

# ATENDIMENTO HUMANIZADO NA EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA: DESAFIOS E GANHOS

## *HUMANIZED SERVICE IN DISTANCE EDUCATION: CHALLENGES AND GAINS*

Ademir Moreira Bueno – Uninter; Aline Purcote – Uninter; Otacílio Evaristo Monteiro Vaz – Uninter;  
Rafaela Aparecida de Almeida – Uninter; Rosinda Angela da Silva – Uninter; Vanessa Estela  
Kotovicz Zeballos Rolon – Uninter

<[ademir.b@uninter.br](mailto:ademir.b@uninter.br)>, <[aline.p@uninter.br](mailto:aline.p@uninter.br)>, <[otacilio.v@uninter.com](mailto:otacilio.v@uninter.com)>, <[rafaela.a@uninter.com](mailto:rafaela.a@uninter.com)>,  
<[rosinda.s@uninter.com](mailto:rosinda.s@uninter.com)>, <[vanessa.ro@uninter.com](mailto:vanessa.ro@uninter.com)>

**Resumo.** Os erros ocorridos na comunicação afetam a experiência do aluno. O artigo apresenta uma forma mais humanizada de se comunicar com os alunos. A metodologia incluiu pesquisa bibliográfica e um formulário eletrônico para avaliar a percepção dos alunos. Os resultados de destaque são, os alunos percebem o envio de áudios como algo inovador, vinculam claramente o envio de áudio como um atendimento mais humanizado e as respostas por áudio facilitam a compreensão. Concluímos que, respostas por áudio para esclarecimento de dúvidas sobre TCC são preferidas pelos graduandos, pois facilitam a compreensão das respostas recebidas e melhoram a percepção do aluno sobre a IES.

**Palavras-chave:** Atendimento humanizado; comunicação; engajamento.

**Abstract.** The errors that occurred in communication affect the student's experience. The article presents a more humanized way of communicating with students. The methodology included bibliographic research and an electronic form to assess students' perceptions. The key results are that students perceive the sending of audio messages as something innovative, clearly associate audio messages with a more humanized service, and that audio responses facilitate understanding. We conclude that audio responses for clarifying doubts about the final thesis are preferred by undergraduates, as they facilitate understanding of the received answers and improve the student's perception of the higher education institution.

**Keywords:** Humanized service; communication; engagement.

## 1 Introdução

A comunicação efetiva tornou-se essencial, independente do segmento, pois, falhas na comunicação e de comunicação ocorrem em qualquer situação, seja em empresas, seja em ambientes acadêmicos. Para melhorar neste aspecto, as empresas buscam diversas formas de se comunicar com o cliente, investindo em automatização de parte, ou do total do processo.

No caso do ambiente acadêmico, as Instituições de Ensino Superior (IES), principalmente aquelas que atuam na modalidade de EaD, disponibilizam e utilizam diversos recursos tecnológicos para atender o aluno, como por exemplo: site da IES, Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), e-mail, *whatsapp*, redes sociais, fóruns, *chats*, canal de tutoria, 0800, entre tantos outros. Isso se faz necessário porque esta modalidade de estudo (EaD), frequentemente é escolhida por sua flexibilidade e porque o aluno entende que terá o material à sua disposição, na condição de 24x7 (vinte quatro horas por dia, sete dias na semana).

O fato é que os alunos que iniciam no EaD, enfrentam desafios relacionados à interação não presencial, exigindo deles certa destreza em utilizar os recursos tecnológicos disponibilizados pela IES. Caso esse aluno considere muito complexo o processo de comunicação com a IES e seus colaboradores, ele pode desanimar e desistir do curso. Partindo desse contexto, esse artigo tem como proposta apresentar uma solução que foi adotada por um curso de Administração de uma IES, em que os Professores-Tutores adotaram a prática de responder as tutorias dos alunos da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), enviando áudios personalizados para elucidar as dúvidas. Essa prática foi adotada pelos professores como alternativa de uma comunicação mais humanizada, visando fortalecer vínculos e engajar os alunos, contribuindo para a redução da evasão.

Como metodologia, esse artigo foi construído por uma pesquisa bibliográfica qualitativa e descritiva, com consulta à trabalhos que discutem temáticas similares. Além disso, houve a aplicação de um formulário eletrônico com oito perguntas, sendo 07(sete) objetivas e 01 (uma) aberta, que buscou identificar a percepção dos alunos que receberam esse atendimento. Como contribuição, espera-se que este artigo convide professores, tutores, coordenadores de curso e toda a comunidade acadêmica a ter um olhar mais atento para o atendimento ao aluno focando em uma comunicação mais humanizada nos cursos de graduação.

