

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

FÁBIO REIS DA COSTA

OS EFEITOS DA EXPERIÊNCIA DE FLUXO NA PERCEPÇÃO DA IMAGEM DAS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DA
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

VITÓRIA

2021

FÁBIO REIS DA COSTA

OS EFEITOS DA EXPERIÊNCIA DE FLUXO NA PERCEPÇÃO DA IMAGEM DAS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DA
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Administração

Orientador: Prof. Dr. Anderson Soncini Pelissari

VITÓRIA
2021

Ficha catalográfica disponibilizada pelo Sistema Integrado de Bibliotecas - SÍBI/UFES e elaborada pelo autor

C837e Costa, Fábio Reis da, 1975-
Os efeitos da experiência de fluxo na percepção da imagem das instituições de ensino superior sob a perspectiva dos alunos da educação a distância / Fábio Reis da Costa. - 2021.
157 f. : il.

Orientador: Anderson Soncini Pelissari.
Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas.

1. Imagem Institucional. 2. Experiência de Fluxo. 3. Instituição de Ensino Superior. 4. Educação a Distância. 5. Lealdade. 6. Modelagem de Equações Estruturais. I. Pelissari, Anderson Soncini. II. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas. III. Título.

CDU: 65

FÁBIO REIS DA COSTA

**OS EFEITOS DA EXPERIÊNCIA DE FLUXO NA PERCEPÇÃO DA IMAGEM DAS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DA
EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (Doutorado) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Administração.

Aprovado em 08 de outubro de 2021.

Banca Examinadora:

Professor Dr. Anderson Soncini Pelissari
Orientador – PPGAdm/UFES

Professora Dra. Lucilaine Maria Pascuci
Membro interno – PPGAdm/UFES

Professor Dr. Marcos Paulo Valadares de Oliveira
Membro interno – PPGAdm/UFES

Professora Dra. Rosângela Maria Vanalle
Membro externo – UNINOVE

Professor Dr. Ernesto Frederico Hartmann
Membro externo – UFES



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
ANDERSON SONCINI PELISSARI - SIAPE 2564712
Departamento de Administração - DAd/CCJE
Em 08/10/2021 às 17:10

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.leplisma.ufes.br/arquivos-assinados/284823?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
LUCILAINE MARIA PASCUCI - SIAPE 1996749
Departamento de Administração - DAd/CCJE
Em 08/10/2021 às 19:18

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/284919?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
MARCOS PAULO VALADARES DE OLIVEIRA - MATRÍCULA 1453853
Membro - Colegiado do Programa de Pós-graduação em Administração
Em 10/10/2021 às 12:04

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/285199?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por ERNESTO FREDERICO HARTMANN SOBRINHO - SIAPE 1222744 Departamento de Teoria da Arte e Música - DTAM/CAr Em 11/10/2021 às 11:55

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/285382?tipoArquivo=O>

Dedico esse trabalho a Deus, em primeiro lugar. À minha mãe (*in memoriam*). Aos meus amados irmãos. À minha família do céu e todos os meus ancestrais. Por fim, dedico à Tia Nenzinha e à D. Madalena, que muito antes de mim, já sabiam que eu chegaria até aqui.

AGRADECIMENTOS

É importante reconhecer aqueles que tornaram possível o resultado da pesquisa aqui apresentada. Desejo que seus gestos retornem em dobro às suas vidas.

Ao meu orientador, Professor Dr. Anderson Soncini Pelissari, por ter sugerido caminhos a serem seguidos, levantado questionamentos, além do apoio dispensados durante toda a fase de elaboração do trabalho;

Aos professores do Programa de Pós-graduação em Administração da UFES que tive contato durante o curso. Obrigado por permitirem que esse estudo se concretizasse, fornecendo as ferramentas necessárias por meio das aulas ministradas no doutorado;

Aos membros da banca, por terem aceito o convite para participar desse momento único em minha vida, e colaborarem com suas contribuições e apontamentos para a melhoria da minha pesquisa e meu crescimento profissional.

Aos professores Dr. Emerson Wagner Mainardes, Dra. Inayara Valéria Defreitas Pedroso Gonzalez, Dr. Marcelo Moll Brandão e Dr. Marcos Paulo Valadares de Oliveira, que sugeriram novos caminhos e recomendações, juntamente com o meu orientador Professor Dr. Anderson Soncini Pelissari, na fase de qualificação do trabalho;

Aos funcionários da secretaria do Programa de Doutorado em Administração da UFES, por toda a solicitude e presteza. Em todos os momentos vocês atenderam às minhas demandas e dúvidas relacionadas à vida acadêmica;

Aos demais colegas de curso. Sem vocês a caminhada seria mais árdua, com certeza! Obrigado pelos momentos de descontração, colaboração e companheirismo;

Por fim, reconheço e agradeço todos os sacrifícios e embates enfrentados e vencidos pelos meus ancestrais. Nós, como um único corpo místico que somos, chegamos até aqui.

“Alguns sonhos vivem para sempre no tempo. Aqueles sonhos que você deseja com todo o seu coração.

E eu farei o que for preciso para seguir adiante com a promessa que eu fiz. Colocar tudo em dia e o que sempre esperei, finalmente será meu.

Se eu puder alcançar, mais alto, apenas por um instante tocar o céu. A partir deste momento único em minha vida, eu serei mais forte, saberei que fiz o melhor que pude, que coloquei meu espírito à prova!”

Gloria Estefan (Reach)

RESUMO

Os avanços no âmbito da tecnologia impulsionaram a criação de cursos de educação a distância (EaD) entre as Instituições de Ensino Superior (IES), transformando o setor educacional. Diante do aumento da competitividade, as IES procuram adotar estratégias que estabeleçam uma imagem positiva na mente de seu público e contribuam para a lealdade de seus alunos. Neste sentido, a experiência de fluxo (EF) é um importante conceito a ser explorado, pois estudos abordam que tal experiência pode alterar a percepção da imagem do objeto observado. Poucas pesquisas exploraram o relacionamento entre a imagem das IES, a EF e a lealdade dos alunos, na esfera do ambiente on-line. Dessa forma, visando trazer os conhecimentos da EF à discussão sobre imagem das IES e explorar seus efeitos no campo da EaD, o objetivo principal desta tese foi propor e testar um modelo que identifique os efeitos da EF sobre a percepção da imagem das IES, e os efeitos desta imagem na lealdade dos alunos da EaD. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de natureza quantitativa, com a utilização de Modelagem de Equações Estruturais, por meio do *software SmartPLS 3.0*®. A amostra do estudo foi composta por 357 respondentes, todos alunos matriculados em cursos de graduação de EaD das IES públicas e privadas brasileiras. No modelo final de pesquisa, elaborado e testado, a EF foi vista como uma construção complexa, multidimensional, sendo refletida em nove dimensões. A lealdade foi abordada de forma contigencial, incorporando medidas de comportamento e atitude relacionadas à lealdade. Por sua vez, a imagem das IES foi mensurada considerando a visão global do construto. Os resultados sinalizam haver uma influência positiva e significativa da EF sobre a imagem das IES. Da mesma forma, os resultados sugerem haver um impacto positivo e significativo da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos de EaD. O estudo contribui para um refinamento a respeito tanto da compreensão da imagem das IES, quanto da EF, ambos dentro do contexto da EaD. Além disso, embasado na teoria, o estudo fornece um modelo de mensuração que possibilita identificar a importância relativa de cada um dos construtos em análise, aprofundando os conhecimentos a respeito da relação entre eles. As evidências do estudo contribuem no avanço do estabelecimento de estratégias que possam potencializar os efeitos positivos da imagem e da eEF, para as IES, bem como na ampliação do uso do marketing na esfera educacional.

