

# INOVAÇÃO NO EAD: MATERIAL DIDÁTICO WHITE LABEL COMO SOLUÇÃO FLEXÍVEL E PERSONALIZADA

## INNOVATION IN EAD: WHITE LABEL TEACHING MATERIAL AS A FLEXIBLE AND PERSONALIZED SOLUTION

*CIAED PAPER: TEMPLATE AND GUIDELINES FOR AUTHORS*

Paula Renata dos Santos Ferreira – Vitru Educação

Fernanda Sutkus de Oliveira Mello – Vitru Educação

Diogo Ribeiro Garcia – Vitru Educação

Eduardo Antunes Anderson – Vitru Educação

Marcelo Bucci – Vitru Educação

< paula.ferreira@vitru.com.br >, <[fernanda.mello@vitru.com.br](mailto:fernanda.mello@vitru.com.br)>, <[dribeirog@gmail.com](mailto:dribeirog@gmail.com)>,  
<eduardo.anderson@vitru.com.br>, <marcelo.bucci@vitru.com.br>

**Resumo:** Este artigo analisa o conceito de material didático white label como uma solução inovadora para atender à crescente demanda por recursos educacionais personalizados e de qualidade. Essa abordagem permite que instituições de ensino desenvolvam materiais customizados que preservam sua identidade visual única, fortalecendo sua presença no mercado educacional. A implementação de materiais white label exige um cuidadoso processo de criação para garantir flexibilidade e adaptabilidade às diferentes marcas. A pesquisa, de natureza bibliográfica e descritiva, explora como essa prática impacta a identidade institucional e favorece a personalização dos materiais.

**Palavras-chave:** Material didático. White label. Identidade pedagógica. Plasticidade gráfica.

**Abstract:** This article analyzes the concept of white label teaching materials as an innovative solution to meet the growing demand for quality, personalized educational resources. This approach allows educational institutions to develop customized materials that preserve their unique visual identity, strengthening their presence in the educational market. The implementation of white label materials requires a careful creation process to ensure flexibility and adaptability to different brands. The research, of a bibliographic and descriptive nature, explores how this practice impacts institutional identity and favors the personalization of materials.

**Keywords:** Teaching material. White label. Pedagogical identity. Graphic plasticity.

## 1 Introdução

Nos últimos anos, a Educação a Distância (EAD) tem experimentado um evidente crescimento em escala global, impulsionado pela crescente necessidade de flexibilidade, conveniência e acessibilidade no processo de aprendizagem. Com a evolução tecnológica e a mudança de paradigmas nas demandas dos estudantes, a EAD se tornou uma opção cada vez mais atrativa

para pessoas de todas as faixas etárias e origens, possibilitando o acesso ao conhecimento de forma mais conveniente e ajustada aos ritmos de vida contemporâneos.

Ribeiro (2022) diz que a educação a distância é hoje considerada um método de distribuir conhecimentos, habilidades e atitudes via meios eletrônicos. Da mesma forma, Mancebo e Martins (2012) afirmam que a expansão do ensino a distância está relacionada a pressupostos para sua análise e marcos regulatórios.

A adaptação às necessidades individuais de aprendizagem é um dos aspectos primordiais na experiência do estudante com o material didático. É essencial que o conteúdo seja apresentado de maneira clara e organizada, incorporando recursos interativos que estimulem a participação ativa do estudante. Além disso, a linguagem utilizada deve ser acessível e apropriada ao público-alvo, assegurando uma compreensão eficaz do conteúdo.

A diversidade de formatos de conteúdo é essencial para enriquecer a experiência de aprendizagem em ambientes de Educação a Distância (EAD). Ao incorporar elementos, como textos, vídeos, áudios, infográficos, quizzes e outros recursos multimídia, é possível manter o interesse dos estudantes e atender a diferentes estilos de aprendizagem. Autores como Wiley (2000) e Silveira e Carneiro (2012) discutem a importância dessa variedade de recursos.

Wiley (2000) destaca que os Objetos de Aprendizagem, quando bem escolhidos, despertam a motivação e o interesse do estudante, fazendo com que esses objetos assumam um papel ativo e central no seu desenvolvimento educacional.

Silveira e Carneiro (2012) afirmam que o professor deve proporcionar aos estudantes maior variedade de recursos para os conteúdos apresentados, uma vez que esses materiais despertam novas ideias, induzem os estudantes a relacionarem conceitos e estimulam a curiosidade e resolução de problemas. Além disso, a interatividade do material didático desempenha um papel fundamental na experiência do estudante, a personalização da aprendizagem é um assunto que vem sendo discutido há algum tempo, e como garantir essa personalização de forma eficiente?

