte: Os autores

Em seguida, foi perguntado quanto tempo é utilizado com o acesso a internet durante o dia. A maioria respondeu que usa entre 3 a 9 horas por dia.

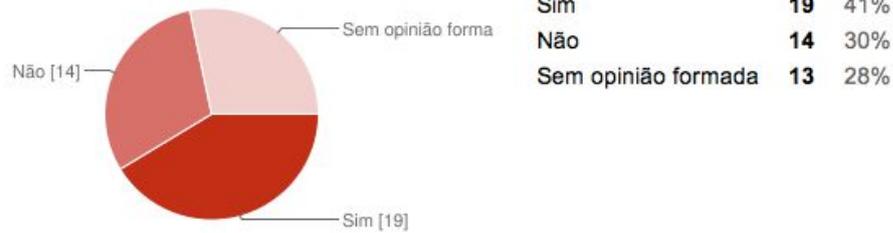


**Gráfico 2: Tempo que utiliza a internet**

Fonte: Os autores

Uma das questões era sobre a opinião do acadêmico em ser a favor ou não do EAD. A maior parte deles respondeu que sim (41%) que era a favor. Porém, os que não são a favor e os que não possuem opinião formada ocorreu um resultado bem próximo.

**Você é a favor do EAD (Ensino a Distância)?**

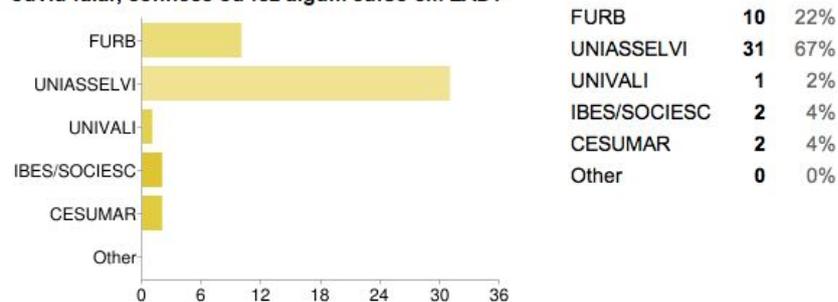


**Gráfico 3: Favor ao ensino a distância**

Fonte: Os autores

Em seguida foi questionado qual Instituição de Ensino Superior do Médio Vale do Itajaí o acadêmico conhecia, ouviu falar ou fez algum curso em EAD. A maioria (67%) respondeu a UNIASSELVI, seguido pela FURB (22%).

**De qual dessas Instituições de Ensino Superior do Médio Vale do Itajaí você já ouviu falar, conhece ou fez algum curso em EAD?**

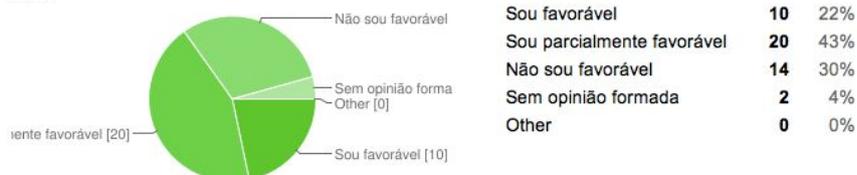


**Gráfico 4: IES que mais ouviu falar sobre o EAD**

Fonte: Os autores

Sobre a possibilidade do curso de Publicidade e Propaganda da FURB ter disciplinas em EAD, 43% é parcialmente favorável, 30% não é favorável e 22% não é favorável. Os que não possuem opinião formada totalizam 4%.