Palavras-chave: Imagem institucional. Experiência de Fluxo. Instituição de Ensino Superior. Educação a Distância. Lealdade.

ABSTRACT

Advances in the technology boosted the creation of distance education courses (DE) among Higher Education Institutions (HEIs), transforming the educational sector. In face of the increased competitiveness, HEIs seek to adopt strategies that establish a positive image in the minds of their audience and contribute to the loyalty of their students. In this sense, the flow experience is an important concept to be explored, because studies approach that the experience can change the image perception of the observed object. Few studies have explored the relationship between HEI image, flow experience and student loyalty in the online environment. Thus, to bring the knowledge of the flow experience to the discussion on the image of HEIs and exploring its effects in the field of DE, the main objective of this thesis was to propose and testing a model that indicates the effects of the flow experience on the perception of the HEI image, and the HEI image in he loyalty of DE students. For this purpose, a quantitative research was carried out using structural equation modeling, using SmartPLS 3.0® software. The valid sample of 357 respondents was composed of students enrolled in distance education undergraduate courses at public and private Brazilian HEIs. In the final research model, elaborated and tested, flow experience was seen as a complex, multidimensional construction, reflected in nine dimensions. Loyalty was approached from a contingency point of view, incorporating behavioral and attitudinal measures related to loyalty. In turn, the image of the HEIs was measured considering the overall view of the construct. The results indicate that there is a positive and significant influence of the flow experience on the image of HEIs. Likewise, the results suggest that there is a positive and significant impact of the image of HEIs on the loyalty of EaD students. The study contributes to a refinement of both the understanding of the image of HEIs and the flow of experience, both in the context of distance education. In addition, based on theory, the study provides a measurement model that allows the identification of the relative importance of each of the constructs under analysis, deepening the knowledge about the relationship between them. The evidence from the study contributes to the advance in the establishment of strategies that can enhance the positive effects of the image for HEIs, as well as in the expansion of the use of marketing in the educational sphere.

Keywords: Institutional image. Flow experience. Higher education institution. Distance Education. Loyalty. Structural Equation Modeling.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo de Pesquisa	95
Figura 2 – Tamanho Mínimo da Amostra Segundo o G*Power	98
Figura 3 – Modelo Final da Pesquisa	120

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Palavras-chave por Eixo de Pesquisa Sobre a Imagem das IES.....	37
Quadro 2 - Critérios de Qualidade Sobre a Imagem das IES.....	40
Quadro 3 - Periódicos dos Artigos Componentes do Portfólio Sobre a Imagem das IES...	41
Quadro 4 - Resumo das dimensões da experiência de fluxo.....	52
Quadro 5 - Formas de mensuração da Experiência de Fluxo.....	55
Quadro 6 - Palavras-chave por Eixo de Pesquisa Sobre a Experiência de Fluxo na EaD...	56
Quadro 7 - Periódicos dos Artigos Componentes do Portfólio Sobre a Experiência de Fluxo na EaD.....	60
Quadro 8 - Palavras-chave por Eixo de Pesquisa Sobre a Lealdade dos Alunos na EaD...	77
Quadro 9 - Periódicos dos Artigos Componentes do Portfólio Sobre a Lealdade no Contexto da EaD.....	80
Quadro 10- Indicadores das nove dimensões da experiência de fluxo.....	101
Quadro 11- Indicadores da imagem das IES.....	102
Quadro 12- Indicadores da lealdade dos alunos.....	102
Quadro 13- Critérios adotados na análise do modelo de mensuração reflexivo.....	106
Quadro 14- Critérios adotados na análise do modelo de mensuração formativo.....	107
Quadro 15- Critérios adotados na análise do modelo estrutural.....	108

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Síntese do Banco de Artigos Sobre a Imagem nas IES.....	38
Tabela 2 - Número de Artigos por Ano de Publicação Sobre a Imagem nas IES.....	38
Tabela 3 - Síntese das Áreas Temáticas dos Periódicos Sobre a Imagem nas IES.....	38
Tabela 4 - Comparativo de Publicações Usando Regressão e Modelagens de Equações Estruturais.....	39
Tabela 5 - Denominações mais Frequentes das Variáveis Latentes Captadas por Meio da Análise Fatorial.....	39
Tabela 6 - Artigos Mais Relevantes do Portfólio Sobre a Imagem das IES.....	42
Tabela 7 - Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Imagem nas IES.....	42
Tabela 8 - Informações das Referências dos Artigos do Portfólio Sobre a Imagem nas IES.....	44
Tabela 9 - Síntese do Banco de Artigos Sobre a Experiência de Fluxo na EaD.....	57
Tabela 10 -Número de Artigos por Ano de Publicação Sobre a Experiência de Fluxo na EaD.....	58
Tabela 11 -Síntese dos Modelos dos Estudos do Banco de Artigo Bruto.....	59
Tabela 12 -Artigos Mais Relevantes do Portfólio Sobre Experiência de Fluxo na EaD.....	61
Tabela 13 -Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Experiência de Fluxo na EaD.....	64
Tabela 14 -Informações das Referências dos Artigos do Portfólio Sobre Experiência de Fluxo na EaD.....	65
Tabela 15 -Síntese do Banco de Artigos Sobre Lealdade no contexto da EaD.....	78
Tabela 16 -Número de Artigos por Ano de Publicação Sobre a Lealdade no Contexto da EaD.....	78
Tabela 17 -Mais Relevantes Artigos do Portfólio Sobre Lealdade no Contexto da EaD.....	81
Tabela 18 -Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Lealdade no Contexto da EaD.....	83
Tabela 19 -Testes Sobre a Distribuição Normal dos Dados.....	104
Tabela 20 -Análise Descritiva da Amostra do Estudo.....	110
Tabela 21 Análise descritiva das variáveis do modelo	111
Tabela 22 -Análise Final da Validade Discriminante e Confiabilidade do Construto.....	114
Tabela 23 -Análise Final da Validade Convergente.....	114

Tabela 24 - Análise da Validade Convergente da EF.....	115
Tabela 25 - Análise da Significância e Relevância dos Indicadores da Imagem das IES.....	116
Tabela 26 - Análise da Significância dos Indicadores da Imagem das IES.....	117
Tabela 27 - Avaliação do Modelo Estrutural.....	118

LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

AC	Perda da autoconsciência
AVE	Variância Média Extraída
CN	Concentração
DT	Distorção do tempo
EA	Experiência autotélica (prazer)
EaD	Educação a Distância
EF	Experiência de Fluxo
EQ	Equilíbrio entre desafio e habilidade
FD	<i>Feedback</i> imediato
FS	Fusão entre ação e consciência
HTMT	Heterotrait-monotrait (critério que mede a similaridade entre as variáveis latentes de um modelo)
IES	Instituição de Ensino Superior
LEA	Lealdade
OB	Objetivos claros
PLS	Mínimos Quadrados Parciais (<i>Partial Least Squares</i>)
SC	Senso de controle
SEM	Modelagem de equações estruturais (<i>Structural Equation Modeling</i>)
TOL	Tolerância para o indicador (<i>tolerance for indicator</i>)
VIF	Fator de inflação da variância

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	21
1.1.	CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	22
1.2.	PROBLEMA DE PESQUISA	24
1.3.	OBJETIVOS	25
1.3.1.	Objetivo Geral	25
1.3.2.	Objetivos Específicos	25
1.4.	RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO DA PESQUISA	25
1.5.	LIMITES E ALCANCE DA PESQUISA	28
1.6.	ESTRUTURA DA PESQUISA	30
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	32
2.1.	O PROCESSO DE PERCEPÇÃO DA IMAGEM E SUA APLICAÇÃO NAS IES	32
2.1.1.	Revisão Sistemática Sobre Imagem das IES	35
2.1.1.1	<i>Formulação da pergunta</i>	36
2.1.1.2	<i>Busca dos artigos</i>	36
2.1.1.3	<i>Seleção e avaliação dos estudos</i>	37
2.1.1.4	<i>Análise e síntese dos artigos</i>	41
2.1.1.5	<i>O que foi estudado sobre imagem das IES nos últimos 20 anos?</i>	46
2.1.1.6	<i>Discussão dos resultados</i>	47
2.1.1.7	<i>Conclusão da revisão sistemática sobre a imagem das IES</i>	50
2.2.	A EXPERIÊNCIA DE FLUXO E SUA APLICAÇÃO NO CONTEXTO DA EAD	51
2.2.1.	Revisão Sistemática Sobre Experiência de Fluxo	56
2.2.1.1	<i>Formulação da pergunta</i>	56
2.2.1.2	<i>Busca de Artigos</i>	56
2.2.1.3	<i>Seleção e avaliação dos estudos</i>	57
2.2.1.4	<i>Análise e síntese dos artigos</i>	60
2.2.1.5	<i>O que foi estudado sobre experiência de fluxo na esfera da EaD, nos últimos 30 anos?</i>	65
2.2.1.6	<i>Discussão dos resultados</i>	67
2.2.1.7	<i>Conclusão da revisão sistemática sobre a experiência de fluxo na EaD</i>	70
2.3.	A LEALDADE DOS ALUNOS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO E SUA APLICAÇÃO NO CONTEXTO DA EAD	71

2.3.1. Revisão Sistemática Sobre Lealdade	76
2.3.1.1 <i>Formulação da pergunta</i>	76
2.3.1.2 <i>Busca de Artigos</i>	77
2.3.1.3 <i>Seleção e avaliação dos estudos</i>	77
2.3.1.4 <i>Análise e síntese dos artigos</i>	80
2.3.1.5 <i>O que foi estudado sobre a lealdade no contexto da EaD nos últimos 30 anos?.....</i>	83
2.3.1.6 <i>Discussão dos resultados</i>	85
2.3.1.7 <i>Conclusão da revisão sistemática sobre a lealdade dos alunos de EaD</i>	89
2.4. HIPÓTESES E MODELO DE PESQUISA	90
2.4.1. Os efeitos da Experiência de Fluxo sobre a Imagem das IES	90
2.4.2. Os efeitos da Imagem das IES sobre a Lealdade dos Alunos de EaD	93
2.4.3. O Modelo de Pesquisa	95
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	96
3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	96
3.2. CARACTERIZAÇÃO DA UNIDADE DE PESQUISA	97
3.3. TAMANHO DA AMOSTRA	97
3.4. INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	99
3.4.1. Operacionalização dos Construtos	100
3.5. TRATAMENTO DOS DADOS	102
3.6. PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS	105
3.7. CRITÉRIOS PARA ANÁLISE DOS DADOS	105
3.7.1. Modelo de Mensuração Reflexivo	106
3.7.2. Modelo de Mensuração Formativo	107
3.7.3. Modelo Estrutural	107
3.8. PRÉ-TESTE	108
3.9. COLETA DE DADOS	109
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	110
4.1. ANÁLISE DESCRITIVA	110
4.2. ANÁLISE DO MODELO DE MENSURAÇÃO REFLEXIVO	112
4.2.1. Análise da Variável de Segunda Ordem	115
4.3. ANÁLISE DO MODELO DE MENSURAÇÃO FORMATIVO	116
4.4. ANÁLISE DO MODELO ESTRUTURAL.....	117

5.	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	121
6.	CONCLUSÃO	126
6.1.	CONTRIBUIÇÕES	129
6.2.	IMPLICAÇÕES PRÁTICAS	131
6.3.	LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES DE INVESTIGAÇÕES FUTURAS	133
	REFERÊNCIAS.....	135
	APÊNDICES	152

1. INTRODUÇÃO

O setor educacional superior apresentou significativas transformações em todo o mundo, segundo a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OECD (2016). Este setor se tornou um dos mais importantes para o desenvolvimento da sociedade (ALCAIDE-PULIDO; ALVES; GUTIÉRREZ-VILLAR, 2017).

Uma das transformações no campo educacional ocorreu em função dos avanços no âmbito da tecnologia que impulsionaram a criação de cursos a distância ofertados por meio da internet (KAUFFMAN, 2015). Como consequência, foram oferecidos mais serviços, contribuindo para a atração de novos usuários (PANTHONG, 2016).

Yener (2013) já havia destacado o desenvolvimento de uma nova realidade universitária em que a educação a distância (EaD) se inseria como parte fundamental. Nesse cenário, acrescentam Martínez-Caro, Cegarra-Navarro e Cepeda-Carrión (2014), as novas tecnologias permitem expandir e inovar o ensino ofertado pelas Instituições de Ensino Superior (IES).

No Brasil, esse movimento é confirmado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP (2018). Entre os anos de 2007 e 2017, em relação ao total de alunos nas IES, o INEP (2018) aponta um aumento de 15,4% para 33,3% da participação dos alunos de EaD, no setor educacional. Além disso, o mesmo instituto indica, no mesmo período, acréscimo de 226% do número de ingressantes nos cursos de EaD, quantidade bem superior aos 19% de aumento obtidos pelos cursos presenciais.

O crescimento observado não apresenta sinais de arrefecimento. Wu (2016) estabelece que há indícios de que as matrículas nos cursos superiores de EaD se acentuem no futuro. Barclay, Donalds e Osei-Bryson (2018) sustentam que as IES estão investindo de forma significativa nessa modalidade de ensino ao longo das duas últimas décadas. Tal observação é reforçada por Eom e Ashill (2018), ao destacarem que a EaD se encontra em sua era de ouro atualmente.