Nesse cenário em constante transformação, a busca por material didático de qualidade e personalizado se tornou ainda mais urgente. Os estudantes não buscam apenas conteúdo de alto nível, mas também desejam recursos educacionais que se adaptem às suas necessidades individuais e estejam alinhados aos seus interesses e metas de aprendizado, proporcionando-lhes uma experiência enriquecedora. Assim, surge a demanda por uma abordagem inovadora capaz de atender a esse crescente interesse por material didático customizado e de excelência.

Galvão Filho e Damasceno (2002, p. 4) ressaltam a importância do uso dos softwares de acessibilidade como uma forma de minimizar as barreiras educacionais, ao afirmarem que "desenvolver recursos de acessibilidade seria uma maneira concreta de neutralizar as barreiras causadas pela deficiência e inserir esse indivíduo nos ambientes ricos para a aprendizagem".

O objetivo desse artigo é analisar o conceito de material didático, em formato white label, como uma solução inovadora para atender à crescente demanda por recursos educacionais personalizados e de qualidade. O material didático white label se apresenta como uma solução flexível e eficaz para instituições de ensino que desejam aplicar reaproveitamento de materiais didáticos e sinergias entre marcas.

## **2 O que é Material Didático White Label?**

O termo "white label" refere-se a produtos desenvolvidos por uma empresa e comercializados por outras marcas sob seu próprio nome. Esse conceito contrasta com o de "private label" (marca própria), no qual os produtos são fabricados exclusivamente para uma única marca.

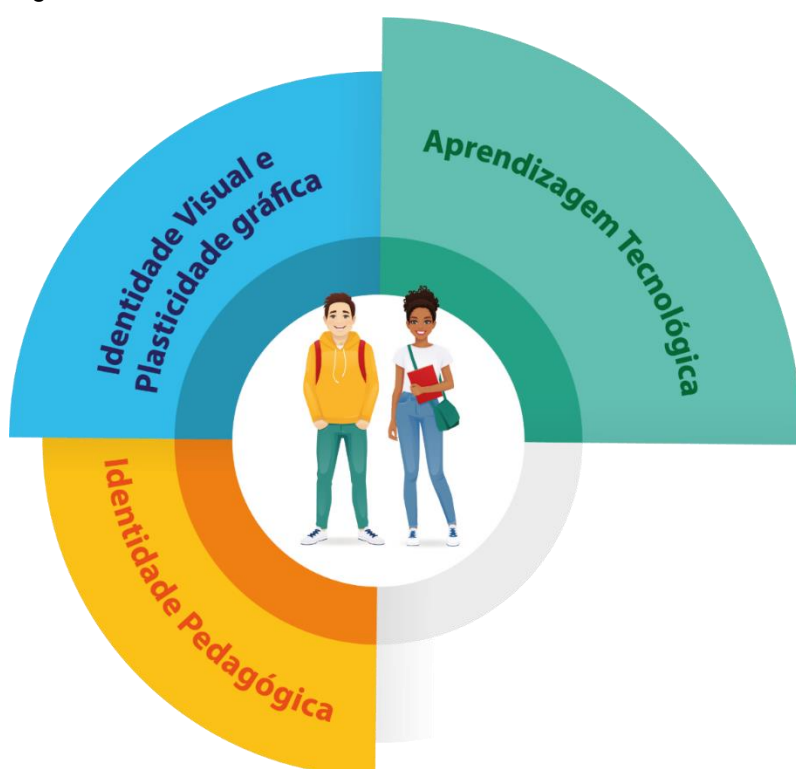
Conforme destacado por White [...] (2024), a diferença é quem especifica o que o produto ou serviço conterá. Em uma relação de private label, o comprador especifica o design, partes, ingredientes ou ofertas. Em uma relação de white label, enquanto o fornecedor ou fabricante pode oferecer uma

gama de personalizações para atender a necessidades específicas, eles especificam o design, as partes, os ingredientes ou as ofertas.

No contexto do EAD, o material didático white label envolve a criação de conteúdo educacional com grande potencial de personalização, integração e pluralização, a fim de oferecer saídas diferenciadas e organização estrutural para cada marca.

A Figura 1 apresenta o desenho educacional norteador para a elaboração dos materiais white label.

Figura 1. Desenho Educacional White Label



Fonte: as autoras.

