

5. Conclusão

Esta pesquisa partiu da hipótese de que, no contexto produtivo do *e-learning* corporativo, o papel desempenhado pelo designer é subutilizado, frente às contribuições do Design verificado em exemplos do campo da hipermídia, tais como *sites* artísticos, institucionais, de entretenimento, de comércio eletrônico ou mesmo de objetos educacionais virtuais encontrados fora do universo das empresas. Frente a essa questão, dedicamo-nos a identificar um espaço de expressão do Design que ainda não foi explorado em todo o seu potencial por parte do designer.

Ao analisar as estruturas produtivas do *e-learning* corporativo, entendemos o histórico a partir do qual se configuraram tais modelos, onde a construção das acepções do que seria o *e-learning* coube aos profissionais de Educação, naturalmente responsáveis por pensar as questões do processo de ensino e aprendizagem em todas as suas camadas. A partir desse momento, os designers foram convocados a exercer um papel – de extrema relevância, mas de escopo subdimensionado para sua formação –, que se manteve limitado a uma tradução visual de um projeto pré-concebido.

Uma vez que a motivação primeira deste trabalho originou-se em questões evocadas ao longo da prática da própria autora, dentro do segmento de *e-learning*, nossa pesquisa iniciou-se a partir de uma descrição analítica desse próprio contexto gerador de reflexões – a estrutura produtiva de empresas que fazem uma atividade lucrativa do ensino a distância mediado pela Internet, voltado para o segmento corporativo. Uma vez detalhado este que seria o objeto de nossa pesquisa, seguimos à reflexão sobre que novos papéis vêm se delineando para o profissional de Design, inserido nesse segmento específico. Assim, uma vez entendido como um processo produtivo intimamente relacionado a questões comerciais e mercadológicas, passamos a investigar o diferencial existente no design de hipermídia, capaz de torná-lo tão mais encantador em *sites* de natureza artística, ou de entretenimento, dentre outros, do que os exemplos verificados no *e-learning* corporativo. Identificados esses princípios, propusemo-nos ao exercício de identificar tais princípios em experiências

hipermidiáticas engajadoras, municiando-nos de critérios capazes de evidenciar estratégias passíveis de utilização em um projeto do envolvimento voltado para artefatos educacionais virtuais. Ao longo dessa trajetória, destacaram-se importantes considerações acerca do espaço que o designer ocupa, e que poderia ocupar, na construção de uma especialidade – o design de *e-learning* – conforme sumarizado nos comentários a seguir.

No tocante à dinâmica mercadológica dos treinamentos via *e-learning*, pudemos observar que seu crescimento sempre esteve atrelado às demandas do segmento corporativo, as quais são cercadas de altos investimentos. Tal situação se deve ao fato de que capacitações dessa natureza, via de regra, visam uma grande quantidade de funcionários e se tornam viáveis graças ao alcance em grande escala do ensino a distância mediado pela Internet. Trata-se de uma dinâmica que tem impacto direto nas estruturas produtivas de grande porte, pois as empresas fornecedoras de cursos dessa natureza se vêem obrigadas a manter equipes numerosas e de caráter multidisciplinar, de maneira a atender o volume dessa procura. Tal dinâmica caracteriza um segmento que já se estabeleceu no panorama brasileiro e vem empregando um grande número de profissionais de Design, Educação, Informática, bem como diversos outros envolvidos na logística de gerenciamento e distribuição desses produtos. Tal segmento também já reflete um grau suficiente de amadurecimento para que se identifiquem padrões claros nos processos produtivos, embora ainda carente de observações pela perspectiva do Design.

Todas as principais fases desse desenvolvimento – levantamento de dados, desenvolvimento do conteúdo, adequação de linguagem, design instrucional, construção do objeto e fases intermediárias de revisão e validação – foram objeto de relato pormenorizado no Capítulo I. Nesse momento particular da pesquisa, procuramos salientar que se trata de um equívoco entender os estágios relatados como partes de um processo totalmente segmentado. Entretanto, apesar de haver o incentivo e a abertura para que os profissionais das diversas áreas dialoguem e complementem seus trabalhos entre si, a dinâmica frenética em que está imerso o profissional contemporâneo provoca a tendência de se concentrar apenas nas atribuições diretas de sua própria função. Conseqüentemente, entendemos que a configuração desses

processos favoreça uma compartimentação dos saberes, de forma que a troca de idéias e inovações dificilmente excedem os limites dos setores e áreas do saber onde são originadas.