Entretanto, apesar do crescimento, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) destacam a dificuldade de tornar leal um aluno no ambiente da EaD. Parte da dificuldade surge em função de alguns aspectos negativos presentes nesta modalidade de ensino, como o senso de

isolamento, atrasos nos *feedbacks* e problemas de adequação do conteúdo ao formato do curso, já haviam destacado Skordis-Worrall *et al* (2015).

À vista disso, defendem Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) a necessidade de se adotar estratégias potenciais que contribuam para lealdade desses alunos. Tais estratégias, explanam Daud, Amin e Karim (2020), envolvem a elaboração de atividades que resultem na projeção de uma imagem favorável, na ótica de seus alunos, pois isso resultará no aumento da lealdade dos discentes. Portanto, concluem os mesmos autores, uma imagem favorável representa uma vantagem competitiva para as IES que adotam programas de EaD.

Alwi e Kitchen (2014) corroboram com a importância da imagem, enfatizando que a imagem sólida de uma IES despertará o interesse e atrairá alunos mais capacitados, obtendo melhores classificações nos *rankings* de avaliação. Dessa forma, abordam Mondini *et al* (2014), a imagem das IES é um elemento-chave na gestão de cursos a distância.

1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Diante do aumento da competitividade, seja na busca por novos estudantes, ou por recursos financeiros e humanos, as IES procuram elaborar uma imagem positiva na mente de seus diversos públicos (DRYDAKIS, 2015). Essa imagem, complementa o autor, influencia respostas comportamentais e afetivas no contato com a instituição.

O debate sobre imagem foi introduzido no campo das IES por Alexander (1971) ao apresentar um método de mensuração da imagem. A partir daí, nos últimos dez anos, podem ser citadas como pesquisas sobre imagem das IES, Duarte, Alves e Raposo (2010), Azoury, Daou e Khoury (2014), Aghaz, Hashemi e Sharifi Atashgah (2015), Doña-Toledo, Luque-Martínez e Del Barrio-García (2017) e Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018), entre outros.

Como resultado das pesquisas, Duarte, Alves e Raposo (2010) verificaram que a imagem tem relevância na determinação da lealdade dos alunos. Azoury, Daou e Khoury (2014) identificaram que os estudantes são um importante ativo para as IES, pois estes divulgam a imagem das IES para outros setores da sociedade. Aghaz, Hashemi e Sharifi Atashgah (2015) sinalizaram a necessidade de as IES identificarem os elementos que colaboram positivamente na percepção da imagem da instituição em que os discentes se encontram matriculados.

Por sua vez, Doña-Toledo, Luque-Martínez e Del Barrio-García (2017) observaram que a imagem das IES é criada de forma espontânea, com base nos estímulos sociais e físicos acumulados. Tais estímulos, seguem os autores, são reunidos pelos indivíduos, originando um corpus de crenças, conhecimentos e estereótipos acerca da instituição. Finalmente, Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018) concluíram haver a necessidade da identificação de outros possíveis elementos que possam influenciar a percepção da imagem das IES.

A respeito da imagem, Dowling (1986) sugere ser possível grupos variados apresentarem múltiplas imagens sobre um mesmo objeto, pois tudo depende de como ocorre a intensidade da experiência em cada interação com a organização. Dessa forma, Wilkins e Huisman (2013) abordam que é possível que se formem imagens contraditórias de uma mesma organização, pois diferentes aspectos são considerados como preponderantes nessa percepção.

Especificamente a respeito das IES, Kauffman (2015) afirma que há uma disparidade na forma como os discentes dos cursos presenciais e a distância percebem a instituição em que frequentam, pois as interações dos alunos com as IES são diferenciadas. Na EaD, constatam Arkorful e Abaidoo (2015), há a flexibilidade em termos de localização e tempo.

Isso torna a experiência com a IES mais conveniente, permitindo que os alunos realizem suas atividades de aprendizagem quando e onde desejarem (YOO; HUANG; LEE, 2012), além de tornar mais evidente o aspecto assíncrono da EaD, em relação ao ensino presencial (ZHANG *et al*, 2004). Na EaD, argumentam Pellas e Kazanidis (2015), as atividades são disponibilizadas por meio de ambientes virtuais de aprendizagem. Em tais ambientes, são combinadas estratégias síncronas e assíncronas, como áudios, vídeos e outras atividades on-line, por exemplo, para o desenvolvimento dos alunos (GRAY; DILORETO, 2016).

Sobre o ambiente on-line, Esteban-Millat *et al* (2014) indagam que são utilizados diversos conceitos no intuito de se entender a forma como os indivíduos se comportam no ambiente virtual. Segundo os mesmos autores, os ambientes de aprendizagem despertam a atenção na EaD, tendo em vista que este é o principal canal de ligação entre os alunos e a instituição.

Nesse sentido, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b) indicam ser a experiência de fluxo um importante conceito a ser explorado para o entendimento do comportamento dos indivíduos durante a aprendizagem. De fato, entre outros, Liao (2006), Guo *et al* (2016) e

Drengner, Jahn e Furchheim (2018) indicaram que a experiência de fluxo pode ser vivenciada pelos alunos na execução de atividades no ambiente virtual de aprendizagem.

A teoria do fluxo foi proposta por Csikszentmihalyi em 1975. Fluxo é um estado psicológico onde há um intenso envolvimento por parte dos indivíduos na execução de uma atividade, de modo que nada importa, além da tarefa em andamento (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a). Atingir o estado de fluxo, por sua vez, é o que se denomina como sendo experiência de fluxo (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a). Quando em tal experiência, um senso de autocontrole sobre a situação é demonstrado pelo indivíduo, bem como um aumento da concentração, provocando uma perda da autoconsciência e da noção do tempo, e a atividade passa a ser percebida como altamente compensadora (SHIN, 2006).

Tal experiência pode ser adotada para manipular a percepção da imagem de um objeto, revelam Drengner, Gaus e Jahn (2008), ao pesquisarem sobre marketing de eventos. Para os autores, quanto mais positiva for essa experiência, melhor será a avaliação da imagem do que está sendo experienciado.

Os discentes da EaD também podem vivenciar a experiência de fluxo (LIAO, 2006). Sobre as IES, Guo *et al* (2016) argumentam que, em um ambiente on-line, a experiência de fluxo impacta a percepção do indivíduo, sendo necessário às IES o empenho na promoção de ambientes de aprendizagem mais envolventes do ponto de vista dos alunos.

Diante da discussão apresentada, e buscando identificar, no âmbito da EaD, a relação entre experiência de fluxo e imagem institucional, e desta sobre a lealdade dos discentes, o presente trabalho objetiva defender a tese de que a experiência de fluxo impacta a percepção da imagem das IES, e que, por sua vez, a imagem das IES impacta a lealdade dos alunos de EaD. Com base no que já foi anteriormente exposto, é esperado um impacto positivo da experiência de fluxo sobre a imagem das IES, assim como um efeito positivo da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos na esfera da EaD.

