

As Teorias de Aprendizagem na Produção de Livros Didáticos na Educação a Distância

Learning Theories in Textbook Production in Distance Education

Rodrigo Rodolfo ^{1*}
Elisa Netto Zanette ¹
Almerinda Tereza Bianca Bez Batti Dias ¹
Michele Domingos Schneider¹

¹ Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC. Av. Universitária, 1105, Bairro Universitário, Criciúma, SC, Brasil.

*reviseitcc@gmail.com

Resumo

A Educação a Distância tem apresentado números significativos na expansão de matrículas de alunos no Brasil, nos últimos anos. Evidencia-se nos estudos e pesquisas, a preocupação dos gestores com a qualidade do ensino e dos livros didáticos utilizados pelas instituições. O Ministério da Educação define referenciais de qualidade para a educação a distância, incluindo indicadores para a produção de material didático. Além disso, a elaboração dos materiais didáticos na educação a distância pode ser embasada em teorias de aprendizagem para que se alcancem os resultados de aprendizagem desejados pelas instituições. Neste contexto, o presente estudo objetivou investigar as teorias de aprendizagem utilizadas na produção dos livros didáticos em um curso de graduação ofertado por uma instituição de ensino superior do Extremo Sul de Santa Catarina. A pesquisa é de natureza qualitativa e, quanto aos objetivos, é exploratória. Utiliza-se a metodologia de estudo de caso e utiliza dados documentais. Os resultados da pesquisa apontam para uma padronização na elaboração dos materiais didáticos analisados, embora algumas alterações no formato e recursos de diagramação tenham sido identificadas. Fica evidenciada a abordagem comportamentalista, uma vez que o material analisado é focado na exposição dos conteúdos e o método de exposição deste conteúdo dá-se com repetição contínua em formato repetitivo.

Palavras-chave: Educação a distância. Material didático. Teorias de aprendizagem.



Recebido 03/ 09/ 2019
Aceito 13/ 01/ 2020
Publicado 12/ 03/ 2020

COMO CITAR ESTE ARTIGO

ABNT: RODOLFO, R. et al. As Teorias de Aprendizagem na Produção de Livros Didáticos na Educação a Distância. *Revista EaD em Foco*, EaD em Foco, V10, e896. 2020.

doi: <https://doi.org/10.18264/eadf.v10i1.896>

Learning Theories in Textbook Production in Distance Education

Abstract

Distance Education has shown significant numbers in the expansion of student enrollment in Brazil in recent years. It is evident in studies and research, the concern of managers with the quality of teaching and teaching materials used by the institutions. The Ministry of Education defines quality benchmarks for distance education, including indicators for the production of teaching materials. In addition, the development of teaching materials in distance education should be based on learning theories to achieve the learning outcomes desired by institutions. In this context, the present study aimed to investigate the learning theories used in the production of textbooks in an undergraduate course offered by a higher education institution in the extreme south of Santa Catarina. The research is qualitative in nature, and as for its objectives, it is exploratory. The case study methodology is used and documentary data are used. The research results point to a standardization in the elaboration of the analyzed didactic materials, although some changes in the format and layout features have been identified. The behavioral approach is evidenced, since the analyzed material is focused on the exposure of the contents and the method of exposure of this content occurs with continuous repetition in repetitive format.

Keywords: Distance education. Courseware. Learning theories.

1. Introdução

A expansão da Educação a Distância (EaD) no Brasil tem obtido avanços significativos por décadas, e tem-se intensificado nos últimos anos. A preocupação dos gestores está se voltando para os aspectos da qualidade dos recursos didáticos e, sobretudo, para a qualidade do material didático. Considerado como um dos fatores determinantes no sucesso e qualidade de um curso, o material didático assume papel significativo no processo de ensino-aprendizagem na EaD, na adequação e atendimento das necessidades do público envolvido.

Para atender a complexidade de produção e elaboração do material didático na EaD, faz-se necessário, na gestão e desenvolvimento do mesmo, o envolvimento de diferentes atores, processos e tecnologias para atingir os objetivos, habilidades e competências desejadas. Nesse sentido, a gestão do processo de produção do material didático pode ser considerado fator estratégico na qualidade dos mesmos, segundo Silva et al., (2015).