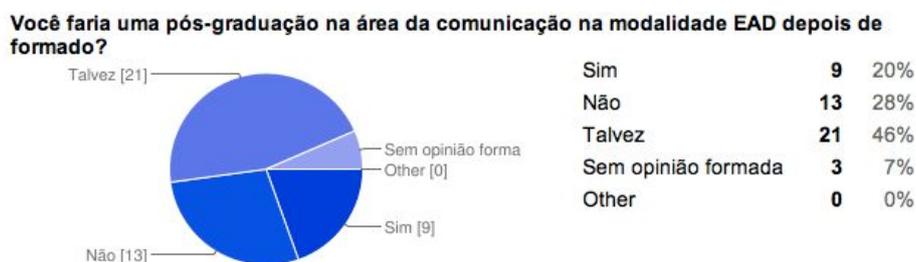
**O que você acharia se o curso de Publicidade e Propaganda da FURB tivesse disciplinas em EAD?**



**Gráfico 5: Sobre o curso ter disciplinas em EAD**

Fonte: Os autores

Foi questionado também se o acadêmico faria uma pós graduação na área da comunicação na modalidade EAD depois de formado. 46% responderam que talvez fariam uma pós em EAD, 28% não fariam, 20% fariam e 7% sem opinião formada.



**Gráfico 6: Pós na área de Comunicação**

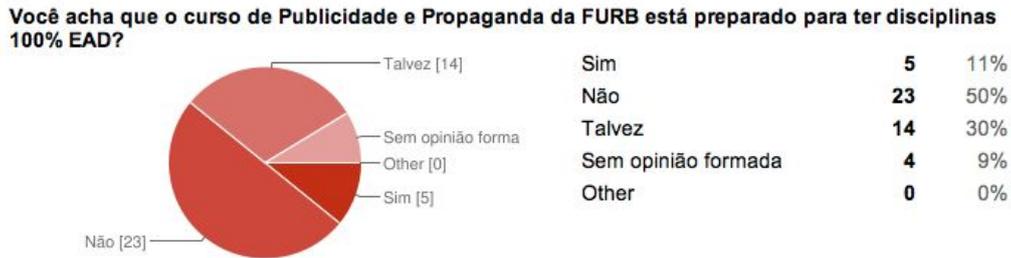
Fonte: Os autores

Em relação aos gráficos 7 e 8, é interessante observar que a maioria (50%) acreditam que o curso de Publicidade e Propaganda da FURB não esteja preparado para a EAD, porém, 87% dos entrevistados nunca tiveram uma experiência em EAD (a não ser pelo AVA). Isso pode estar relacionado a falta de informação do acadêmico em não ter conhecimento suficiente sobre a modalidade EAD da FURB. Em 2004, Laurindo e Paasch (2005) constataram que a EAD na FURB dependia de vários fatores e um deles era a formação dos professores para a utilização das ferramentas do AVA. E, para isso era necessária uma preparação para se utilizar as ferramentas disponíveis e desenvolver os conteúdos. Atualmente a FURB já exige que seus professores façam o curso de preparação para ministrar aulas em EAD e oferece todos os semestres oficinas de formações continuadas focadas no assunto para que eles possam se especializar mais nessa área.



**Gráfico 7: Experiência com EAD**

Fonte: Os autores

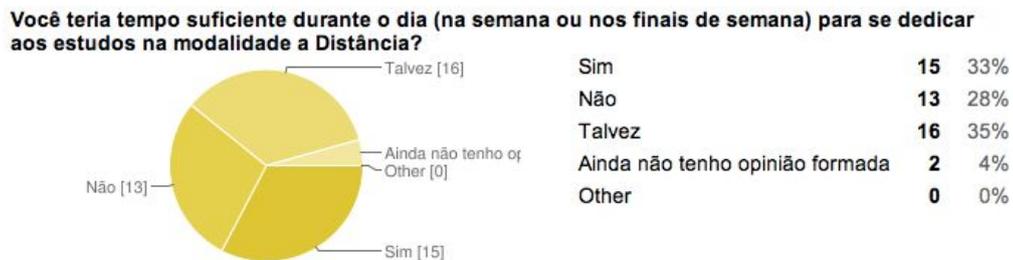


**Gráfico 8: Se o curso está preparado**

Fonte: Os autores

Segundo Peters (2003) as formas diferentes de ensinar e aprender na modalidade a distância são muito importantes devido a atual situação de constantes mudanças impostas pela revolução digital. “Em consequência da progressiva digitalização do ensino e da aprendizagem, as universidades com presença também adotam mais e mais elementos do ensino a distância em seu sistema”(PETERS, 2003, p. 381). Isso é importante pois faz com que a Universidade se torne mais ampla e com uma visão de futuro.