Ao longo desse estudo, ressaltamos os papéis do designer instrucional – aquele que projeta – e do designer – aquele que traduz visualmente –, conforme as funções atribuídas a esses profissionais pelo segmento. Nesse sentido, identificamos alguns dilemas curiosos, posto que, apesar de identificarmos intersecções interessantes entre os papéis desses dois profissionais – a começar pelo nome em comum –, vimos que o segmento, de uma forma geral, percebe tal relação de forma equivocada. Demonstrando esse argumento, citamos FILATRO (2004, p. 56-57), quando define que o “design” do termo “design instrucional” se referiria a uma interpretação mais profunda da palavra do que a que se entende pelas atividades conhecidas como “design industrial” e “design gráfico”. Nesse sentido, entendemos a interpretação que separa o ato projetual e o conceito de design como um equívoco, posto que a essência do ofício reside no planejamento cuidadoso e adaptado às necessidades do usuário final.

Assim, ainda em relação à equivocada separação entre o ato projetual e o conceito de design – enquanto disciplina formal – percebida no segmento do *e-learning* de uma forma geral e explicitada a partir das palavras de FILATRO (2004), é importante reiterar que esse ofício tem justamente no ato de projetar sua pedra fundamental, e que dessa plena consciência depende o bom trabalho do designer. Nesse sentido, afirmamos veementemente que sem definições prévias dos objetivos que se deseja atingir, estratégias para alcançá-los, ou verificações dos resultados obtidos, seria impossível atribuir quaisquer significados aos artefatos desenvolvidos. O resultado dessa desconsideração também implica na impossibilidade de se estabelecer formas de interação dos sujeitos com seus universos, através de objetos reais ou virtuais; incluindo-se todas as esferas do design. Nesse aspecto, sejam as mídias digitais, a mídia impressa, os artefatos tridimensionais, ou mesmo os objetos educacionais; todos comungam da premissa de que a eficiência de suas soluções depende diretamente de um planejamento adequado ao contexto do usuário. Quanto ao projeto dos objetos educacionais virtuais, especificamente, sustentamos que o

entendimento das releituras feitas a partir das diversas teorias de aprendizagem e à luz das novas tecnologias seja fundamental, pois é a partir dessa compreensão que devem ser definidas as estratégias adequadas, buscando a construção de habilidades e conhecimentos do sujeito aprendiz. Tal compreensão engloba perspectivas diferentes e transita entre significados gerados tanto pela forma do conteúdo possibilitada pelo suporte, quanto por sua abordagem pedagógica. Trata-se, portanto, de uma das atividades mais importantes em que o designer e o designer instrucional podem agir em parceria.

Devido a tantas intersecções entre os papéis desses dois profissionais, a fronteira entre a atuação desses dois profissionais foi objeto de diversas considerações ao longo de nosso trabalho. A primeira atividade que mereceu observações nesse aspecto foi a fase do *storyboard*, que se traduz em um documento que estabelece a relação do curso a distância a ser desenvolvido com os diversos atores envolvidos, planejando, rascunhando e projetando esse objeto¹. Entendemos que tal objeto já reúne em si um projeto de Design, posto que estrutura um primeiro desenho onde estão organizados textos, imagens não-verbais e todos os elementos que se destinarão a produzir sentidos, visando facilitar ao sujeito aprendiz a acomodação do conhecimento.

Acerca dos diálogos entre designer instrucional e designer, pudemos concluir que, se ao primeiro cabem competências que estão inseridas no campo de saber do Design, também são necessárias diversas outras áreas do conhecimento que a formação acadêmica de um designer não contempla: o entendimento aprofundado das diversas teorias da aprendizagem, imprescindíveis a uma avaliação da eficiência pedagógica das estratégias utilizadas nos objetos virtuais. Conseqüentemente, entendemos que a atuação do designer instrucional represente uma atividade característica da interdisciplinaridade inerente aos novos papéis da contemporaneidade, criados a partir das novas tecnologias.

Em relação ao trabalho do designer, concluímos ser natural que se perceba sua atuação no *e-learning* como oriundo do design para hipermídia, uma vez que a veiculação final das peças de ambas especialidades utiliza-se da linguagem

¹ PIMENTA (2007, p.80).

hipermidiática e da veiculação no ambiente conectado. Outra semelhança observada provém das ferramentas utilizadas por esse profissional que, assim como o designer de hipermídia, englobam o tratamento e manipulação de imagens, a edição de códigos para páginas *Web*, bem como a ilustração e animação de imagens vetoriais. Da necessidade pelo domínio dessas ferramentas deriva a natural tendência de se procurar no segmento da hipermídia os designers preparados para exercer os cuidados estéticos e informacionais desejados no *e-learning*.