## 2 Atendimento humanizado, técnico e o comportamento empático

Na atualidade, a vida se tornou muito dinâmica e todos têm muitos afazeres profissionais e pessoais e, nota-se que as pessoas estão tentando dar conta de tudo, seja com os compromissos do cargo ocupado ou com a demanda da posição familiar. Nessa agitação da vida moderna observa-se que poucas vezes as pessoas param para refletir como está a comunicação, para identificar se está sendo efetiva e se os objetivos propostos estão sendo alcançados. No âmbito organizacional, uma comunicação interpessoal que é falha, causa atraso em entregas, baixa produtividade, irritabilidade em clientes, desconexão com fornecedores, conflitos que podem gerar desentendimentos graves, desmotivação, falta de integração entre outros. De acordo com uma pesquisa da revista britânica *The Economist* sobre as barreiras de comunicação no ambiente de trabalho moderno, 44% dos executivos entrevistados relataram que a comunicação causou falhas nas entregas ou conclusão de projetos. Além disso, para 18% deles ainda causou redução nas vendas. Os respondentes ainda alegaram que os problemas de comunicação causaram estresse e desânimo, para 52% e 31%, respectivamente (SITE STELLACOM, 2024). Ao traduzir esta realidade para o universo acadêmico, que é o foco deste trabalho, o aluno será o ator principal impactado pela qualidade da comunicação. Assim, cuidar da comunicação, seja escrita, verbal ou até mesmo não verbal, leva as pessoas a se integrarem mais, a caminharem na mesma direção.

Na área de atendimento ao consumidor de grande parte das organizações, a comunicação é o fator mais relevante para que os envolvidos se entendam, literalmente, levando as partes interessadas e interrelacionadas a avançarem em seus propósitos. Já nas Instituições de Ensino Superior (IES), a qualidade da comunicação interpessoal entre professores, tutores, atendentes, coordenação, secretaria, entre outros, pode ser o fator determinante para a permanência do aluno no curso. De acordo com Monteiro (2011), o sucesso de processo dependerá da qualidade do contato do cliente e do aluno, com um ou mais colaboradores da organização, o que exige preparo deles por todas as fases do processo de atendimento. Desta forma, cuidar dos processos comunicacionais aumenta muito a chance desta relação profissional avançar.

Um dos elementos essenciais desse processo é o atendimento técnico, o que ocorre muitas vezes por meios automatizados de atendimento como por exemplo, os *chatbots* e as plataformas de *help desk*, que atendem o aluno quando ele entra em contato com a IES. No entanto, é cada vez mais presente a preocupação em proporcionar um atendimento humanizado tanto nas empresas, quanto nas IES, o qual considera como a comunicação é realizada, como o comunicador se porta frente ao outro e que meios ou tecnologias são utilizadas para se aproximar. Com isso, se fazer mais presente e chamar a atenção do outro para que compreenda de fato, o que está sendo comunicado e que ele se sinta valorizado e importante para seu interlocutor. Isso não significa excluir o atendimento técnico, o qual também tem seu valor, pois, resolve diretamente a situação de quem chama por meio de um serviço programado, planejado e desenhado por especialistas, com a premissa de ser rápido e efetivo. Hayashi (2020) defende que, no ambiente de uma IES, essa perspectiva técnica auxilia na melhoria da qualidade da aprendizagem, suporta os processos comunicacionais favorecendo o trabalho em equipe e, reduzem a sobrecarga administrativa dos professores. No entanto, não propicia a ampliação da relação comercial, muito menos de fidelização daqueles que contrataram a prestação de serviços.

Para o site da Zendesk (2024), o atendimento humanizado está baseado no estabelecimento das conexões emocionais com os clientes, por meio, principalmente da empatia, competência que uma máquina (por meio do atendimento técnico) ainda não consegue sentir ou demonstrar.

O significado da palavra empatia já recebeu diversas definições, como por exemplo de Goleman (1995) que descreve a empatia como uma habilidade fundamental para o entendimento das emoções e perspectivas dos outros. O autor coloca a empatia como um dos pilares da inteligência emocional, destacando-a como uma competência essencial para a construção de relacionamentos saudáveis e eficazes, tanto no âmbito pessoal quanto profissional, a qual pode ser tanto aprimorada quanto desenvolvida com a vivência prática e a conscientização. Neste trabalho, a empatia será considerada a capacidade de sair do seu olhar e entrar no olhar do outro, de ver a situação, o problema, a inquietação do cliente, se colocando de fato em seu lugar. Tarefa difícil, mas possível, conforme explicam Perrechi; Mendonça (2022) quando mencionam que o conceito é complexo porque tenta traduzir a habilidade do atendente compreender a perspectiva do atendido, demonstrando o quanto ele está sendo acolhido.

Segundo o site da Dynamica Consultoria (2023), um dos pontos que elevam o nível de empatia no processo comunicacional é fazer uso da escuta ativa, a qual consiste em ouvir com atenção, investindo tempo e energia para se interessar pela fala e expressão do outro, demonstrando interesse e disposição em compreender a situação em seu conjunto.

## **2.1 Cursos EaD e o atendimento humanizado**

Optar por realizar um curso superior por meio da educação à distância – EaD nem sempre é só uma opção, mas sim, uma oportunidade de obter formação mesmo morando longe dos grandes centros urbanos (HAYASHI, 2020), onde há, para praticamente todos os cursos superiores possíveis, uma instituição que os oferecem presencialmente. Assim, a escolha pela EaD é uma porta que se abre para novas oportunidades, porém, traz desafios para o aluno que não está habituado com a modalidade EaD, principalmente no quesito comunicação.