Também foi perguntado se acadêmico teria tempo suficiente durante a semana ou nos finais de semana para se dedicar aos estudos na modalidade EAD. O resultado ficou bastante parecido. 33% dizem que sim, 28 % dizem que não e 16% talvez.



**Gráfico 9: Tempo de dedicação aos estudos**

Fonte: Os autores

Como último questionamento foi deixado uma pergunta aberta para que o acadêmico pudesse expressar sua opinião com sugestões acerca da implementação de disciplinas em EAD no curso de Publicidade e Propaganda da FURB. A resposta era optativa, ou seja, não obrigatória, e as respostas também foram as mais variadas, no qual pode-se perceber que o acadêmico de Publicidade e Propaganda da FURB ainda tem uma visão desconexa sobre o EAD e sobre as práticas dessa atividade na Universidade. Essa



pesquisa visa melhorar ainda mais a comunicação da modalidade em EAD para os acadêmicos da Universidade.

Pode-se observar a seguir, as opiniões mais diversas sobre a possibilidade da implementação em EAD no curso:

#### **QUADRO 01: OPINIÃO DOS ACADÊMICOS SOBRE A EAD NO CURSO DE PP DA FURB**

|  |
|--|
| <i>Acho bem delicada essa situação de ensino a distância. Tem coisas que o aluno precisa estar, pessoalmente, com professores e alunos. Há certas vivências que em algumas disciplinas não dá para ser dispensadas.</i>  |
| <i>Acho que o ensino à distância não é tão eficaz quanto o presencial. Acredito que seja impossível ter a mesma qualidade de ensino sem a presença de um professor e outros alunos que ajudam, com suas opiniões, na hora de entender alguma assunto ou discuti-lo.</i>  |
| <i>O único ponto positivo do EAD é a comodidade de poder estudar em casa e não ter compromisso com horários.</i>   |
| <i>Acho que a EAD é para quem quer se formar sem estudar direito.</i>  |
| <i>Algumas disciplinas tem "caráter" que poderiam ser implementadas no ensino a distância, e outras o professor dá esse caráter a ela. Acho que seria interessante algumas disciplinas serem semi presenciais, como alguns cursos já têm, mas totalmente distante, "sem vinculo" presencial com o professor pode prejudicar alguns alunos, visto que cada um tem sua forma de aprendizado.</i>   |
| <i>A vantagem que eu vejo em uma disciplina em EAD seria a de que profissionais renomados de centros maiores pudessem estar lecionando as disciplinas, ampliando a visão dos alunos... para não ficarmos presos numa visão tão local do nosso mercado de trabalho.</i>   |
| <i>Acredito que o ensino presencial gera resultados mais positivos no aprendizado, porém algumas (poucas) aulas de uma ou outra matéria são mal utilizadas ao longo do semestre. Acredito que se o conteúdo fosse extremamente relevante o ensino seria satisfatório. Porém minha opinião é que o convívio na universidade traga resultados que são importantíssimos para o aluno. A experiência de aula pode até ser alterada, mas sem o contato com professores, o aprendizado é prejudicado</i> |
| <i>Acho que o curso a distância, ajudaria principalmente os alunos que trabalham. Seria uma ótima opção para nós.</i>  |

Fonte: os autores.

Ao analisar as respostas da última questão do instrumento de pesquisa, nota-se determinados receios por parte do acadêmico em relação a eficácia da modalidade. Diante de tais dados, torna-se necessário o desenvolvimento de ações específicas de preparação junto aos alunos e professores para o desenvolvimento de EAD no curso de Publicidade e Propaganda da FURB.



#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo dessa pesquisa foi analisar a opinião dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda da FURB sobre o EAD. Podemos constatar que os acadêmicos (os entrevistados) ainda não possuem uma ideia concreta sobre o que realmente é o Ensino a Distância haja vista as porcentagens bastantes parecidas em alguns questionamentos dos formulários enviados via AVA.