Em relação ao trabalho do designer, por sua vez, espera-se uma construção do objeto educacional virtual fundamentado em conceitos de comunicação visual, usabilidade e tratamento informacional do conteúdo. Ainda que também sejam positivamente recebidas as contribuições de ordem estrutural que o designer possa oferecer ao projeto feito no *storyboard*, geradas a partir de seu repertório imagético e olhar treinado, tal atividade acontece após a concepção das principais diretrizes do objeto. Não obstante, tal olhar deve sempre respeitar os objetivos educacionais do conteúdo, de forma que seu trabalho sempre estará sujeito ao crivo do designer instrucional – responsável pela avaliação pedagógica do objeto final.

Podemos, do entendimento desse processo, identificar dois aspectos que reverberam significativamente no cenário do *e-learning* corporativo. Um diz respeito à lógica comercial que demanda em um ritmo frenético de produção, impingindo uma dinâmica intensa que torna impraticável um movimento de crítica e reflexão durante a execução das tarefas diárias, dentro dos moldes produtivos que compartimentam saberes e atividades.

Em decorrência dessa lógica, também derivam as constantes demandas por diminuição de custos e prazos, de forma que as empresas vêm procurando otimizar ao máximo seus processos produtivos. A principal estratégia utilizada vem sendo a de investir na catalogação dos elementos que já foram produzidos em projetos anteriores, de forma a reaproveitá-los posteriormente em novas combinações, em novos projetos. Assim, formam-se bibliotecas internas com objetos de estruturas diversas, prestando-se aos mais variados objetivos. Elas reúnem desde ilustrações até animações completas. Ao designer cabe, durante a produção de cada novo elemento, o cuidado de respeitar os padrões de desenvolvimento estabelecidos para uma futura

reutilização. São cuidados que englobam desde a consideração de determinadas gramáticas visuais até padrões específicos de programação.

Outra consideração importante se refere ao entendimento da posição que ocupa o designer nessa estrutura. Diferentemente do que aconteceu durante o processo de amadurecimento da Internet, a atuação do designer não acompanhou a construção de paradigmas do *e-learning*. Ela foi designada pelos educadores, profissionais pioneiros nessa modalidade e que conduziram os caminhos trilhados. Nesse sentido, apesar de propormos uma releitura das funções atribuídas ao designer nesse processo, é importante ressaltarmos que o objetivo principal de um objeto educacional reside na relação de ensino e aprendizagem promovida. Assim, ainda que o design se situe na junção do aspecto abstrato de projetar e do aspecto concreto de configurar, “atribuindo forma material a conceitos intelectuais” (CARDOSO, 2004, p.14), o design de *e-learning* transita, em primeira instância, na esfera da Educação. Portanto, a aplicação das teorias da aprendizagem, imprescindíveis a um tratamento adequado do objeto educacional é, em última análise a ótica predominante a esse artefato, pois ainda que o design possa e deva oferecer uma perspectiva mais apropriada da linguagem hipermidiática, a mesma só deverá se estabelecer, caso atenda aos objetivos maiores que são os pedagógicos. Não obstante, é importante que se reafirme a complementaridade dessas competências, de forma a que os projetos possam alcançar todas as possibilidades do potencial que a linguagem e a mídia oferecem às experiências educacionais mediadas pela Internet.

É importante reiterar, conforme afirmamos em nossa pesquisa, que nosso argumento não procura restringir profissionais oriundos de quaisquer campos a quaisquer atividades. Entendemos que as competências sejam complementadas ao longo da carreira dos sujeitos, tanto por especializações, quanto pelo conhecimento tácito inerente a cada trajetória. Portanto, a idéia aqui proposta diz respeito aos olhares pertinentes a campos do saber específicos – Educação e Design – e não a formações – educadores e designers.