É comum que a relação do aluno com as Instituições de Ensino Superior (IES) e com seu curso seja permeada pela comunicação não presencial, como via portal, site, *e-mail*, *chatbot*, atendimento telefônico, entre outros. Embora tenham os Polos de atendimento presencial, onde pessoas atendem aos alunos, ainda assim é diferente daquele aluno que comparece de segunda à sexta em uma IES para assistir aulas e tem à sua disposição, coordenadores, professores, secretárias e atendentes para se comunicar e ter suas necessidades compreendidas, resolvidas ou mesmo direcionadas à departamentos ou áreas responsáveis. Campos (2022) destaca que os alunos buscam similaridades da educação presencial na EaD.

Ainda que a inovação tecnológica resulte em melhoria no atendimento ao cliente, ofereçam possibilidades de customização de soluções, ainda assim, quando se trata da educação EaD, a percepção que se tem é que o aluno entra em uma selva tecnológica com perigos eminentes como por exemplo: excesso de informações por meio de *e-mails*, avisos, aulas ao vivo, mensagem via *pop-up*, entre outros (HAYASHI, 2020).

Diante da parafernália de estímulos tecnológicos recebidos pelo aluno, ele fica perdido por não saber por onde começar e quando elege um passo inicial, por exemplo, o *chatbot*, fica ainda mais decepcionado, quando não consegue chegar aonde precisa e pretende. Assim, muitos se desmotivam ao ponto de desistir de algo que apenas começou, uma triste realidade, mas é sabido que a maioria que se matricula acaba desistindo nos primeiros meses, e, entre os fatores mencionados pelos alunos que evadem, tem-se: questões financeiras, falta de tempo para estudar, dificuldade em se adaptar as tecnologias utilizadas no modelo do curso, entre outros. (CAMPOS, 2022). Desses elementos citados pela autora, isolando as questões financeiras, a comunicação

clara, direta e humanizada das IES com os alunos, pode ser um elemento que os motivem a permanecer no curso.

Campos (2022) ainda complementa que os alunos que alegaram dificuldade de adaptação com a metodologia EaD, relataram falta de apoio para estudar e que, ao entrar em contato com a IES e registrar sua dúvida, a demora da resposta fazia com que ele esquecesse o contexto em que a dúvida havia surgido, caracterizando um atendimento técnico e não humanizado. (CAMPOS, 2022). Assim, optar por uma comunicação humanizada é uma saída, uma tentativa para resolver parte dos problemas de desistência dos recém-chegados, da insatisfação dos veteranos que reclamam da demora e falta de efetividade da comunicação entre a IES e seus alunos. Fazer essas transformações no atendimento dá trabalho, aumenta os custos com pessoal, treinamento, programas e tecnologia, mas compensa pelos ganhos que se pode obter com a mudança.

## **2.2 Engajamento do aluno e o atendimento humanizado**

O processo de interação, integração do aluno à IES não pode ser demorado a ponto do aluno se decepcionar com a escolha feita e desista do curso. É adequado que ações sejam realizadas desde o primeiro acesso desse aluno visando o engajamento dele com o curso e com a IES. Embora o processo de engajamento possa ocorrer de diferentes formas, pois, depende de cada instituição, Martins; Ribeiro (2017) afirmam que o engajamento universitário abrange dois enfoques principais: um direcionado às experiências e comportamentos do estudante durante o período em que frequenta o ensino superior; e outro focado nas interações, práticas e sistemas de apoio proporcionados pela IES, com o objetivo de aprimorar os níveis de engajamento dos estudantes.

Em relação às experiências e o comportamento do aluno durante o período do curso, a implantação de um atendimento humanizado é uma alternativa, pois, visa melhorar a relação com o aluno, fazê-lo se sentir parte da IES, se aproximar dele para dar apoio e suporte com vistas a desestimular a desistência. Também se busca a maior permanência do aluno na IES, levando a optar por continuar na mesma após finalizar sua graduação, levando-o a optar por outro curso de graduação e mesmo de especialização em sua formação contínua.

Já no aspecto das práticas e sistemas de apoio, muitas IES possuem um departamento dedicado ao atendimento aos calouros, programas especiais de interação, ferramentas desenvolvidas especificamente para se conectar com o aluno a fim de não perder a oportunidade de fazê-lo sentir-se como parte integrante da IES. Com isso, cada forma de atendimento, cada tecnologia utilizada, cada programa desenvolvido visa a aproximação com o aluno, objetiva que haja maior engajamento de quem está chegando. Ainda assim, a IES precisa investir na transformação do atendimento técnico em humanizado para que o aluno se sinta mais valorizado, mais importante para a IES e busque se integrar mais, a se aproximar, a se sentir como parte, como membro da comunidade acadêmica.

Essa maior aproximação do aluno com a instituição serve como apoio e suporte psicológico pois o aluno percebe que tem mais valor, que tem importância, que se importam com ele, desta maneira, na primeira dúvida se continuará ou não no curso, buscará informações e contato com a IES para ser apoiado e com isso restabelecer seu desejo e intenção em continuar. O atendimento diferenciado, que aproxima o aluno da IES, que o faz se sentir mais seguro e importante fideliza, retém e ser de apoio psicológico fortalecendo os vínculos entre ambos.