Segundo Brasil (2007), o material didático deve ser produzido de forma a mediar a interlocução entre professor, estudante e objeto de conhecimento, contribuindo na elaboração do conhecimento. Portanto, no enfoque da abordagem do conteúdo, o material didático deve expressar os princípios epistemológicos, metodológicos e políticos explicitados no projeto pedagógico de um curso (PPC). Estes princípios podem ser embasados em teorias de aprendizagem. Compreender como ocorre este processo na EaD motivou o presente estudo, cujo problema situa-se em: qual a teoria de aprendizagem utilizada na produção do livro didático em um curso de graduação ofertado por uma instituição de ensino superior do Extremo Sul de Santa Catarina? Definiu-se como objetivo da pesquisa investigar as teorias de aprendizagem utilizadas na produção de material didático no curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial dessa Universidade.

Fundamentou-se teoricamente a partir de Freire (1982), Mizukami (1986), Nogueira (2013), Piva Jr et al., (2011), Saviani (2002) e Silva; et al. (2015). O estudo está organizado em cinco capítulos: Introdução, Referencial Teórico, Procedimentos Metodológicos, Apresentação e Análise dos Resultados, Conclusão.

1.1 Recursos Didáticos na Educação a Distância

Na EaD, segundo Arruda (2013, p. 262), os materiais didáticos atuam como mediadores “da fala do docente sobre os conceitos que ele pretende discutir em seu discurso.” Fernandes e Nunes (2015, p. 76) pontuam a função dos materiais didáticos no processo de ensino-aprendizagem que se constituem como “artefatos ou recursos com conotação pedagógica incorporados no contexto pedagógico de modo a colaborar na mediação entre professores, estudantes e o conhecimento.”

O material didático atua, desta forma, como mediador entre o material de estudo, professor e aluno, abrindo caminho para uma discussão dos assuntos pertinentes que fazem parte do conteúdo pertencente a determinada disciplina. Nos referenciais de qualidade para educação superior a distância, estabelecidos pelo MEC- Ministério da Educação, consta que:

O Material Didático, tanto do ponto de vista da abordagem do conteúdo, quanto da forma, deve estar concebido de acordo com os princípios epistemológicos, metodológicos e políticos explicitados no projeto pedagógico, de modo a facilitar a construção do conhecimento e mediar a interlocução entre estudante e professor, devendo passar por rigoroso processo de avaliação prévia (pré-testagem), com o objetivo de identificar necessidades de ajustes, visando ao seu aperfeiçoamento. (BRASIL, 2007, p.13).

Além disso, o material didático, em consonância com o projeto pedagógico do curso, deve desenvolver habilidades e competências específicas. Para isso, deve-se recorrer a um conjunto de mídias compatível com a proposta e com o contexto socioeconômico do público-alvo, segundo Brasil (2007).

Trimer (2012) destaca que, apesar da ampla utilização e diversidade de vantagens, a produção do material didático não é um processo simples, pois envolve pesquisa, análise do contexto, planejamento, execução e avaliações contínuas. Além disso, requer um projeto gráfico e instrucional com a função de orientar a organização dos conteúdos de todos os livros didáticos produzidos para um determinado curso.

O livro didático é utilizado comumente como recurso-base no desenvolvimento das disciplinas e norteia os demais recursos educacionais. Assume papel de orientador do professor em sua organização e planejamento da disciplina e do aluno em seus estudos. O relatório do Censo EaD da Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED, 2014) corrobora o exposto e destaca que, segundo Panidini et al. (2015):

[...] dentre as principais mídias utilizadas na EaD, praticamente todas as instituições brasileiras (91,6%) fazem uso de obras escritas (textuais) em seus cursos, sendo que aproximadamente 40% disponibiliza seus textos escritos para o download e/ou impressão; 32,1% faz uso de apostilas, livros, guias em forma impressa (PANIDINI et al. 2015, p. 181).

Atualmente, mesmo com a grande diversidade de recursos tecnológicos digitais e o acesso à internet, os recursos didáticos impressos ainda apresentam vantagens em sua utilização, seja pela possibilidade de acesso aos mais diversos contextos geográficos, culturais e perfis de docentes e discentes (MOORE; KEARSLEY, 2013; BELÃO; BRITO, 2012; FERNANDEZ, 2009).

1.2 Teorias da Aprendizagem

As teorias de aprendizagem são norteadoras para a prática docente de sucesso em todos os níveis educacionais. A educação a distância (EaD), com a sua dinâmica de aprendizagem e ensino, se vale de diferentes olhares pedagógicos para a orientação de sua matriz curricular, exposição e métodos de ensino para o sucesso em sua proposta de educação (PIVA JR. et al., 2011, p. 47).