Pertinentes ao campo específico do Design residem alguns aspectos importantes ao projeto de envolvimento, que foram contemplados nesta pesquisa. São questões que nos fizeram refletir sobre a função do design de *e-learning* independentemente do

contexto produtivo que havíamos verificado até então. Eles dizem respeito diretamente ao entendimento do interesse versus desinteresse e que se relacionam com o design, enquanto instrumento didático. Trata-se de uma compreensão de suma importância para a especialidade, posto que o ambiente onde se trava a relação de ensino e aprendizagem viabilizada pelo *e-learning*, ao mesmo tempo em que representa imersão, também convida às mais diversas formas de dispersão. Da mesma forma, diferentemente de uma aula presencial – que se apóia na figura do professor – no *e-learning*, o aluno assume grande autonomia na condução de sua experiência. Nesse sentido, apenas dedicar ao conteúdo tratamentos de ordem informacional e estética implica em não contemplar todas as possibilidades e demandas de um artefato veiculado na Internet. Conseqüentemente, entendemos que o projeto de envolvimento desejável a um objeto educacional virtual representa mais do que as possibilidades de um suporte, mas os próprios recursos didáticos que estimulariam o aluno a imergir na atividade proposta.

Relacionadas às analogias propostas entre Didática e Design dentro do universo dos objetos educacionais virtuais, elencamos algumas estratégias que exemplificam e demonstram as intersecções entre os objetivos de ambos os campos na modalidade de *e-learning*. Dentre elas, destacam-se as teorias que fundamentam as iniciativas de um dos núcleos pertencentes à Fábrica Virtual do projeto RIVED², onde animações interativas são utilizadas como poderosas ferramentas pedagógicas em objetos digitais de aprendizagem voltados para o ensino da Física. Conforme verificamos no Capítulo II, elas se baseiam nos conceitos da aprendizagem significativa elaborada por AUSUBEL (*apud* TAVARES, 2006), onde “o aprendiz transforma o significado lógico do material pedagógico em significado psicológico, na medida em que esse conteúdo se insere de modo peculiar na sua estrutura cognitiva”. Assim, o ferramental oferecido por animações interativas é utilizado com o intuito de traduzir visualmente abstrações acerca dos conceitos de Física que poucos alunos teriam a capacidade de

² O Projeto RIVED/Fábrica Virtual foi criado em 2004 e tem como propósitos intensificar e transferir o processo de desenvolvimento e produção de recursos educacionais digitais (na forma de objetos de aprendizagem) da SEED para as Instituições de Ensino Superior e inserir novas abordagens pedagógicas que utilizem a informática nas licenciaturas das nossas universidades por meio da promoção de um trabalho colaborativo e interdisciplinar dentro da academia. Espera-se com isso gerar uma cultura de produção e uso de objetos de aprendizagem nas universidades, envolvendo os futuros licenciados e bacharéis.

Fonte: Site RIVED. Disponível em <http://www.rived.mec.gov.br/site_objeto_lis.php>. Acesso em 15/05/2007.

alcançar. A partir dessa aplicação, que consideramos exemplar ao entendimento da produção de sentidos passível do olhar do Design, remetemo-nos às definições de CARDOSO (2004, p.13) para quem “a fecundidade do diálogo entre verbal e visual é uma das características que distingue o design como área de conhecimento”. Nesse contexto, aos propósitos pedagógicos alcançáveis por meio das expressões hipermidiáticas em objetos educacionais virtuais entendemos ser relacionada tal “fecundidade”, posto que são os objetivos delineadores do espaço do Design no *e-learning*.

Uma vez que entendemos as novas mídias interativas como espaço de comunhão entre o design de hipermídia e o design de *e-learning*, fez-se necessário também entender os caminhos a que essa linguagem parece se inclinar, de forma a também vislumbrar um acompanhamento de tendências entre as expressões virtuais dos artefatos educacionais estudados. Nesse contexto, destaca-se o conceito da *Web 2.0* e todos os espaços de construção colaborativa cuja exploração é pertinente ao design de *e-learning*. Nessas expressões, encontramos a idéia da ubiquidade e pervasividade computacional, em que se descortinam incontáveis desdobramentos às expressões do ensino a distância, merecendo por si só destaque como objetos de novos estudos.

Entretanto, a perspectiva mais relevante deste trabalho, pela ótica do que o design de hipermídia pode oferecer ao design de *e-learning* no sentido de se delinear estratégias para um projeto de imersão, diz respeito a conceitos que englobam o design de experiência e o *emotional design*. Os autores que destacamos, dentre aqueles representativos nesse repertório teórico são respectivamente, Nathan Shedroff e Donald Norman.