## 2.1 Identidade Pedagógica

O ciclo de aprendizagem foi a identidade pedagógica utilizada para os materiais em formato white label, ele se divide em sete etapas, a saber: Problematização, Significação, Experimentação, Reflexão, Conceitualização, Ação e Avaliação.

Figura 2. Ciclo de Aprendizagem



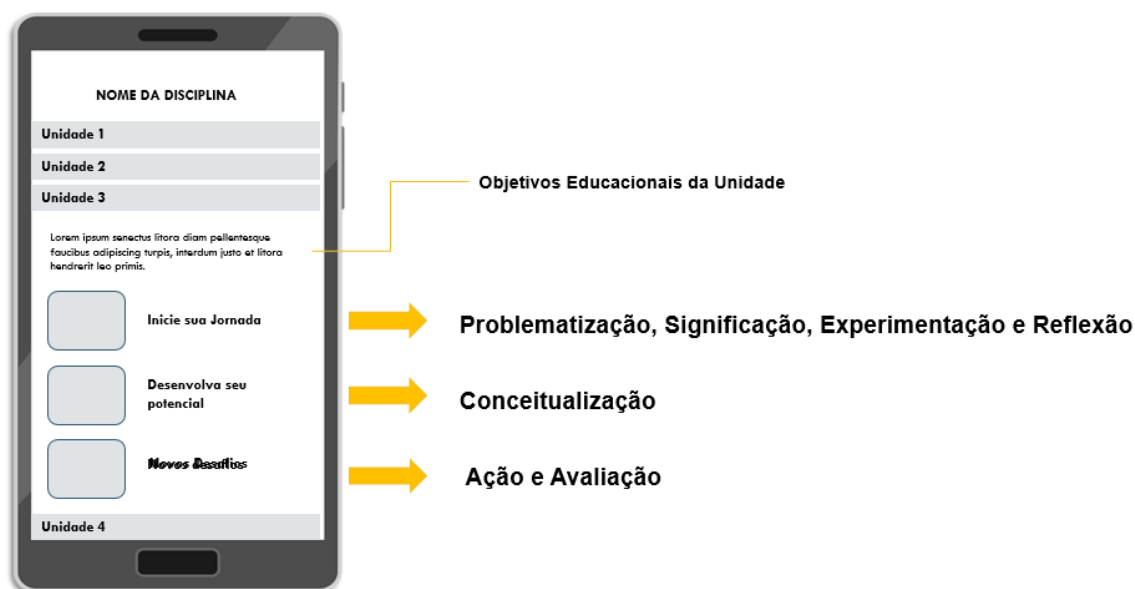
Fonte: as autoras.

Refletindo sobre o Ciclo de Aprendizagem, Perrenoud (2007, p. 42) contribui dizendo que ele “encoraja e autoriza a construir dispositivos de ensino-aprendizagem mais diversificados e audaciosos do que aqueles que cada professor emprega sozinho em sua turma durante o ano letivo”.

Uma etapa fundamental na construção da nossa identidade pedagógica envolveu o estudo de diversos modelos e teorias de ensino/aprendizagem, buscando inspiração e fundamentação. Embora todas as propostas analisadas tenham apresentado grande valor, nosso objetivo era desenvolver um ciclo exclusivo que incorporasse as melhores práticas históricas da instituição, ao mesmo tempo em que estivesse alinhado às tendências contemporâneas. Entre os principais métodos considerados, três se destacaram por sua relevância e aplicabilidade: Design Thinking,

Ciclo de Aprendizagem de Kolb e Ciclo de Aprendizagem Vivencial. Na Figura 3, apresenta-se o modelo pedagógico adotado.

Figura 3. Modelo Pedagógico



Fonte: as autoras.

## 2.2 Plasticidade gráfica

A plasticidade gráfica refere-se à capacidade dos elementos visuais se adaptarem a diferentes contextos e demandas, mantendo sua essência e funcionalidade. Esse conceito é fundamental em áreas como o design gráfico, no qual as formas, as cores, as texturas e as composições devem ser flexíveis e dinâmicas para se adequar a múltiplos suportes e públicos.

De acordo com Machado (2007), a plasticidade gráfica não é apenas um atributo estético, mas uma qualidade operacional que confere ao objeto gráfico a capacidade de reorganizar suas propriedades visuais conforme o contexto exige.

Essa adaptabilidade é essencial em um mundo visualmente saturado, no qual as demandas por clareza, originalidade e eficiência comunicativa estão em constante evolução. A abordagem plástica no design permite que elementos gráficos sejam reinterpretados em diferentes plataformas, garantindo a relevância da mensagem e a harmonia visual.