De uma maneira não muito abrangente, teoria é uma “tentativa humana de sistematizar uma área de conhecimento, uma maneira particular de ver as coisas, de explicar e prever observações, de resolver problemas” (PIVA JR. et al., 2011, p. 47).

As teorias de aprendizagem podem ser divididas em quatro grandes correntes de acordo com seus princípios filosóficos, segundo Piva Jr, et al., (2011) e são elas: Tradicionalista, Comportamentalista (behaviorismo), Cognitivista (construtivismo) e Humanista. Abaixo, veremos cada uma delas com suas especificidades e os desdobramentos que elas podem ter dentro de si mesmas.

O principal foco da teoria tradicionalista é o professor, personagem central no processo educador. A figura do aluno na educação tradicional é secundária, sendo o discente mero agente passivo para a figura do docente em sala de aula. Corroborando o conceito do professor como transmissor e aluno como receptor Maia, Scheibel e Urban (2009, p. 71) no diz que: “[...] a educação é vista como um produto com transmissão de ideias selecionadas e organizadas logicamente. O professor é o transmissor do conteúdo e o aluno, o receptor”. Assim sendo, o conhecimento é esquematizado de maneira que o aluno absorva o conteúdo de forma linear, contemplando desta forma a aquisição de informação e conteúdo.

Partindo dessa compreensão da abordagem tradicionalista na educação, cabe ao educando “memorizar definições, enunciados de leis, sínteses e resumos que lhe são oferecidos no processo de educação formal a partir de um esquema atomístico.” (MIZUKAMI, 1986. p. 11). O aluno é um ouvinte de conteúdos sem significação, ou seja, um receptáculo de informações e noções apresentadas de forma sistemática pelo professor. Na concepção tradicionalista, o aluno deve reproduzir o conteúdo apresentado pelo professor não de maneira crítica ou pressupondo um pensamento analítico sobre o que foi ensinado, mas ser um mero sujeito passivo que assimila as informações e noções de forma a expor novamente a matéria anteriormente apresentada.

A teoria base do comportamentalismo ou behaviorismo está centrada no comportamento observável e mensurável do sujeito, em outras palavras, em suas respostas a estímulos externos e as consequências dessas respostas. No behaviorismo existe uma centralização no ensino, com ênfase na transmissão do conhecimento e na repetição do que está pronto. Nessa teoria de aprendizagem, o professor ensina e o aluno aprende através do treino, da repetição e de exercícios de fixação. O processo avaliativo ocorre após a exposição do conteúdo de forma a verificar o grau de retenção do que foi transmitido ao aluno (PIVA JR. et al., 2011, p. 49).

Essa concepção de ensino baseia-se no professor como um agente ativo na transmissão dos conteúdos, enquanto o aluno é um ser passivo que deve assimilar o saber apresentado pelo professor, portanto os fatores externos são mais importantes que os fatores internos do indivíduo. Para Sommerman (2003), a estruturação de conteúdo centrado no professor tem fundamento nas teorias behavioristas, que consideram a aprendizagem como um condicionamento, privilegiam o processo educar e a transmissão de informações. John Watson, que foi um dos primeiros estudiosos sobre as reações a estímulos e respostas, nos diz que “o behaviorismo dedica-se ao estudo das interações entre o indivíduo e o ambiente, entre as ações do indivíduo (suas respostas) e o ambiente (as estimulações)” (TEIXEIRA, 2007, p. 45). Para Watson, o ser humano é uma tábula rasa e suas respostas são previsíveis; portanto, podem ser antecipadas por estímulos previamente determinados. Esta teoria, portanto, vale-se de um estímulo reforçador positivo quando um aluno alcança um objetivo, o que não ocorre quando o objetivo de aprendizagem não é atingido.

A abordagem cognitivista é focada no processo ou na faculdade de adquirir um conhecimento por parte do aluno, nas variáveis entre estímulos e respostas, nos processos mentais, seu modo de raciocínio, sua interpretação e como o aluno soluciona os problemas, ou seja:

O termo cognitivista se refere a psicólogos que investigam os denominados processos centrais do indivíduo, dificilmente observáveis, tais como: organização do conhecimento, processamento de informações, estilos de pensamento ou estilos cognitivos, comportamentos relativos à tomada de decisões etc. (MIZUKAMI, 1986, p.59).