É SHEDROFF (1994) quem diz tratar-se de um equívoco não se contemplar toda e qualquer experiência, comungando ou não da mesma mídia ou categoria, como concorrente pela atenção do usuário. No universo dos artefatos educacionais, essa constatação se torna ainda mais relevante, principalmente tomando-se por base o contexto corporativo, onde muitos treinamentos são compulsórios. Ou seja, a premissa do encantamento revela-se como determinante para que seja travada uma experiência significativa ao aluno objetivado. Apenas motivações extrínsecas – como

o atendimento de metas de treinamento projetadas – dificilmente darão conta de um aprendizado realmente premente. Nesse sentido, reafirma-se a necessidade de uma postura crítica e ativa dos designers que atuam no *e-learning*, promovendo diálogos entre essa especialidade e os conceitos que vêm oferecendo substratos imprescindíveis ao projeto de envolvimento na hipermídia.

Na esfera do design de experiência, esta pesquisa se debruçou principalmente sobre questões que buscam a promoção de experiências significativas que, conforme SHEDROFF (1994), vem a ser a chave para um alto nível de envolvimento. Segundo o autor, independentemente do veículo ou linguagem, técnicas e estratégias são capazes de ser empregadas no projeto de experiências engajadoras. Em última análise, a essência dessas estratégias residiria no entendimento apropriado da informação, seguido de uma estruturação adequada à composição de elementos a elas essenciais.

O fenômeno do conhecimento também é abordado pela ótica de Shedroff, segundo o qual, o mesmo é adquirido por meio de experiências – boas ou ruins – vivenciadas pelo sujeito. Aquelas que concerniriam ao Design seriam aquelas passíveis de projeto. Transpondo tal conceito para o *e-learning*, podemos imaginar – desde que em exercício contemplado durante o planejamento do objeto educacional virtual – pontos estratégicos onde uma apropriação cuidadosa dos recursos multimidiáticos e conectados seja capaz de facilitar, por meio de experiências projetadas, o fenômeno do conhecimento.

Como exemplo prático da aplicação desses conceitos, no Capítulo II, destacamos a análise do Memorial da Guerra do Vietnã feita pelo autor, que entende o monumento como uma peculiar organização de idéias em prol de uma experiência promotora de intensa emoção a quem o visita. Como resultado, Shedroff evidencia a forma com que experiências arrebatadoras promovem o conhecimento de forma muito mais contundente do que a mera apresentação de dados, por mais claros e organizados que estes possam estar dispostos. Dessa análise, podemos concluir que, conforme o argumento do autor, experiências educacionais poderiam compartilhar do mesmo processo criativo, traduzidos em abordagens didáticas passíveis de intenso poder de exploração. Essa premissa foi exemplificada por meio de estudos de caso,

travados no Capítulo III, onde se verificam projetos destinados a explorar o potencial de envolvimento oferecido pelo conteúdo mediado multi e hipermediaticamente.

Entendendo o caráter emocional como o componente essencial das experiências propostas por Shedroff, fomos em busca do entendimento de como a ciência cognitiva relaciona a percepção humana à produção desses sentidos. Assim, enquanto idéias que subsidiam conceitualmente projetos que visam uma comunicação publicitária, ressaltamos o *emotional design*, tendo Donald Norman como seu principal teórico. Para o autor atualmente é possível estabelecer-se uma conexão entre beleza e função a partir de fundamentos da ordem biológica, neurocientista e psicológica. Por meio do cruzamento das elaborações acerca dos níveis visceral, comportamental e reflexivo, com que Norman analisa as relações entre sujeitos e objetos, procuramos transpor ao universo do *e-learning* os estímulos à curiosidade e criatividade promovidos por um estado em que o usuário aluno sintasse positivamente afetado. Nossa proposta, a partir de uma perspectiva que sintetizaria as idéias de Norman e Shedroff, seria a de expandir as discussões acerca do *e-learning* para além do prisma educacional que parecem transitar exclusivamente nos debates que cercam as teorias sócio-interacionistas. Assim, observando-se a relação direta travada pelo usuário com o conteúdo educacional virtualmente mediado, entendemos que o design de experiência e o *emotional design* poderiam, de sobremaneira, apontar caminhos que revelassem estratégias para o projeto de imersão voltadas diretamente para o universo do *e-learning*.