Na implementação da nova abordagem metodológica, um dos principais desafios foi selecionar um produto white label que assegurasse flexibilidade visual e preservasse a identidade exclusiva de

cada marca. Após definir a identidade visual de cada material didático, foi desenvolvido um sistema para identificar e integrar essas características a cada marca específica.

Além de assegurar que os materiais didáticos refletissem suas respectivas identidades visuais, toda a interface foi cuidadosamente planejada para capturar e manter a atenção dos estudantes, promovendo uma experiência de aprendizado mais envolvente.

## **2.3 Aprendizagem Tecnológica**

Segundo Kim (2001), a aprendizagem tecnológica envolve o processo de construção e acumulação de competências tecnológicas, enquanto, de acordo com Bell (1984), ela abrange diversos processos que convertem a aprendizagem individual em aprendizagem organizacional. Nesse contexto, é importante ressaltar que a aprendizagem organizacional requer tanto elementos internos, representados pelos esforços intraempresa, quanto elementos externos, que resultam da interação e das redes de contato com outras organizações (Karaoz; Albeni, 2005; Hansen; Ockwell, 2014).

Tomando como ponto de partida os conceitos discutidos, foi desenvolvido um construtor especialmente concebido para a elaboração e geração de temas de aprendizagem em HTML5. Esse construtor não apenas garante a funcionalidade técnica necessária, mas também preserva a estética visual singular de cada marca. Ao fortalecer a plasticidade gráfica, o objetivo é proporcionar uma experiência de aprendizagem envolvente e alinhada à identidade visual de cada instituição. Assim, além de oferecer um ambiente digital de alta qualidade, esse construtor também contribui para consolidar a identidade da marca e gerenciar o conteúdo.

Um gerenciador de conteúdo é uma ferramenta essencial para organizar, editar e publicar informações de forma eficiente em plataformas digitais. Esses sistemas permitem que indivíduos e empresas gerenciem todo o ciclo de vida do conteúdo, desde a criação até a distribuição, facilitando a colaboração entre equipes e otimizando os processos de produção de conteúdo.

## **3 Implementação do Material Didático White Label**

O processo começa com a contratação de autores para a criação do conteúdo escrito. Após a assinatura do contrato, os designers educacionais iniciam a formação com os autores para dar início à produção do material didático dentro da Identidade Pedagógica, seguindo também as definições das métricas por tema de aprendizagem.

Figura 4. Métricas

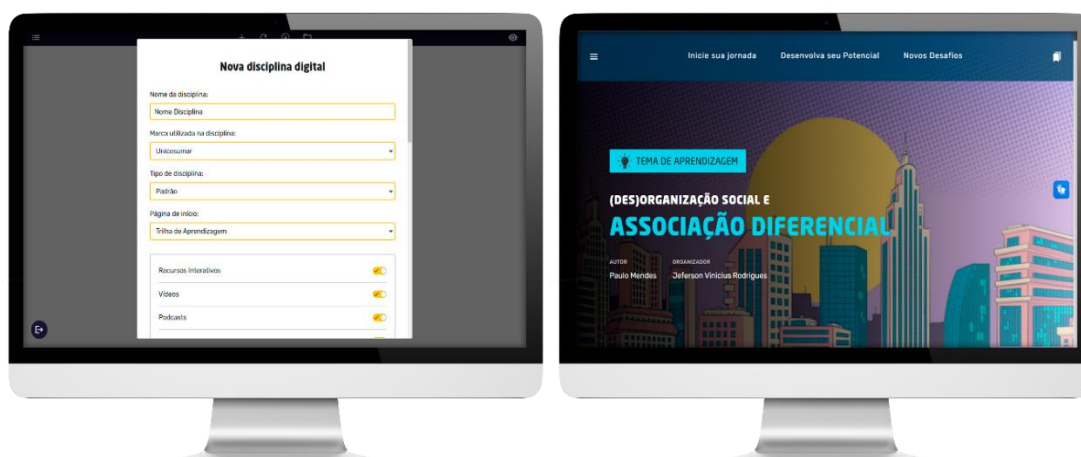


Fonte: as autoras.

Após a elaboração do conteúdo, os designers educacionais iniciam um processo criativo para tornar o material mais atrativo e envolvente para os estudantes. Após a aprovação inicial, o material é encaminhado para a revisão, onde é cuidadosamente analisado antes de ser liberado para a etapa de diagramação.