Nesta concepção filosófica, o aluno possui um papel ativo no seu processo de aprendizagem. A filosofia cognitivista encontra duas linhas metodológicas de abordagem, que são: centralização na instituição e a centralização nos grupos sociais (PIVA JR. et al., 2011). Na centralização na instituição de ensino, o professor é o técnico do saber que seleciona, organiza e aplica o material a ser estudado; sendo assim, garante a eficácia no processo de aprendizagem através do método que será utilizado na apresentação desse material. Esse método ficou conhecido também como pedagogia tecnicista, em que se exclui a subjetividade, e o aluno é o foco na preparação da aula (PIVA JR. et al., 2011).

Com a centralização nos grupos sociais, o objetivo de aprendizagem será definido de acordo com as necessidades do grupo a que a aula será direcionada. Desta forma, o professor conduz a aula considerando aspectos determinantes nos quais o grupo se encontra inserido, como fatores sociais, políticos, econômicos e individuais. Essa abordagem leva em conta a construção do conhecimento do indivíduo inserido em uma sociedade como um todo (PIVA JR. et al., 2011).

Jean Piaget foi um grande estudioso sobre o assunto. De acordo com esse teórico, “conforme o desenvolvimento do indivíduo, as trocas que ocorrem entre ele e seu meio social são de natureza muito diversa e, portanto, modificam sua estrutura mental de maneira igualmente diferente” (PIAGET, 1972, p. 207). Um dos aspectos que se deve levar em conta na abordagem cognitivista é que o sujeito aprende pela interação com o meio, ou seja, nos intercâmbios entre o sujeito, o professor, assim como os próprios companheiros de classe, que são peças fundamentais na construção de seu conhecimento (NUNES e SILVEIRA, 2008, p. 89). Outros estudiosos da teoria da aprendizagem cognitivista foram Lev Vygotsky, com sua “Teoria Cultural”, e David Ausubel, com a “Aprendizagem Significativa”, segundo Nunes e Silveira (2008).

A teoria humanista tem seu foco na autorrealização do sujeito, ou seja, o sujeito como produtor do seu conhecimento, diferindo assim da abordagem behaviorista, que prioriza estímulos como fator principal para a aprendizagem, e da abordagem cognitivista, que valoriza a cognição como exteriorização da assimilação do aluno em relação ao conteúdo escolar. Nesta teoria da aprendizagem, o aluno é um ser com sentimentos, pensamentos e ações, e ela contempla, acima de tudo, o seu crescimento pessoal. Nessa abordagem, cabe ao professor incentivar o aluno a desenvolver sua autonomia, autoconhecimento e autopercepção, articulando os saberes docentes com aulas expositivas e interativas, desencadeando assim a aprendizagem (NOGUEIRA, 2013, p. 229). Essa linha filosófica ficou conhecida também como ensino centrado no aluno ou escola aberta. Os três principais pensadores da teoria da aprendizagem humanista são Carl Rogers, George Kelly e Paulo Freire.

Paulo Freire foi um dos maiores pensadores sobre educação no Brasil e no mundo, e sua crítica à educação tecnicista é um dos pilares para a humanização dentro do ambiente escolar. Sua visão da educação como prática libertadora e emancipadora é explorada em diversos de seus livros. Segundo Freire (1976, p. 34), “Para realizar a humanização que supõe a eliminação da opressão desumanizadora, é absolutamente necessário transcender as situações limites nas quais os homens são reduzidos a estado de coisa”. Enfatizava que a prática docente precisa ser significativa, e professor e aluno devem adotar uma postura questionadora, dialógica e não alienante.

2. Metodologia

Para concretização do objetivo do presente estudo, foi utilizada a pesquisa de campo, tendo-se como objeto de estudo os materiais didáticos (livros impressos) desenvolvidos para oferta de disciplinas na modalidade a distância. A pesquisa é exploratória com abordagem essencialmente qualitativa.

Utilizou-se da pesquisa documental com a manipulação e análise dos materiais didáticos produzidos pelo curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial ofertado na modalidade a distância, na Universidade em estudo, bem como a análise do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e o guia de orientação de produção de material didático.