## **3 Estratégia de atendimento humanizado utilizada no curso de Administração**

Na teoria os desafios não são tão significativos como na prática, ou seja, escrever sobre atendimento humanizado é mais fácil do que implementá-lo, mas, superar obstáculos e suplantar dificuldades, deve fazer parte do processo de melhoria contínua no atendimento ao aluno. Mesmo que isso exija a alteração da cultura organizacional de atendimento, que é uma tarefa árdua, mas que traz excelentes resultados, pois, quem mais perceberá essas mudanças é o aluno que está do

outro lado, aquele que recebe as mensagens advindas da Tutoria, Coordenação ou IES como um todo. Diante disso, esse tópico tem como foco apresentar uma iniciativa adotada pelo curso de Administração em uma IES de grande porte no Brasil.

A IES em questão atua fortemente na EaD e traz todas as ferramentas essenciais para contatar e dar suporte ao aluno, em qualquer fase do curso que ele se encontre. Embora o atendimento possa ocorrer por meio de *e-mail*, de *chats*, telefonemas e até mesmo presencialmente, como no caso do atendimento dos Polos de Atendimento Presencial, entende-se que a chave que conecta todos esses meios é uma comunicação clara, objetiva, empática e especialmente rápida. E, por meio dos recursos tradicionais, o contato com os alunos não demonstrava empatia, assim, o desafio foi pensar em como dar retorno à dúvida do aluno de forma que ele se sentisse acolhido.

Partindo desses pressupostos, no início de 2024, o curso de Administração na modalidade EaD da referida IES, o qual recebe muitas dúvidas sobre o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em seu canal tutoria, decidiu inovar e responder as tutorias também com áudios do professor-tutor de dentro da própria plataforma do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) e não somente com respostas de texto. A ideia era melhorar a qualidade da comunicação interpessoal com o aluno, uma vez que no áudio, é possível nomear o aluno e colocar a correta entonação na voz, ou seja, o aluno percebe que o professor-tutor está respondendo diretamente a dúvida dele e não uma mensagem padrão replicada para todos os demais alunos.

Esse processo iniciou com uma escuta ativa, que consistiu na capacidade do professor-tutor ou até mesmo do coordenador de curso, evidenciar ao aluno que ele tem importância e é valorizado pelas pessoas com quem se relaciona na IES. A escuta ativa é centrada na dedicação do comunicador emissor e receptor das mensagens e essa dedicação fará com que a outra parte se sinta motivada e interessada em expor sua história, suas necessidades, seus problemas, sabendo que obterá retorno efetivo e suporte para ter uma ou mais soluções às suas queixas.

Os professores-tutores se prepararam para que o aluno percebesse que eles realmente estavam preocupados e empenhados em apresentar soluções práticas e rápidas aos problemas. Isso foi realizado sem infringir normas e regras institucionais estabelecidas, mas, contendo uma dose de humanidade a mais, para que, uma resposta ainda que fosse negativa aos interesses do aluno, ele a visse como justa e adequada à sua situação.

A sensação de proximidade, de estarem do mesmo lado, de serem parceiros e não inimigos fortalece a relação, aumenta o grau de humanidade e faz com que o aluno se sinta acolhido e importante para a IES. O áudio encaminhado ao aluno precisava demonstrar na voz deste professor-tutor, que, mesmo com toda a tecnologia disponível, ele optou por encaminhar uma mensagem como alguém próximo, que está disposto a auxiliá-lo a resolver a situação.

A prática de retornar a dúvida do aluno por meio de áudios iniciou em fevereiro de 2024 com a primeira turma de TCC do ano do curso de Administração. Entre os meses de novembro e dezembro de 2024 foi aplicada uma pesquisa com os alunos para avaliar a percepção deles.

#### **4. Procedimento metodológico**

Esse artigo foi construído a partir de uma pesquisa bibliográfica descritiva e qualitativa, que de acordo com Gerhardt; Silveira (2009), analisa e interpreta fontes teóricas ou documentais já existentes, com o objetivo de descrever de forma detalhada e interpretar fenômenos, conceitos ou relações. Essa abordagem é amplamente utilizada em estudos que buscam compreender temas de maneira aprofundada e contextualizada, sem a necessidade de coletar dados empíricos diretamente do campo. Foram consultados artigos na base do *Google Acadêmico (Scholar)* para conceituar termos como atendimento humanizado, empatia, atendimento técnico, engajamento,