A diagramação é realizada em duas frentes: material impresso e material digital. A Figura 5 ilustra o construtor, uma ferramenta de gestão de conteúdo que promove a otimização entre as marcas.

Figura 5. Material Digital





Fonte: as autoras.

## 4 Conclusão

A experiência do estudante com o material didático na Educação a Distância (EAD) desempenha um papel central no processo educacional, influenciando diretamente o engajamento e o desempenho acadêmico. A capacidade de atender às necessidades individuais de aprendizagem, aliada à diversidade de formatos de conteúdo e à oferta de recursos interativos, é fundamental para criar uma experiência de aprendizagem eficaz e enriquecedora.

Materiais didáticos claros, organizados e acessíveis facilitam o entendimento e a navegação, enquanto uma abordagem multimodal, que inclui textos, vídeos, áudios, infográficos e quizzes, atende a diferentes estilos de aprendizagem. Além disso, a inclusão de atividades interativas estimula a participação ativa do estudante, promovendo um ambiente de aprendizagem dinâmico e motivador.

Investir na qualidade e na diversidade desses materiais é essencial para garantir o sucesso acadêmico e o desenvolvimento integral dos estudantes. Nesse contexto, o formato white label surge como uma estratégia promissora, permitindo que materiais didáticos sejam personalizados para refletir a identidade das marcas institucionais enquanto otimizam processos de produção e gestão de conteúdo.

Ao adotar o modelo white label, as instituições educacionais podem alcançar maior sinergia entre suas marcas e uma administração mais eficiente dos recursos educacionais, garantindo que os conteúdos sejam não apenas de alta qualidade, mas também alinhados aos objetivos institucionais e às expectativas dos estudantes. Dessa forma, o formato white label não só fortalece a identidade institucional, mas também contribui para uma experiência educacional mais integrada e significativa.

## 5 Referências

BELL, M. Learning and the accumulation of industrial technological capacity in developing countries. In: KING, K.; FRANSMAN, M. (ed.). **Technological capability in the Third World**. Londres: Macmillan, 1984.

GALVÃO FILHO, T. A.; DAMASCENO, L. L. Programa InfoEsp: Prêmio Reina Sofia 2007 de Rehabilitación y de Integración. Boletín del Real Patronato Sobre Discapacidad, **Ministerio de Educación**, Política Social y Deporte, Madri, Espanha. n. 63, p. 14- 23, abr. 2008.

HANSEN, U. E.; OCKWELL, D. Learning and technological capability building in emerging economies: the case of the biomass power equipment industry in Malaysia. **Technovation**, [s. l.], v. 34, n. 10, p. 617-630, 2014.

KARAOZ, M.; ALBENI, M. Dynamic technological learning trends in Turkish manufacturing industries. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 72, n. 7, p. 866-885, 2005.

KIM, L. The dynamics of technological learning in industrialisation. **International Social Science Journal**, [s. l.], v. 53, n. 168, p. 297-308, jun. 2001.

MACHADO, A. **O sujeito na tela**: modos de enunciação no cinema e no audiovisual. São Paulo: Paulus, 2007.

MANCEBO, D.; MARTINS, T. B. Expansão do ensino a distância: pressupostos para sua análise e marcos regulatórios. *In*: MANCEBO, D.; SILVA JÚNIOR, J. dos R. (orgs.). **Trabalho docente e expansão da educação superior brasileira**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2012.

PERRENOUD, P. **Os ciclos de aprendizagem**: um caminho para combater o fracasso escolar. Porto Alegre: Artmed, 2007.

RIBEIRO, F. Perspectivas de crescimento da educação a distância no Brasil. **Brazilian Journal of Science**, [s. l.], v. 1, n. 8, p. 59-70, ago. 2022. Disponível em: <https://periodicos.cerradopub.com.br/bjs/article/download/52/78/918>. Acesso em: 12 dez. 2024.

SILVEIRA, I. F.; CARNEIRO, L. A. Objetos de aprendizagem: conceitos e aplicações. **Revista Brasileira de Informática na Educação**, Curitiba, v. 20, n. 2, p. 23-34, 2012.

WHITE label vs private label: what's the difference? **That Company**, Orlando, c2024. Disponível em: [https://www.thatcompany.com/white-label-marketing/what-is-white-label/white-label-vs-private-label?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.thatcompany.com/white-label-marketing/what-is-white-label/white-label-vs-private-label?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 12 dez. 2024.

WILEY, D. Connecting learning objects to instructional design theory: a definition, a metaphor, and a taxonomy. **Learning Technology**, [s. l.], n. 2830, p. 1-35, 2000.