A escolha do objeto de estudo, livros didáticos do referido curso, se deu pelo fato de os autores serem professores e acadêmicos da Universidade com ligação ao curso. O curso de graduação em Tecnologia em Gestão Comercial (TGC) foi o primeiro curso de graduação ofertado na modalidade a distância pela Universidade, a qual, por meio de decisão institucional, optou pela produção própria do material didático, ou seja, os livros foram escritos por professores da instituição, com experiência essencialmente presencial. Este fato despertou o interesse dos pesquisadores para o desenvolvimento de um projeto de Programa de Iniciação Científica (PIBIC), realizado entre 2017 e 2018, que culminou neste estudo, que foi desenvolvido com o objetivo de investigar as teorias de aprendizagem utilizadas na produção de livros didáticos em um curso de graduação. Para tanto, optou-se pela análise de duas disciplinas, dentre as diversas disciplinas do curso, considerando que o processo de produção das mesmas ocorreu de forma similar.

A EaD na Universidade iniciou oficialmente com o surgimento do Setor de Educação a Distância (SEAD) em 2003, através da Resolução n. 09/2003 – 21/08/03. Em 2013, com o credenciamento da Universidade pelo Ministério da Educação, para atuar na EaD, conforme Portaria n. 45/2013, iniciou-se a oferta de cursos superiores nessa modalidade de educação. O curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC) a distância ofertado pela Universidade e seus livros didáticos impressos serão o foco de análise para este artigo.

Na análise do PPC, verificou-se que o curso superior de TGC é voltado para o mercado da área comercial. Visa capacitar profissionais para a gestão de negócios, oportunizando o contato com as atuais ferramentas de gestão, comunicação, vendas e empreendedorismo. A metodologia de ensino compõe-se de aulas presenciais *on-line*, acompanhamento e atendimento *on-line*, acompanhamento e atendimento presencial, avaliações presenciais, material didático em meio digital e em formato de livro e, por último, vídeo-aulas.

Entre as disciplinas que abrangem o curso e que possuem material didático impresso, pode-se destacar Fundamentos da Administração, Fundamentos de Vendas, Fundamentos de *Marketing*, Metodologia Científica e da Pesquisa, Administração da Força de Vendas, Empreendedorismo, entre outras. Como critério para seleção do material a ser analisado, e para evidenciar quais teorias da aprendizagem podem ser encontradas na confecção do material didático impresso, optou-se por analisar os dois primeiros capítulos dos livros Fundamentos de Vendas (FV) e Fundamentos de *Marketing* (FM).

As disciplinas selecionadas foram Fundamentos de Vendas e Fundamentos de *Marketing*. Segundo Gil (2010), a pesquisa documental, similar à bibliográfica, diferencia-se pela natureza das fontes, por utilizar-se de materiais (relatórios, tabelas, etc.) que não receberam ainda um tratamento analítico ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Vale ressaltar que não se busca aqui destacar uma teoria como sendo melhor que outra e, muito menos, quantificar os valores que uma teoria da aprendizagem poderia somar na elaboração do material didático impresso aqui analisado. Busca-se somente analisar qual teoria da aprendizagem é evidenciada nos livros didáticos aqui expostos, sem qualquer juízo de valor em detrimento das demais.

3. Resultados e Discussão

3.1 Análise do Livro Fundamentos de Vendas

O livro Fundamentos de Vendas (FV) é dividido em seis capítulos, sendo organizado da seguinte forma: Capítulo I – Introdução à Administração de Vendas; Capítulo II – Processo de Vendas; Capítulo III – Vendas no Contexto Organizacional; Capítulo IV – Perfil do Profissional de Vendas; Capítulo V – Planejamento de Vendas; Capítulo VI – Estruturação da Força de Vendas e Negociação.

Em cada capítulo, a organização do conteúdo exposto é feita por temas e, num dos capítulos analisados, encontram-se os temas (1) Uma Visão de Vendas; (2) Revolução da Venda Pessoal; (3) Administração de Vendas; (4) Vendas e o Composto de Marketing; (5) Processos Administrativos e as Funções de Vendas. Todos os capítulos possuem uma apresentação, objetivos e temas propostos. No caso do capítulo Introdução à Administração de Vendas, constam como objetivos Compreender as etapas da evolução da Administração de vendas, assim como suas implicações no meio empresarial; Avaliar a importância da figura do homem de vendas para o desenvolvimento da sociedade e das organizações; Discutir a importância do vendedor no atual cenário econômico, a fim de definir estratégias competitivas.