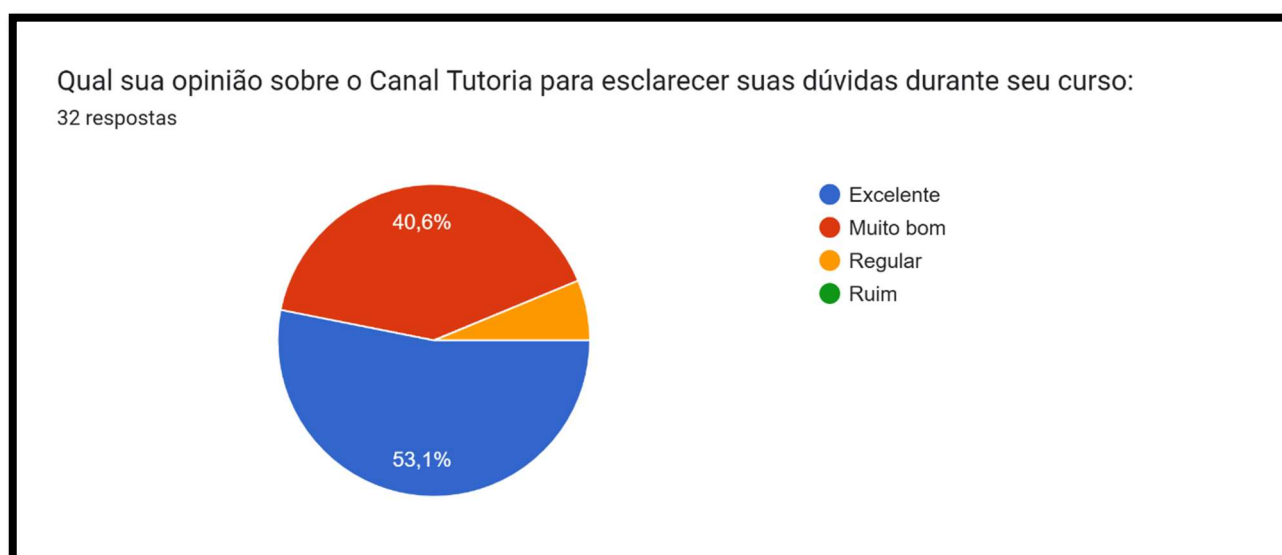
entre outros. Também foram consultados sites de instituições que discutem os temas pertinentes ao artigo.

Após ter implementado o uso do retorno por voz aos alunos de TCC do curso de Administração, foi elaborado um formulário no *Google Forms* com 8 perguntas e disponibilizados no AVA da disciplina de TCC. Foi enviado um convite via Avisos para os alunos responderem ao questionário, o qual ficou disponível de 01 até 30/11/2024. A turma que estava realizando a disciplina de TCC do curso de Administração no ato da pesquisa contava com aproximadamente 500 alunos.

#### 4.1 Apresentação dos Resultados Obtidos

Os resultados da pesquisa realizada com alunos que estão cursando a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) ou já a finalizaram e receberam retorno de suas dúvidas via áudio, serão apresentadas nos gráficos de 1 a 7, objetivas, conforme a seguir e também analisado o conteúdo da questão 8, aberta.

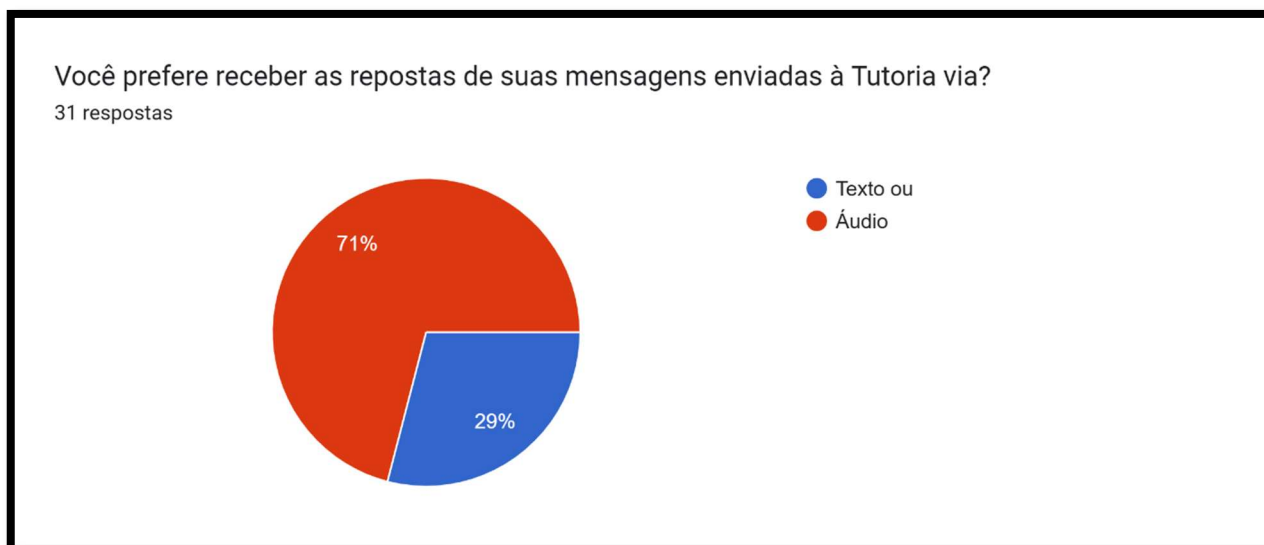
Gráfico 01 – Percepção sobre Canal Tutoria



Fonte: Autores, (2024)

Quando questionado sobre o Canal Tutoria como meio de esclarecimento de dúvidas em geral relacionadas ao seu curso, 53,1% consideram como um excelente canal, enquanto para 40,6% dos respondentes é muito bom. Isso demonstra que eles se sentem satisfeitos ao enviar mensagens ao Professor-Tutor do curso buscando elucidar suas dúvidas.