1.2. PROBLEMA DE PESQUISA

Partindo dos estudos sobre imagem, que apontam ser necessário identificar novos elementos que influenciem o construto. Considerando os estudos sobre EaD, que enfatizam haver uma

diferenciação nas interações dos alunos do ensino presencial e de EaD, uma vez que a maior parte das interações dos alunos desta modalidade com as IES, ocorre no ambiente virtual. Somado aos estudos sobre a experiência de fluxo, que identificaram sua ocorrência no ambiente on-line, e indicaram que esta pode alterar a percepção da imagem relacionada a um objeto, surge a seguinte inquietação:

De que forma a experiência de fluxo impacta na percepção da imagem das IES, e esta impacta na lealdade dos alunos da EaD?

1.3. OBJETIVOS

Para responder o problema norteador da pesquisa, tomou-se por base que não foram encontrados modelos teóricos integrando os contrutos imagem das IES, experiência de fluxo e lealdade dos alunos, na esfera da EaD (ver itens 2.1.1.7, 2.1.1.7 e 2.1.1.7 da tese). Dessa forma, visando trazer os conhecimentos da experiência de fluxo à discussão sobre imagem das IES e explorar seus efeitos no campo da EaD, foi estabelecido o objetivo geral, como segue:

1.3.1. Objetivo Geral

Propor e testar um modelo que identifique os efeitos da experiência de fluxo sobre a percepção da imagem das IES, e os efeitos desta imagem na lealdade dos alunos da EaD.

1.3.2. Objetivos Específicos

Para o alcance do objetivo geral, foram definidos os objetivos específicos:

- a) Analisar os estudos sobre imagem das IES, experiência de fluxo e lealdade, reconhecendo tendências para pesquisas futuras;
- c) Identificar, com base na teoria, o relacionamento entre imagem institucional, experiência de fluxo e lealdade.

1.4. RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO DA PESQUISA

Organizações que desejam permanecer no mercado compreendem ser a imagem institucional uma importante aliada no enfrentamento das mudanças que ocorrem no ambiente em que

estão inseridas (PÉREZ; TORRES, 2017). Esta mudanças, na esfera das IES, abarcam alterações no campo legislativo, na sociedade e na arena tecnológica (PANIAGUA; GARCÍA, 2015).

Assim sendo, para as IES, a imagem revela a sua importância ao se perceber que a manutenção de uma imagem distinta e favorável possibilita o estabelecimento de vantagens competitivas aos olhos do seu público (WILKINS; HUISMAN, 2015). Dada tal importância, houve o crescimento dos estudos centrados no seu entendimento (AGHAZ; HASHEMI; SHARIFI ATASHGAH, 2015).

Considerando a fase atual de estudos sobre a imagem das IES, Guibault (2016) argumenta serem os alunos o seu principal foco, pois estes formam o mais importante público das IES. Sob essa perspectiva, a maioria dos estudos concentra-se na identificação de variáveis latentes associadas à imagem, como os de Arpan, Raney e Zivnuska (2003), Travesso Cortés e Román Onsalo (2007), Duarte, Alves e Raposo (2010), Alcaide-Pulido, Alves e Guiérrez-Villar (2017), Pérez e Torres (2017). Poucos consideram os efeitos da imagem das IES sobre outros construtos, como Palacio, Meneses e Pérez (2002), Sung e Yung (2008) e Masserini, Bini e Pratesi (2018). São raros os estudos cujo foco central seja a imagem das IES e que tratem dos efeitos de outros construtos sobre ela (AGHAZ; HASHEMI; SHARIFI ATASHGAH, 2015).

Os estudos sobre a imagem indicam que os alunos estão em busca de experiências que extrapolem a formação acadêmica, de modo que, explorar como essas experiências ocorrem no campo das sensações, pode ser relevante para as IES (LAFUENTE-RUIZ-SABANDO; ZORRILLA; FORCADA, 2018). Nesse sentido, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) já haviam identificado que as vivências na EaD podem ser influenciadas pela experiência de fluxo. Porém, as IES voltadas a tal modalidade de ensino ainda demandam saber quais são os efeitos dessa experiência no contexto virtual (RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2017).

Pesquisas envolvendo a experiência de fluxo e a EaD foram desenvolvidas, como por exemplo Ho e Kuo (2010), Joo, Joung e Kim (2014), Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a), Khan et al (2017) e Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019). Apesar disso, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019) sublinham a escassez de pesquisas na EaD utilizando os conhecimentos desse construto.

Por sua vez, a relação da experiência de fluxo com outros construtos foi explorada em pesquisas sobre EaD. Foi observada a relação da experiência do fluxo com o resultado de aprendizagem (HO; KUO, 2010), a facilidade de uso (KHAN et al, 2017) e a satisfação (GUO *et al*, 2016; JOO; JOUNG; KIM, 2014), por exemplo. Por outro lado, não foram encontradas pesquisas relacionando a experiência de fluxo com a imagem institucional, na esfera da EaD.

Mesmo considerando o estudo da experiência de fluxo no ambiente on-line como um todo, a relação entre experiência de fluxo e imagem institucional ainda não foi averiguada. Estudos sobre o comportamento do consumidor na internet já verificaram os efeitos da experiência de fluxo sobre a continuidade de uso de sites (CHANG, 2013), comportamento de compras (HSU et al, 2017) e satisfação (LEE; HA; JOHNSON, 2019), por exemplo.

Apesar das contribuições dos estudos realizados até aqui sobre imagem das IES (PÉREZ; TORRES, 2017), ainda existem lacunas a serem preenchidas. Há necessidade de se identificar elementos que impactem na imagem das IES no ambiente virtual, sendo oportuno tratar do assunto (LAFUENTE-RUIZ-SABANDO; ZORRILLA; FORCADA, 2018).

Sobre a EaD, há uma lacuna a respeito dos conhecimentos sobre o assunto no Brasil, sendo a maioria dos estudos da área de natureza descritiva (RENDA DOS SANTOS; OKAZAKI, 2016). Soma-se a isso, a consideração de Drengner, Jahn e Furchheim (2018) de que as pesquisas estão em estágio inicial quanto às descobertas dos efeitos da experiência de fluxo no contexto dos serviços. Os autores indicam a necessidade de mais investigações a respeito.

O contexto dos serviços no ambiente on-line é potencialmente menos favorável à lealdade, pois não envolvem interações físicas, destacam Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016). Para os autores, torna-se mais complexa a manutenção dos alunos em tal ambiente. À vista disso, a lealdade dos alunos no ambiente EaD ainda é um problema a ser resolvido (RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2016a). Por fim, ainda sobre a lealdade, o construto não foi abordado considerando os seus diversos aspectos nas pesquisas sobre as IES (BORRAZ-MORA; HERNANDEZ-ORTEGA; MELGUIZO-GARDE, 2020).

Isto posto, o presente estudo colabora no preenchimento das lacunas supracitadas por meio da identificação dos impactos da experiência de fluxo sobre a percepção da imagem das IES, e os efeitos da imagem sobre a lealdade dos alunos de EaD. Isso permite transpor a discussão

sobre os elementos que compõem a imagem das IES, elementos cognitivos e afetivos, como abordado por Pérez e Torres (2017), por exemplo, e avançar no debate que envolve o entendimento dos construtos que se relacionam a ela.