Nota-se, pelo formato, que o conteúdo é exposto, que a linearidade na exposição dos temas apresentados é uma constante na construção do livro didático aqui apresentado, dando sinais de que a apresentação teórica de conceitos é mais evidente na elaboração do material didático. Vale ressaltar que, ao longo do primeiro capítulo, são citados quatro autores para corroborar as ideias do autor do livro didático FV.

Na análise do capítulo Introdução à Administração de Vendas, verificou-se que, no que tange ao Tema 1, Uma Visão de Vendas, sua temática é posicionar o profissional de vendas nos dias de hoje e sua importância no mundo dos negócios, iniciando o parágrafo com as seguintes frases: “Sempre destacamos a importância do profissional de vendas em um ambiente de negócios. No passado, o foco das empresas era o produto.” (SCHNEIDER, 2013, p. 10). Ao longo do Tema, é exposta a importância da qualificação profissional de um gerente de vendas e as funções básicas que se espera que ele tenha, como planejamento, organização, controle e direção. O último parágrafo desse Tema finaliza com a seguinte frase: “Essas fundamentações ajudam a alcançar objetivos, principalmente, se o profissional de vendas desenvolver suas habilidades de relacionamento, negociação, liderança e motivação”, evidenciando, dessa forma, o que se espera do profissional da área.

O Tema 2, Revolução da Venda Pessoal, inicia com o resgate histórico, ao longo das eras, do tópico vendas, principiando com a Grécia Antiga, perpassando pela Revolução Industrial, Era da Revolução Industrial, Era Pós-Revolução Industrial, Era das Grande Guerras e da Depressão, finalizando com a Era Moderna. Segue-se com a explanação de alguns temas, correlacionando-os com o Gerente de Vendas e sua importância, como Sociedade, Mercado, O Vendedor e o Cliente, e algumas habilidades que espera-se do Gerente de Vendas e demais profissionais relacionados, como Conhecer, Provedor, Ajudar, Personalidade Agradável e Coordenador. Os itens nesse tema são expostos como forma a situar o profissional diante de uma sociedade de consumo e como ele deve se comportar diante disso - exposição essa feita em formato de descrição.

Finaliza-se o capítulo 1 com o Tema 5, Processos Administrativos e as Funções de Vendas, iniciando com a explicação dos princípios da Administração apresentados por Henry Fayol. Aqui são apresentados os processos administrativos que englobam previsão, organização, comando, coordenação e controle. O Tema 5 segue com as definições das funções de vendas, compreendidas em: planejar as atividades de vendas, identificar e visitar potenciais clientes, identificar quem são os tomadores de decisão, apresentação de vendas, preparação para superar objeções do cliente, quando lançar novos produtos, pós-vendas. Percorre ainda as funções de um vendedor.

Como se pode observar, o material didático impresso analisado é focado na exposição dos conteúdos. O método de exposição desse conteúdo dá-se com repetição contínua em formato repetitivo da exposição dos conteúdos. A mesma forma com que um conteúdo é apresentado é repetida no método de apresentação de outro conteúdo. Sobre isso, Silva (2017, p. 105) nos afirma que “A abordagem comportamentalista pode ser útil em tarefas que exigem um caráter mais repetitivo”. Nesta abordagem, há favorecimento das premissas de “resolução de situações-problemas em que ações e regras são aplicadas em situações não familiares ou ainda em situações em que é necessária uma reflexão mais instantânea”.

A teoria da aprendizagem comportamentalista parece dar conta de como é estruturado o livro didático impresso de FV. A estrutura como o conteúdo a ser estudado pelo aluno é exposto ao longo do capítulo analisado dá-se de maneira repetida; a forma de exposição de um conteúdo é repetida para a exposição de outro conteúdo.

Por último, mas não menos importante, ao final do capítulo, o autor apresenta três perguntas como forma de retorno às temáticas apresentadas - perguntas que devem ter respostas dissertativas. Para demonstração, segue um exemplo: “Ao longo deste capítulo, verificamos que a profissão de vendedor passou por diversas alterações no decorrer da história. Além disso, estudamos que esse profissional influencia diretamente na economia e nas empresas em que ele está inserido. Dessa forma, faça um resumo das eras da evolução de venda pessoal e dos papéis desempenhados pelos vendedores.”