Gráfico 02 – Preferência ao receber respostas às mensagens enviadas



Fonte: Autores (2024)

A grande maioria dos respondentes prefere receber as respostas enviadas à Tutoria via áudio e não por texto. Isso demonstra a efetividade desta forma de comunicação com os discentes, que creem ter mais efetividade escutar a mensagem onde é explicado o que questionou em lugar de ler uma mensagem escrita.

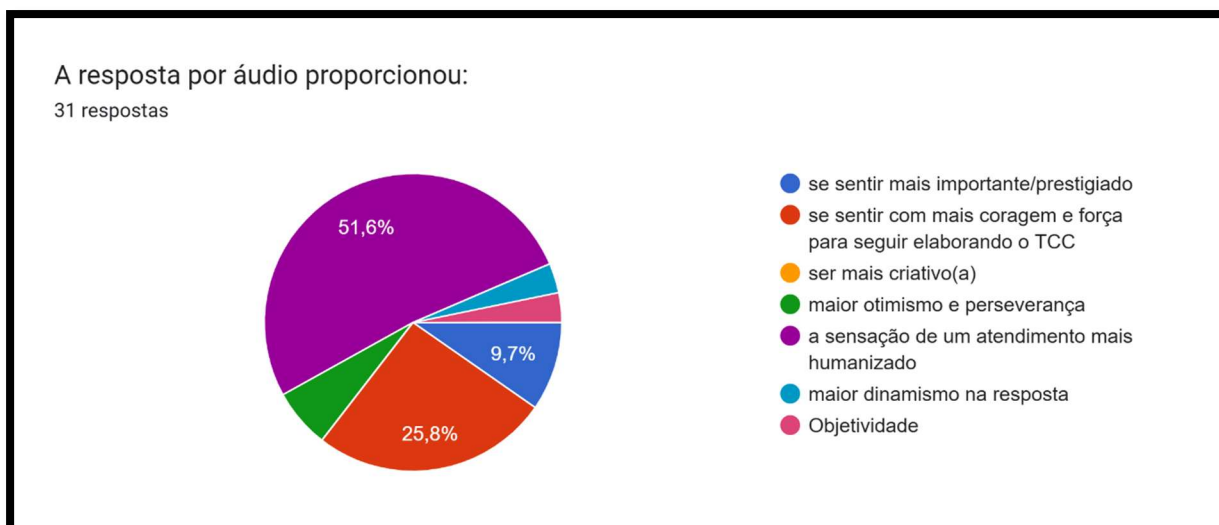
Gráfico 03 – Percepção da natureza das respostas enviadas por áudio



Fonte: Autores (2024)

Os alunos de Administração, cursando TCC, percebem o envio de respostas às suas dúvidas por áudio como algo inovador. Isso denota que o aluno não está acostumado a receber o esclarecimento de suas dúvidas desta forma, o que o faz criar uma percepção de que é algo diferente e inovador.

Gráfico 04 – O que as respostas proporcionaram



Fonte: Autores (2024)

Ao enviar as respostas das dúvidas recebidas pela Tutoria proporcionaram a sensação de um atendimento mais humanizado que compreendeu 51,61% dos respondentes. Já para 25,8% as respostas levaram-os a serem mais criativos e, 9,7% dos que participaram da pesquisa se sentiram mais importantes e prestigiados ao receberem resposta por áudio.

Gráfico 05 – Sobre a compreensão das respostas recebidas

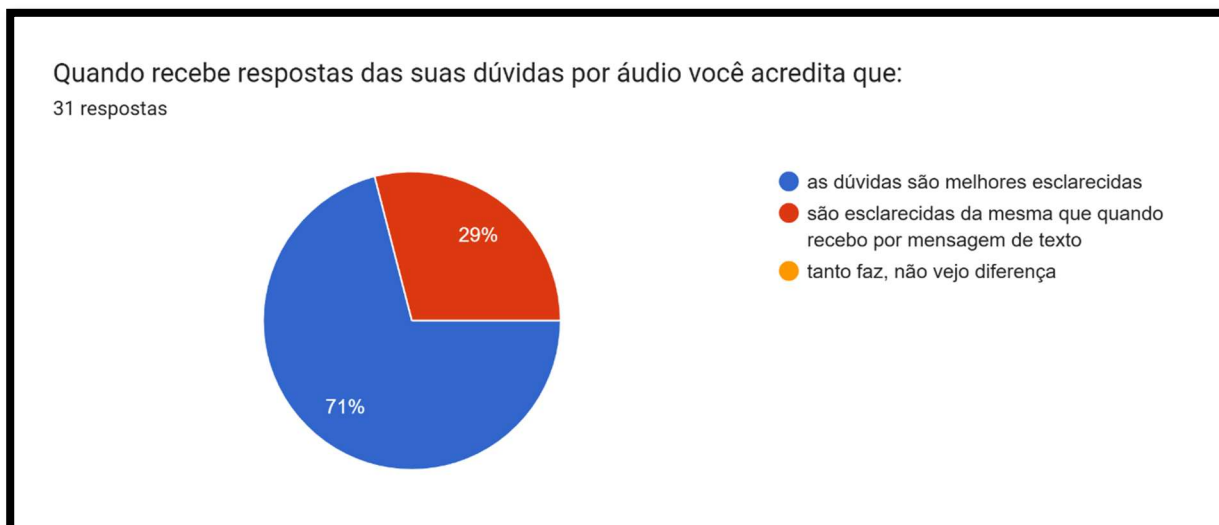


Fonte: Autores (2024)