A pesquisa enriquece o arcabouço teórico sobre as experiências no contexto da EaD, ao analisar a imagem institucional, experiência de fluxo e lealdade, sob a ótica dos alunos dessa modalidade. Além disso, embasado na teoria, o estudo fornece um modelo de mensuração que possibilita identificar a importância relativa de cada um dos construtos em análise, na esfera da EaD, aprofundando os conhecimentos a respeito da relação entre eles.

Outro ponto a se destacar é que, embora estudos anteriores tenham dado como contribuição o entendimento da imagem das IES, tais investigações não analisaram a imagem no contexto da EaD. Em outras palavras, consideraram o processo de percepção da imagem em um ambiente onde as interações aluno-instituição e aluno-aluno ocorrem de forma diferente do contexto on-line. O presente estudo cobre esta lacuna.

Vale ressaltar que, ao se associar à imagem institucional os conceitos e entendimentos da experiência de fluxo e lealdade, se contribui para um refinamento a respeito tanto da compreensão da imagem das IES, quanto da experiência de fluxo. As contribuições da execução da tese investigada permitem avançar no estabelecimento de políticas e implementação de estratégias que possam potencializar os efeitos positivos da imagem das IES na esfera da EaD. Por consequência, permite ampliar os entendimentos dos elementos que contribuem para a lealdade dos alunos em tal modalidade.

Ademais, espera-se contribuir no desenvolvimento sobre a forma como os conhecimentos de marketing podem favorecer à esfera educacional, por meio da utilização de seus conceitos associados à realidade das IES. Por fim, a investigação evidencia de que forma é possível utilizar conceitos sobre a teoria do fluxo em favor das IES, com cursos de EaD, oferecendo subsídios para pesquisas futuras sobre o assunto.

1.5. LIMITES E ALCANCE DA PESQUISA

Sob o ponto de vista do marketing, Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) defendem que o termo “imagem” se refere a um construto que congrega aspectos psicológicos, sendo

subjetivo e envolvendo a percepção do indivíduo. Nesse ponto, é importante delimitar alguns aspectos relacionados ao estudo em questão.

É necessário fazer a distinção entre os diferenciados níveis de análise a respeito do construto imagem. Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) explanam que, apesar de não ser unânime a quantidade, os estudos apresentam como ponto em comum três níveis de imagem. Primeiro os autores apresentam a imagem do produto, que engloba a imagem a respeito de um produto. Segundo, seguem os autores, há a imagem institucional (ou corporativa), que abarca a estrutura mental formada pelo público que interage com as informações que emanam sobre ou da organização, em comparação com seus concorrentes. Finalizam os mesmos autores indicando a imagem da marca, que se associa às significações dadas a uma marca que pertence a uma instituição. Para a presente investigação foi adotada a compreensão da imagem destacada no segundo nível.

Sendo a imagem um fenômeno que envolve a percepção, ela pode ser observada de forma diferenciada pelos diversos públicos que interagem com o objeto, manifesta Dowling (1986). Segundo o autor, isso permite que grupos diferentes apresentem percepções diferentes da imagem de uma mesma instituição.

Seguindo esse ponto de vista já consolidado na literatura, somente uma das audiências das IES foi escolhida como unidade de observação, reduzindo as chances de se obter resultados inconclusivos. Com isso, os alunos das IES que cursam graduação a distância são as unidades de observação da investigação. Tal escolha se sustenta na observação de Guilbault (2016) que sublinha serem os alunos uma das mais significativas audiências para as IES.

Foram considerados alunos de IES públicas e privadas. A escolha se sustenta em Masserini, Bini e Pratesi (2018) que apontam ser o atendimento das expectativas dos alunos um parâmetro de excelência. Sendo assim, consideram os autores, dada a acirrada competição no setor educacional, essa é uma preocupação tanto das IES públicas quanto das privadas, em busca da obtenção da lealdade de seus alunos.

Por sua vez, a unidade de análise são as IES que ofertam cursos na modalidade a distância. Como EaD, entende-se nessa pesquisa o estabelecido no Decreto nº 9.057/2017, sendo a modalidade cujos processos de ensino-aprendizagem são mediados didática e

pedagogicamente por meios e tecnologias de comunicação e informação (BRASIL, 2017). Segue o mesmo Decreto complementando que, em tal modalidade, as atividades são desenvolvidas entre os seus atores em tempo e lugares diversos. Serão desconsiderados, portanto, os cursos de natureza semipresencial.

Com relação à experiência de fluxo, o conceito base utilizado foi o abordado por Csikszentmihalyi (2014a) que estabelece ser a experiência de fluxo aquela em que o indivíduo experimenta um estado psicológico positivo, com envolvimento intenso na tarefa em execução, de modo que nada à sua volta importa além do que está em execução. Sobre lealdade, a visão retratada por Doña-Toledo e Luque-Martínez (2020) foi adotada na pesquisa. Os autores abordam a lealdade do aluno como uma escolha consistente em que está envolvido um profundo compromisso com a instituição, tendo seus reflexos na inscrição da IES e recomendação de seus serviços a outros.

Por fim, é importante evidenciar que o conceito base para o entendimento da imagem institucional é o definido por Karaosmanoglu e Melewar (2006). A imagem é descrita pelos autores como significados reunidos que permitem o reconhecimento de um objeto e por meio do qual ele é assimilado pelas pessoas ao lembrar ou se relacionar com ele. Este conjunto de significações, prosseguem os autores, é formado com base nas ideias, crenças, sentimentos e impressões de cada indivíduo a respeito da organização em um momento determinado do tempo.

1.6. ESTRUTURA DA PESQUISA

Para atingir os objetivos propostos, a tese se estrutura em quatro partes. A primeira é introdutória, em que são apresentados o assunto a ser desenvolvido, as motivações teóricas e contribuições, bem como os objetivos do estudo em questão.

Na segunda parte, os conceitos e entendimentos teóricos que dão embasamento para a pesquisa são abordados. São apresentados estudos sobre imagem no contexto das IES, além de estudos sobre experiência de fluxo e lealdade, ambos no contexto da EaD. Nessa parte, os estudos sobre cada construto servirão de base para o reconhecimento de tendências para pesquisas futuras. Ainda nessa parte, o modelo a ser testado é apresentado, tendo por base as hipóteses de pesquisa sustentadas pela teoria.

Na terceira parte, são abordados o desenho metodológico seguido para a obtenção dos dados necessários ao estudo. Além disso, são justificadas as escolhas metodológicas para cada uma das etapas do processo da pesquisa e explanada a forma como os dados da pesquisa foram tratados para o entendimento das relações presentes no modelo. Na última parte, as discussões, conclusões, considerações finais e aspectos limitadores do estudo são apresentados.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para melhor compreensão dos construtos presentes na pesquisa, foi realizada uma revisão sistemática abrangendo cada construto do modelo conceitual. Com isso, são apresentadas discussões acerca da imagem institucional no contexto das IES, e da experiência de fluxo e lealdade dos alunos no campo da EaD. O objetivo é identificar os avanços proporcionados pelos estudos de cada uma das áreas, além de lacunas e oportunidades de pesquisas futuras.