3.2 Análise do Livro Fundamentos de *Marketing*

O livro didático Fundamentos de *Marketing* (FM) divide-se em seis capítulos, de forma similar ao livro analisado anteriormente, organizado conforme abaixo: Capítulo I - Introdução ao *Marketing*; Capítulo II – A Administração Estratégica de *Marketing*; Capítulo III – Mix de *Marketing*: Produtos e Preços; Capítulo IV – Mix de *Marketing*: Praça e Promoção; Capítulo V – Comportamento do Consumidor; Capítulo VI – Processos de Compra do Consumidor. O capítulo 1, que aqui é objeto de análise, divide-se em dois Temas: (1) Evolução do *Marketing* e Princípios Conceitos, (2) Termos Centrais de *Marketing*. Observa-se aqui que a estrutura do livro FM segue a mesma orientação de produção do livro FV. No início de cada capítulo, há uma apresentação, objetivos e temas propostos.

O livro FM apresenta mais de dez autores para atestar as ideias e enunciados que seu autor expõe ao longo do primeiro capítulo, divergindo dos quatro autores apresentados em FV. Diferentes da exposição do livro anteriormente analisado, não serão trabalhados os temas de maneira tão minuciosa, já que a construção dos livros segue um mesmo princípio; serão tratadas, antes, as diferenças e acréscimos que o livro FM apresenta ao longo do primeiro capítulo.

A primeira diferença entre os dois capítulos é o seu tamanho, FV possui 14 páginas e FM 17 páginas, o livro FV foi lançado em 2013 e FM em 2014. Algumas inovações foram lançadas no livro de 2014; uma delas é um destaque no meio da página 11, intitulado Saiba Mais!. Seu formato, em forma de quadro, apresenta uma informação e um *link* de página da internet para o aluno que queira verificar algo além das páginas do livro didático. Outro quadro que aparece em abundância ao longo do primeiro capítulo é Pense Sobre!. Essa temática em destaque apresenta algumas perguntas para o estudante, questionando-o sobre o que ele sabe sobre o assunto apresentado, por exemplo: “Como você avalia o valor de um produto?” ou “Quando um produto deixa você satisfeito?”. Essas colocações dão a sensação de que o autor conversa diretamente com o leitor, fazendo-o refletir sobre seu senso comum a respeito da temática apresentada.

Outra contribuição foram os exemplos que se apresentam após algumas definições de conceitos, levando para a realidade do aluno empresas e fatos reais ou fictícios, trazendo um pouco de realidade para as teorias apresentadas. Os outros itens apresentados no livro FM seguem os mesmos padrões de FV, exposição de conteúdo, definição de conceitos, descrições do resgate histórico da evolução do tema e

atualidades do mercado de trabalho para o profissional em destaque. No livro FM, não são apresentados exercícios ao final dos capítulos, diferentemente do livro didático de FV.

O livro de FM repete a fórmula de exposição de conteúdos como no livro FV, embora traga novos elementos para um questionamento do aluno sobre a matéria. A teoria da aprendizagem comportamentalista mais uma vez se faz presente aqui, principalmente pela estrutura como o conteúdo é exposto no livro. A teoria de ensino programado, de Skinner, novamente é evidenciada neste livro didático, de acordo com Sommerman (2003, p. 3), em que o conteúdo programado centrado no professor “têm como fundamento as teorias behavioristas, que consideram a aprendizagem como um condicionamento, privilegiam o processo de educar e a transmissão de informações.” Sobre a estruturação de conteúdo na teoria de aprendizagem behaviorista, Altet (1999) afirma que, na teoria comportamentalista, o papel do professor consiste em oportunizar condições de aprendizagem na estruturação de situações e de contingências de reforço, visando acentuar a necessidade de aprender. Substituindo professor por livro didático, já que é ele que está expondo o conteúdo a ser aprendido pelo aluno, pode-se manifestar a teoria comportamentalista como mais presente nos dois livros didáticos analisados.

4. Conclusão

Este artigo buscou analisar de que modo se estruturam os livros didáticos do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial a distância, na Universidade do Extremo Sul Catarinense, à luz das teorias da aprendizagem. Buscou-se expor as quatro principais teorias da aprendizagem, a saber: tradicionalista, comportamentalista, cognitivista e humanista. Como recorte de pesquisa foi efetuada a análise dos dois primeiros capítulos dos livros Fundamentos de Vendas e Fundamentos de *Marketing*.