Para a grande maioria, 77,4%, ao receber as respostas de suas dúvidas elas são melhor compreendidas quando as recebem por áudio e não por outra forma. Isso demonstra que as respostas são claras e enviadas em linguagem acessível, de fácil compreensão, possibilitando a conexão do aluno com a disciplina e curso.



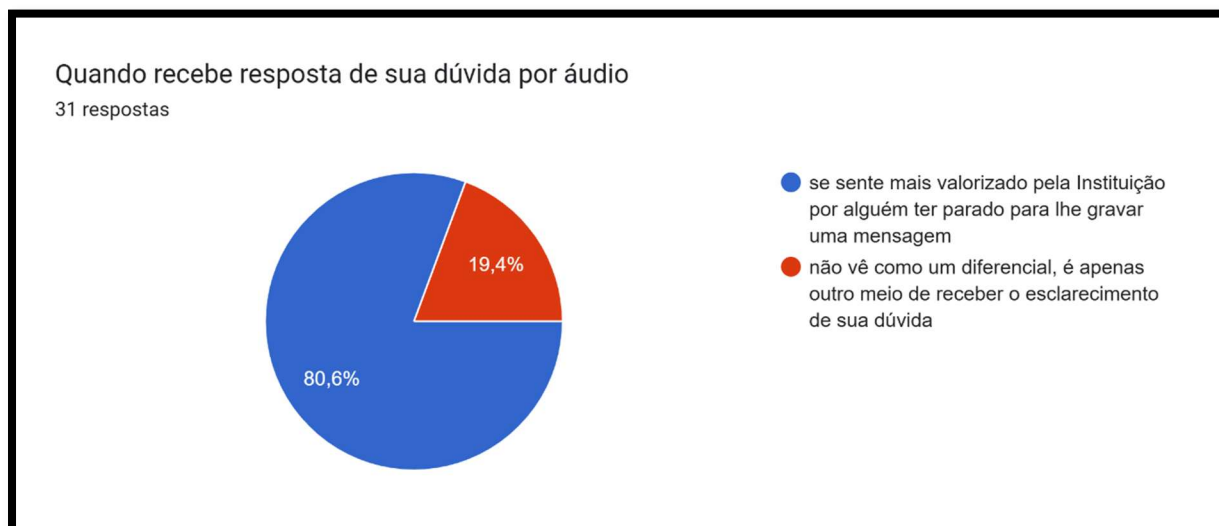
Gráfico 06 – Sobre qualidade das respostas recebidas



Fonte: os autores (2024)

Observa-se que as respostas por áudio contribuem de forma significativa para elevar a compreensão dos alunos a respeito de suas dúvidas, foi o que afirmaram 72% dos participantes da pesquisa. Apenas 29% creem que se receber por áudio ou texto as dúvidas são esclarecidas da mesma forma.

Gráfico 07 – Sentimento do aluno ao receber resposta por áudio



Fonte: Autores (2024)

Para 80,6% dos que responderam a pesquisa o sentimento ao receber as respostas por áudio os levam a se sentirem mais valorizados pela IES, pois, alguém parou para lhe gravar um mensagem, não lhe enviando respostas padronizadas, já escritas.

### **Pergunta 08 – Questão aberta**

A análise das respostas da questão aberta destaca as seguintes expressões: “É muito melhor a dúvida ser esclarecida pelo áudio, pois entendemos melhor.” E mais, “O áudio deixa o atendimento mais humanizado e sinto que a instituição me abraça através dessa prática, o vínculo com o aluno é maior e isso possibilita uma interação saudável.” E ainda, “Vejo como uma forma mais inovadora, moderna e humanizada e algo mais esclarecedor”. Tais afirmações são evidências de que os alunos percebem mais humanidade presente numa resposta enviada por áudio, do que por texto, veem como um diferencial, algo inovador e que cumpre o seu papel de aproximar o aluno e o Professor/Tutor em algo que todos têm em comum, sua humanidade, tornando-se um diferencial que acelera a compreensão das dúvidas e possibilita maior motivação para realizar o TCC.

Cabe destacar que um dos desafios em implementar o envio de respostas por áudio para esclarecimento de dúvidas sobre TCC foi desenvolver os Professores-Tutores para executarem de forma efetiva essa atividade, pois estavam acostumados a responder por textos, em muitos casos, com respostas já elaboradas/padronizadas que eram copiadas e coladas na hora de retornar. Com treinamento e especialmente reuniões entre Coordenação de Curso e os Tutores destacou-se a importância desse projeto ter o cuidado que merece, onde as respostas deviam ser objetivas, claras e que transmitissem segurança ao aluno e os fizessem se sentir acolhidos, compreendidos e que tinham e têm importância para IES.