Sendo uma metodologia que possibilita que tendências de pesquisa em determinada área sejam identificadas (DENYER; TRANFIELD, 2009), a revisão sistemática permite identificar a literatura disponível acerca de um determinado assunto (QUARSHIE; SALMI; LEUSCHNER, 2016). Denyer e Tranfield (2009), entretanto, observam que não se deve considerar tal metodologia como uma revisão tradicional da literatura. Assim sendo, para melhor entendimento a respeito do assunto investigado, cada revisão sistemática apresentada será antecedida por uma explanação a respeito do construto pesquisado.

2.1 O PROCESSO DE PERCEPÇÃO DA IMAGEM E SUA APLICAÇÃO NAS IES

A imagem é um fenômeno subjetivo, portanto ela não é real, sendo a percepção da realidade feita pelo público, o que a torna mais importante que a própria realidade (DOBNI; ZINKHAN, 1990). Ela refere-se a um objeto, sendo a soma de impressões na mente de quem o observa (KUO; TANG, 2013), podendo ser negativa ou positiva (ALCAIDE-PULIDO; ALVES; GUTIÉRREZ-VILLAR, 2017).

Esses elementos que caracterizam a imagem podem se relacionar a produtos, marcas, pessoas, países etc. (CHUN, 2005), tendo o debate sobre o tema atingido o campo das organizações (LEMMINK; SCHUIJF; STREUKENS, 2003). Na arena organizacional, já assinalava Dichter (1985), a imagem refere-se a impressões gerais e não a traços ou qualidades individuais de qualquer um dos componentes de uma instituição.

Sobre o uso do termo, Lemmink, Schuijf e Streukens (2003) explanam que, o que é entendido como imagem corporativa é substituído com frequência por imagem organizacional ou institucional, porém, sempre apresentando significados de igual teor. Aghaz, Hashemi e

Sharifi Atashgah (2015) constatam que essa imagem só pode ser construída do ponto de vista de seu público, tanto interno quanto externo, sendo um fenômeno de curto prazo.

Doña-Toledo, Luque-Martínez, e Del Barrio-García (2017), por sua vez, indicam ser a imagem corporativa construída em um processo em que redes de associações são desenvolvidas pelo indivíduo para sua elaboração, distinguindo a organização das demais. Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) enfatizam que tal processo envolve um *feedback* constante, sendo o indivíduo influenciado pelas realidades criadas pela instituição e esta pelo indivíduo.

A visão da percepção da imagem como um processo apresenta duas vertentes. Pesquisadores como Tubillejas, Cuadrado e Frasset (2011) indicam que tal processo é complexo, uma vez que são intermináveis o que é experienciado entre a organização e seu público. Tal processo é resultado da acumulação de estímulos, sendo necessário um longo período de tempo para a sua conclusão (POLAT, 2011).

Entretanto, autores como Karaosmanoglu e Melewar (2006) defendem que a percepção da imagem ocorre em um momento específico, em função da interação do indivíduo com o objeto, avaliada sob a luz de suas crenças e valores. Em outras palavras, ao ser perguntado: “como a empresa está sendo percebida agora?”, a resposta dada pelo indivíduo, segundo Balmer e Grayser (2006), refletiria a imagem da organização.

Tal percepção se baseia no que é observado pelo público da instituição por meio da comparação e avaliação das características desta com outras do ambiente (GÜNALAN; CEYLA, 2014). Por consequência, constataram Aghaz, Hashemi e Sharifi Atashgah (2015), diferentes públicos terão diversificadas imagens a respeito de uma mesma organização, pois cada um deles utiliza diferenciados critérios como base da sua percepção.

Antes deles, porém, Duarte, Alves e Raposo (2010) já haviam ressaltado que a imagem das IES pode ser formada por todos os grupos que apresentam certo nível de interesse na instituição. Cada um deles recebe e interpreta a organização, tendo por base variadas fontes de informação (DUARTE; ALVES; RAPOSO, 2010). Neste ponto, Wilkins e Huisman (2015) observam uma distinção das questões envolvendo as imagens das IES em relação a outros

tipos de organização. Os autores colocam que o fato de elas serem vistas como uma organização voltada para o bem público interfere no seu processo de percepção.

À vista disso, as pesquisas sobre imagem das IES abarcam diversos públicos. Guilbault (2016) identificou que, considerando as audiências pesquisadas, os estudos sobre imagem das IES são focados na percepção de quatro diferentes grupos. Há estudos sob o ponto de vista de professores (LUQUE-MARTÍNEZ; DEL BARRIO-GARCÍA, 2009), estudantes (ALI *et al*, 2016), corpo administrativo (IVY, 2001) e órgãos do governo (SOUTAR; TURNER, 2002).

Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) ainda identificaram setores da sociedade em geral como unidade de observação para entendimento da imagem das IES. Nesse grupo, encontram-se familiares e amigos dos estudantes, (WILKINS; HUISMAN, 2015), ex-alunos (SCHLESINGER; CERVERA; PÉREZ-CABAÑERO, 2016) e estudantes que almejam um curso universitário (PAMPALONI, 2010) como exemplos.

Há ainda investigações que envolvem diversas audiências no mesmo estudo, incluindo professores, alunos, pessoal administrativo, gerentes e ex-alunos (DEL-CASTILLO-FEITO; BLANCO-GONZÁLEZ; GONZÁLEZ-VASQUEZ, 2019). Independentemente disso, há um entendimento de que os alunos são o principal público a ser considerado na compreensão do processo de percepção da imagem das IES (GUILBAULT, 2016).

Ao se ter a literatura revisada, é observada a dificuldade de encontrar uma definição a respeito do que seria a imagem das IES. Alcaide-Pulido, Alves e Gutierrez-Vilar (2017) abordam que quase todos os autores adotam o conceito de imagem institucional ao se referir às IES, ou utilizam as dimensões que a formam para a sua definição. Parte dessa dificuldade se deve, já indicavam Wilkins e Huisman (2015), ao fato de as IES possuírem diversas unidades e serem vistas de forma diferenciada por suas diversas audiências.

A despeito disso, Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) definem a imagem de uma IES como sendo a totalidade das percepções presentes na mente dos alunos a respeito da universidade. Tal percepção, prosseguem os autores, exerce influência na elaboração de uma opinião positiva ou negativa sobre a instituição.

Doña-Toledo, Luque-Martínez, e Del Barrio-García (2017), por sua vez, abordam o tema definindo a imagem das IES como algo criado de forma espontânea. Os mesmos autores afirmam, portanto, que tal imagem considera estímulos sociais e físicos acumulados, reunidos pelos indivíduos, dando origem a um corpus de crenças, conhecimentos e estereótipos acerca da instituição.

A mensuração da imagem das IES não é tarefa fácil, reconhece Druteikiene (2011). Palacio, Meneses e Pérez (2002) desenvolveram sua pesquisa acadêmica visando a compreensão do processo de formação da imagem das IES. Outros estudos seguiram a mesma linha de pesquisa, como por exemplo Arpan, Raney e Zivnuska (2003), Duarte, Alves e Raposo (2010) e Pérez e Torres (2017).

