



Número de alunos de curso à distância cresce 62%

Arquivado em [Cursos Online](#), [Educação a Distância](#), [Legislação ead](#), [Notícias](#), [mec](#)

[0 Comentários](#)



“Os 2,4 milhões de matriculados, em 2006, passaram para 6,4 milhões, em 2009, segundo Inep”

Com a internet as distâncias diminuíram. E, na mesma proporção que as informações passaram a circular com grande velocidade, o tempo passou a ser um dos bens mais escassos para o homem. Neste contexto, o aprendizado e o aperfeiçoamento profissional passaram a ter prioridade, ampliando o mercado para a educação à distância — cuja lembrança mais antiga para os brasileiros são os cursos do Instituto

Universal, feito pelo correio, criados em 1930. Hoje essa modalidade se aplica tanto na formação acadêmica, com cursos formais sequenciados desde a educação básica até a graduação e pós-graduação, licenciados pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), quanto a cursos de treinamento e aperfeiçoamento profissional, nos chamados cursos livres.

Para se ter uma ideia deste mercado, em 2009 eram 6,4 milhões de alunos matriculados em cursos livres online e sequenciados no Brasil. Eram 2,4 milhões em 2006 — avanço de 62,5%. O número de instituições de ensino passou de 25, com a oferta de 46 cursos, em 2002, para 115, com a oferta de 647 cursos, em 2008, conforme os últimos dados do Instituto Nacional de Ensino e Pesquisa (Inep) sobre o assunto.

Segundo o ex-ministro da Educação, Carlos Alberto Chiarelli, atual presidente da Associação da Cadeia Produtiva de Educação à Distância, os últimos dados apontam para a movimentação de algo próximo a R\$ 3 bilhões por ano.

O ex-ministro lembra que apenas nos cursos superiores à distância há no Brasil atualmente 690 mil alunos. “Mas este número está estável há um bom tempo”, ressalta. “O crescimento deste mercado está diretamente associado com o avanço da tecnologia”, comenta Chiarelli. Ele ressalta que é esse avanço tecnológico, por exemplo, associado a questão do tempo, que torna cada vez mais interessantes para as empresas atuarem com tutoriais (cursos) de ensino à distância para o treinamento de pessoal.

A empresa curitibana Digital SK, que desenvolve soluções completas, abertas e integradas de e-learning para projetos de educação corporativa e acadêmica, retrata bem esse mercado corporativo. Entre os clientes do grupo está a Electrolux. “Eles estão com um novo produto e querem uniformizar o discurso dos seus vendedores para vender este produto no mercado. Por isso, montamos um curso de treinamento voltado para a empresa”, conta José Eduardo Matte, diretor de negócios da empresa.

Ele revela que este tipo de solução em forma de vídeo-aulas, chamadas de pílulas, tem 20 minutos e custam entre R\$ 1.700 a R\$ 6.800. A diferença de preços, segundo Matte, está associada ao número de recursos de mídia necessários para tornar a aula mais interessante.

A Digital SK, apenas no primeiro semestre de ano, registrou elevação de 70% no volume de vendas no primeiro semestre deste ano, além de 120% de aumento de projetos para clientes recorrentes. O motivo foi o aquecimento do mercado pela demanda reprimida no ano passado, em função da crise econômica, além de investimentos e esforços diretos da empresa.

Fonte: Jornal BemParaná