Deve-se levar em conta o que diz Peters (2003) que um ensino adequado na modalidade a distância, os acadêmicos devem sempre ser motivados e orientados no sentido de ter sempre um estudo autoplanejado e auto-organizado. Isso deve partir dos professores tutores e desenvolvedores dos materiais e conteúdos postados no ambiente virtual de aprendizagem.

É necessário também fazer observação no que diz Siegel, Tafner e Tomelin (2009, p. 67) que a aprendizagem em EAD não ocorre por osmose. “É um processo que depende fundamentalmente da interação entre um leitor ativo, autônomo, que dialoga com o que está sendo dito”. Deve-se levar em conta também que o acadêmico deve reconhecer que o material disponibilizado em EAD é apenas parte do conhecimento que está sendo construído.

As limitações do estudo estão no fato de se considerar somente um curso de uma universidade, mostrando a necessidade de se ampliar a pesquisa para outras instituições e para uma amostra com maior abrangência. A contribuição acadêmica foi significativa por contribuir para o aprofundamento da discussão sobre o tema na instituição.

Espera que essa pesquisa possa suscitar outros estudos na área e que possa contribuir para o Projeto Político Pedagógico do curso quando for tratado sobre Ensino a Distância. A partir disso deixa-se de sugestão a realização de estudos em outras IES e Universidades de Santa Catarina e que analisem a opinião de seus acadêmicos. Niskler (1999, p.54) diz que devemos “criar cidadãos responsáveis, com direito à aprendizagem por toda a vida. E as instituições devem desenvolver sua função crítica, gozando de liberdade acadêmica e preservada sua autonomia”. É fundamental que haja sempre uma diversificação dos sistemas de ensino zelando sempre pela qualidade do ensino superior.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. E. B. **Educação a distância no Brasil: diretrizes, políticas, fundamentos e práticas**. Disponível em:

<http://cecemca.rc.unesp.br/cecemca/EaD/artigos/atigo%20Beth%20Almeida%20RIBIE.pdf>,  
acessado em 15 mar. 2012.

BEHAR, P. A. Modelos pedagógicos em educação a distância. In: BEHAR, Patricia Alejandra (Org). **Modelos pedagógicos em Educação a distância**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BONA, R. J. Atividades práticas no processo de ensino e aprendizagem em Publicidade e Propaganda: a organização da gincana Rinha. In.: **XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Londrina/PR, 26 a 28 de maio de 2011.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In.: DUARTE, J. BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FURB. Site da Universidade Regional de Blumenau (FURB). **Educação a Distância**.

Disponível em

[http://www.furb.br/novo/index.php?option=conteudo&Itemid=55&sis\\_id\\_lang=1](http://www.furb.br/novo/index.php?option=conteudo&Itemid=55&sis_id_lang=1),  
acessado em 02 fev 2012.

LAURINDO, R. PAASCH, M. R. Usabilidade do ambiente virtual de aprendizagem pelos professores de Publicidade da Universidade de Blumenau – do modelo da Informação para a Comunicação. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, 05 a 09 de set. 2005 (1 CD-ROM)

MEDEIROS, J. B. **Redação Científica**: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. São Paulo: Atlas, 2006. 8. ed.

MORAN, J. M. Ensino e aprendizagem inovadores com tecnologias. In.: **Informática na Educação**: teoria e prática. Porto Alegre, vol. 3, n. 1. Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, UFRGS, 2000.

NISKLER, A. **Educação a distância**: a tecnologia da esperança. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

PETERS, O. **Didática do ensino a distância**: experiências e estágio da discussão numa visão internacional. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

RABAÇA, C. A. BARBOSA, G. G. **Dicionário de Comunicação**. 2ª edição, revista e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

SIEGEL, N. TAFNER, E. P. TOMELIN, J. F. **Educação a distância e métodos de autoaprendizado**. Indaial: Grupo UNIASSELVI, 2009.

SOUZA, O. M. de. **A EAD no Vale do Itajaí**. Entrevista realizada por e-mail. Entrevistador: Rafael Jose Bona. 01º fev 2012.