De forma a concluir essa verificação, dedicamo-nos a entender em que momentos o por nós apregoado “projeto da imersão” ou “projeto do envolvimento” poderia, na prática, incorporar os objetos educacionais virtuais. Para tanto, foi necessário conhecer o que BAETA NEVES (2006) definiu como a “estética do engajamento”, onde a promoção de uma conduta exploratória por parte do usuário seria relacionada a “graus calculados de estranhamento”. Segundo a referida autora, esses graus seriam capazes de denominar o elemento conceitual “diferença” e estariam relacionados às dinâmicas operadas nos níveis visceral comportamental e reflexivo de Norman. Entendidas as definições dos graus de estranhamento que Baeta Neves versa como “sugestão”, “novidade” e “choque”, analisamos diversas peças

destacadas na *Web* sob o critério de apresentarem recursos do campo do Design na promoção de experiências envolventes, objetivos pedagógicos, soluções inovadoras pela perspectiva didática relacionada ao meio multi e hipermediático. Esses exemplos também foram observados tendo por base os conceitos levantados pelo design de experiência e o *emotional design*, bem como as idéias de Baeta Neves. Fundamentados nessas premissas, definimos as seguintes categorias para análise de momentos relevantes ao projeto de imersão passível ao objeto educacional virtual: abordagens introdutórias, representações gráficas de conceitos abstratos, simulações para procedimentos específicos, estrutura narrativa e integração multimidiática.

Os diversos exemplos por nós destacados complementaram-se e contrapuseram-se em diversos aspectos, conformando um panorama em que podemos identificar, em maiores ou menores níveis de eficiência, a existência de um projeto claro para o envolvimento do usuário. Essa análise nos municiou de um novo arcabouço teórico, específico para os nossos propósitos, à luz do qual nos dedicamos a estudar um exemplo real, dentro do universo do *e-learning* corporativo; o curso *Agente de Viagens Especialista em Brasil*.

Ao longo dessa análise, foi possível refletir sobre as características produtivas que relatamos no primeiro capítulo, bem como a conjuntura e o público específico a que se destinam os treinamentos corporativos, e foi possível executar as verificações propostas por esta pesquisa. Ou seja, observamos, a partir das categorias elencadas, o poder engajador de um objeto educacional virtual, produzido por uma empresa privada, detentora de estrutura produtiva de grande porte, destinado à capacitação de profissionais já atuantes no segmento abordado e que buscavam uma especialização à distância mediada pela Internet.

Esse estudo de caso também nos permitiu constatar que, conforme descrito em nosso primeiro capítulo, o curso apresentava tratamento gráfico e organizacional de extremo apuro, alinhado com a premissa de ter sido sujeito aos cuidados de profissionais do Design preocupado com preceitos relativos à comunicação visual, usabilidade e design de informação. Entretanto, uma vez relacionado às categorias de análise previamente destacadas, verificamos que as soluções apresentadas careciam de uma estratégia clara no sentido de se captar e manter o interesse do usuário.

Podemos concluir reiterando a absoluta necessidade de um diálogo entre especialidades que comungam da mesma linguagem, principalmente levando-se em conta o contexto de efervescência intelectual que cerca a hipermídia e a profusão de trabalhos acadêmicos, eventos, congressos e feiras, enfim, espaços de debate que podem revelar apropriações de extremo interesse ao universo do *e-learning*, que também vem a ser um universo de profunda expressão do Design. Entendemos, portanto, que ao se promover o diálogo entre o design de *e-learning* e o design de hipermídia, caminhamos no sentido de se construir uma identidade própria da modalidade. Trata-se de um movimento que busca incorporar conceitos que lhe são imprescindíveis, sem, contudo, abrir mão da relação dialética com o campo da Educação, essencial para o estabelecimento da multidisciplinaridade inerente aos espaços revelados pelas novas mídias.

Desdobramentos

Diversos outros trabalhos podem ser desenvolvidos a partir dos conceitos discutidos em nosso estudo, principalmente no sentido de se promover pesquisas aplicadas junto ao usuário, no caminho de se verificar qualitativamente o grau de imersão promovido por diferentes tipos de abordagens. A metodologia aplicada nesses possíveis estudos poderia, inclusive, fazer uso de nossos critérios de análise, como forma de agrupar diferentes objetos educacionais e verificar o nível de engajamento oferecido por diferentes tipos de recursos, para cada categoria.

Outro aprofundamento interessante segue no sentido de se explorar a questão da ubiquidade e pervasividade aplicada com propósitos educacionais. O crescente desenvolvimento das tecnologias móveis, aliado a um público de relevante expressão – e de enorme heterogeneidade – no mercado brasileiro oferece um cenário rico em possibilidades. Nesse sentido, vale também ressaltar o *mobile learning* como modalidade dotada de grande potencial de expansão, embora ainda contando com iniciativas bastante incipientes no panorama brasileiro.