Como resultado da análise, a abordagem comportamentalista se faz presente no desenvolvimento do conteúdo exposto nos dois livros didáticos. O caráter repetitivo como o conteúdo é apresentado ao longo dos dois capítulos analisados nos mostra que o foco dos livros é a transmissão de informação. Apesar de algumas modificações entre os dois livros, de maneira geral, eles apresentam a mesma estruturação na exposição da matéria.

O presente estudo limitou-se à análise de dois livros didáticos produzidos por professores do curso de Tecnologia em Gestão Comercial na modalidade a Distância, da Universidade do Extremo Sul Catarinense. Como estudos futuros, sugere-se estender os estudos para os demais livros do curso, bem como para os demais materiais didáticos produzidos.

Os resultados deste estudo podem servir de base para a orientação da produção de materiais didáticos, tendo em vista os objetivos de aprendizagem do curso e das disciplinas, bem como apresentar bases das teorias de aprendizagem, especialmente para professores-autores que não dispõem de estudos nesta área do conhecimento.

Agradecimentos

Agradecimentos à Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc) pelo apoio ao PIBIC/CNPQ/UNESC e ao Grupo de Pesquisa em Educação a Distância (GPEaD).

Referências Bibliográficas

- ABED – Associação Brasileira de Educação a Distância. Censo EAD.br: **Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2013**. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em: http://www.abed.org.br/site/pt/midiateca/noticias_ead/1218/2014/03/censoead.br_2013_-_relatorio_analitico_da_aprendizagem_a_distancia_no_brasil. Acesso em: 02 fev. 2017.
- ALTET, M. **As pedagogias da aprendizagem**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.
- ARRUDA, E. P. **O professor universitário no contexto da autoria para a EaD: provocações entre a formação e a elaboração de materiais didáticos**. In: FIDALGO, F. et al (Orgs.). Educação a distância: meios, atores e processos. Belo Horizonte: CAED-UFMG, 2013.
- BRASIL/MEC. **Referências de Qualidade na Educação a Distância** (2007). Ministério da Educação. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf> Acesso em: Dez 2016.
- BRITO, G. S.; BELÃO, V. **A utilização de material didático impresso na educação a distância do século XXI**. In: BRITO, G. S. (Org.). Cadernos de educação a distância. Curitiba: UFPR, 2012.
- FERNANDES, A.; NUNES, R. C. **A utilização de materiais didáticos em curso de educação a distância***. EntreVer-Revista das Licenciaturas, v. 4, n. 6, p. 72-102, 2015.
- FREIRE, P. **Ação Cultural para a Liberdade e outros escritos**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- _____. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- MAIA, CM.; SCHEIBEL, M.F.; URBAN, AC. **Didática: organização do trabalho pedagógico**. Curitiba: IESDE Brasil S.A. 2009.
- NOGUEIRA, M. O. G.; LEAL, D. **Teorias da aprendizagem: um encontro entre os pensamentos filosófico, pedagógico e psicológico**. Curitiba: Intersaberes, 2013.
- NUNES, A. I.; SILVEIRA, R.N. **Psicologia da aprendizagem: processos, teoria e contextos**. Brasília: Líber Livros, 2008.
- PIAGET, J. **Psicología de la inteligencia**. Argentina: Editorial Psique, 1972.
- PIVA JR., D. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação online**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- ROGERS, C. R. **Tornar-se pessoa**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1977.
- SCHNEIDER, M. **Fundamentos de vendas**. Criciúma, SC: UNESC, 2013.
- SILVA, A. S. et al. **Teorias da aprendizagem na EAD: ideias de professores autores de material didático impresso**. 2017.
- SILVA, A. R. L. et al. **Um olhar interdisciplinar pelo design instrucional na produção de material didático: benchmarking**. In: Congresso Internacional Abed de Educação a Distância, 22º. 2015. Águas de Lindóia – SP. Anais 22º Congresso Internacional Abed de Educação a Distância, ABED, 2015. Águas de Lindóia – SP.
- SOMMERMAN, A. **Pedagogia e a transdisciplinaridade**. Educação na Era do Conhecimento em Rede e Transdisciplinaridade. Campinas-SP: Alíne. 2003.
- TEIXEIRA, E. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.
- TRIMER, R. Livros e apostilas na EAD. In: Litto, M.F; FORMIGA, M. **Educação a Distância: estado da arte**. volume 2. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. WHITE, Jan V. Edição e design: para designers, diretores de arte e editores. Tradução de Luis Reyes Gil. São paulo: JNS, 2006.