## **5 Considerações finais**

Se a comunicação é um dos fatores mais importantes das relações humanas, estudá-la e discutir sua humanização, não em detrimento do atendimento técnico, mas como um fator complementar para que seus objetivos sejam alcançados, é de alta relevância.

Os alunos percebem que as respostas às suas dúvidas, quando são respondidas por voz, são mais efetivas para sua compreensão, além de serem mais motivadoras para que continuem com disposição e energia para seguir com seu TCC.

Essa inovação na forma de responder ao aluno traz ganhos para ambas as partes envolvidas: para a IES, por conseguir satisfazer a necessidade do aluno, esclarecendo pontos que estão impedindo seu avanço na elaboração do trabalho; para o aluno, na melhor compreensão e aplicação do que foi perguntado, o que lhe permite dar prosseguimento e, com isso, concluir o TCC e, concomitantemente, seu curso.

Diversificar as formas de se comunicar com os alunos tem levado-os a perceber que têm importância para a IES, que são valorizados, que merecem cuidado e atenção. Assim, o investimento em tecnologia continua relevante, especialmente na EAD, onde há milhares de alunos. No entanto, a humanização nas formas de comunicação apresenta um grande diferencial, contribuindo para maior proximidade do aluno com o curso, com o tutor e com a IES.

Os Professores-Tutores são fundamentais para aplicação deste tipo de melhoria na relação IES/Aluno, são eles que estão no fronte e que tem a missão de atender o aluno, quando esse atendimento não ocorre de forma mecanizada e automática, mas com humanidade e pessoalidade aproxima o aluno do curso, da IES e do próprio Tutor.

Ao se estar envolvido em um processo comunicacional mais humanizado o aluno se motiva a dar seguimento ao seu projeto de se formar em um curso superior, de superar as dificuldades e limitações que esteja enfrentando na conclusão de seu curso contribuindo para agir mais e esperar menos e com isso avançar e se formar.

Esse tema pode suscitar novas pesquisas e novas abordagens, trazendo à luz novos pontos que possam contribuir para maior efetividade da comunicação entre IES e alunos.

## Referências

- CAMPOS, Patrícia Klinkerfus de. **A evasão do ensino superior na modalidade EAD: um estudo sobre as motivações e problemas decorrentes do processo**. Revista E-Locução / Revista Científica da FAEX; ed. 22; vol.11, ISSN-2238-1899. Disponível em: <<https://periodicos.faex.edu.br/index.php/e-Locucacao/article/view/498/325>>. Acesso em 4 de janeiro de 2025.
- DYNAMICA CONSULTORIA, 2023. **Escuta ativa e empatia: aliadas da comunicação eficaz**. Disponível em:<<https://dynamicaconsultoria.com.br/escuta-ativa-e-empatia-aliadas-da-comunicacao-eficaz/>>. Acesso em 2 de janeiro de 2025.
- GERHARDT, Tatiana Engel. SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Livro digital, 1ª edição (2009). Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/52806>>. Acesso em 28 de dezembro de 2024.
- GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1995.
- HAYASHI, Carmino. **Tecnologias digitais na Educação à Distância: fases, modelos, plataformas e ferramentas**. Universidade Federal de Alfenas. Research, Society and Development, v.9, nº. 10, 2020. ISSN 2525-3409. Disponível em:<<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/9295/8233>>. Acesso em 27 de dezembro de 2024.
- MARTINS, Letícia; RIBEIRO, José Luis Duarte. **Engajamento do estudante no ensino superior como indicador de avaliação**. Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior, Campinas, SP, v. 22, n. 1, p. 223-247, 2017.
- MONTEIRO, Eliezer Nicolau Rodrigues. **Qualidade no atendimento ao cliente: um estudo de caso da Paracatu Auto Peças Ltda – Paracatu/MG**. 2011. Monografia (Bacharelado em Administração). Faculdade Tecsona - FATEC, Paracatu- Minas Gerais, 2011.
- PERRECHI, Mirtes Cristina Telles. MENDONÇA, Sandra Maria Holanda. **Importância do programa de empatia para desenvolver soft skills em estudantes de graduação**. Atas de Ciências da Saúde – AciS (2022), ISSN 2448-3753. Disponível em:<<https://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/ACIS/issue/view/187/54>>. Acesso em 18 de dezembro de 2024.
- SITE STELLACOM (2024). **Pesquisa aponta impacto dos problemas de comunicação na produtividade das empresas**. Disponível em: <<https://www.stellacom.com.br/blog/pesquisa-aponta-impacto-dos-problemas-de-comunicacao-na-productividade-das-empresas/>>. Acesso em janeiro de 2025.
- ZENDESK, 2024. **O que é atendimento humanizado: vale a pena abraçar esta estratégia?** Disponível em:<<https://www.zendesk.com.br/blog/atendimento-humanizado/>>. Acesso em 4 de janeiro de 2025.