Outra linha de pesquisa visa identificar os relacionamentos da imagem das IES com outras construções. Foram identificados os impactos positivos da imagem sobre a satisfação (ALVES; RAPOSO, 2010), lealdade (CHANDRA et al, 2019), reputação (PANDA et al, 2019), confiança (ELSHARNOUBY, 2015) e valor percebido (BROWN; MAZZAROL, 2009), entre outros construtos. Porém, ainda são pouco conhecidas a natureza de tais conexões, o que dificulta às IES gerenciar sua imagem (LAFUENTE-RUIZ-SABANDO; ZORRILLA; FORCADA, 2018).

Sobre os estudos envolvendo a imagem no ambiente da EaD, pode-se dizer que o volume de pesquisa ainda é insipiente. Doña-Toledo, Luque-Martínez, e Del Barrio-García (2017) abordam que não está sendo dada importância ao tema, apesar da imagem para as IES com curso EaD ser tão importante quanto é para as IES com cursos presenciais. Há necessidade de mais pesquisas sob o ponto de vista dos alunos de EaD, visando a otimização das experiências nessa modalidade (SKORDIS-WORRALL *et al*, 2015).

2.1.1. Revisão Sistemática Sobre Imagem das IES

Para permitir que estudos sobre a imagem das IES fossem localizados e selecionados, além de informações a seu respeito fossem sintetizadas e suas contribuições avaliadas, uma revisão sistemática foi realizada. Denyer e Tranfield (2009) assinalam que a revisão sistemática permite ao pesquisador identificar o que é ou não abordado sobre determinado assunto, identificando tendências a respeito dele.

A revisão sistemática foi realizada tomando por base a metodologia desenvolvida por Denyer e Tranfield (2009). Dessa forma, cinco etapas compuseram os procedimentos da revisão sistemática: formulação da pergunta; localização dos artigos; seleção e avaliação dos estudos; análise e síntese dos artigos; e conclusão.

2.1.1.1 Formulação da pergunta

A revisão sistemática foi realizada tendo como ponto de partida a pergunta norteadora da revisão: o que foi estudado sobre imagem institucional na esfera das IES nos últimos 20 anos? O recorte de vinte anos se baseia em Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) que identificaram que as pesquisas sobre imagem das IES encontram-se em sua segunda fase, onde são estudadas as dimensões associadas à percepção da imagem dessas organizações. A primeira fase, sublinham os mesmos autores, é anterior aos anos 2000, em que a imagem foi utilizada para entender a própria IES.

2.1.1.2 Busca dos artigos

Artigos publicados em revistas foram pesquisados em nove bases: Emerald, PsycArticles (APA), Sage Journals, Scielo, Science Direct, Scopus, Springer, Taylor & Francis e Web of Science. As bases foram escolhidas considerando uma amostra aleatória de artigos publicados sobre imagem das IES, que foram acessados por meio do *Google Scholar*. Aqueles com maior citação, independentemente do ano de publicação, foram verificadas as bases em que o periódico estava indexado, formando, com isso, as nove bases para a pesquisa.

Além das nove bases, o Portal Capes Periódicos foi selecionado a desejo do pesquisador. O portal foi selecionado, pois permite acesso a diversos periódicos, sendo um importante banco de informações.

Uma amostra aleatória envolvendo artigos sobre EaD também foi levantada por meio do *Google Scholar*. O objetivo foi a identificação das palavras-chave mais comuns envolvendo os temas. Assim, as palavras-chave permitem abranger pesquisas envolvendo tanto as IES com ensino presencial, quanto às que adotam a EaD. Considerando os artigos acessados sobre imagem das IES e sobre EaD, foram escolhidas as palavras-chave aderentes aos limites e alcances do presente trabalho, conforme exposto no item 1.5 da Introdução. As palavras-chave

utilizadas para o estabelecimento do banco de artigos bruto da revisão sistemática são especificadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Palavras-chave por Eixo de Pesquisa Sobre a Imagem das IES

Eixo 1: Imagem Institucional	Eixo 2: IES
Image	University
Corporate Image	Higher Education
Institutional Image	Distance Learning
Organizational Image	Online Learning
	Distance Education

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Foram feitas todas as combinações entre as palavras do eixo 1 com todas as do eixo 2, sempre integradas com o uso do operador booleano “and” ao se pesquisar os títulos, resumos e palavras-chave dos artigos nas bases de dados. Assim, foram obtidas vinte combinações possíveis de pesquisa.

2.1.1.3 Seleção e avaliação dos estudos

Os artigos selecionados por meio das palavras-chave compuseram um banco de artigos bruto. O levantamento inicial identificou 1281 artigos. Do resultado obtido, 361 artigos foram encontrados na Scopus, 230 na Web of Science, 220 na Capes Periódicos, 186 na Taylor & Francis, 143 na ScienceDirect, 76 na PsycArticles (APA), 39 na Sage Journals, 10 na Springer, 8 na Emerald e 8 na Scielo. A seleção ocorreu no mês de abril de 2020.

A filtragem do banco de artigos bruto iniciou-se com a verificação dos títulos e resumo dos artigos. Permaneceram somente os estudos de natureza quantitativa, publicados em revistas científicas, que abordavam a imagem como percepção de produtos, serviços, marcas e instituições, e cuja unidade de análise eram as IES. Os artigos que não se enquadravam nesses critérios, bem como os títulos em duplicidade, foram eliminados.

Do total de artigos, 81 foram mantidos na composição do banco de artigos bruto. Foi feita análise considerando-se aspectos gerais como quantidade de citações, quantidade de artigos em autoria única e coautoria, periódicos com mais publicações sobre o tema, entre outras análises descritivas. A síntese dos artigos que permaneceram em análise encontra-se na Tabela 1.

Tabela 1 – Síntese do Banco de Artigos Sobre a Imagem nas IES

Principais Informações			
Artigos	81	Artigos com autoria única	11
Revistas	64	Artigos com coautoria	70
Citações dos artigos (total)	5684	Período	2000-2020
Periódicos com maior número de publicações			
International Review on Public and Nonprofit Marketing	4	International Journal of Educational Management	3
Corporate Communications: An International Journal	3	Journal of Marketing for Higher Education	3

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Considerando o intervalo de tempo investigado, mesmo tendo sido pesquisado desde os anos 2000, é observado que a maior parte dos estudos se concentra nos últimos cinco anos do período considerado na seleção dos artigos para a revisão sistemática, conforme apresenta a Tabela 2. O aumento de pesquisas pode ser explicado por meio da observação sobre o setor educacional de Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017), que afirmam ter tal setor se tornado um dos mais importantes no desenvolvimento da sociedade.

Tabela 2 – Número de Artigos por Ano de Publicação Sobre a Imagem nas IES.

Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Quantidade	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	5
Ano	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	
Quantidade	2	2	4	7	7	10	5	8	11	6	

* A pesquisa dos artigos foi realizada em abril, não cobrindo todo o ano de 2020.

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Os artigos foram publicados em periódicos de diversas áreas. Além das cinco apresentadas na Tabela 3, foram encontradas pesquisas publicadas em periódicos das áreas de Economia (5 periódicos), Psicologia (3 periódicos) e Qualidade (3 periódicos), entre outras, totalizando doze áreas temáticas diferentes.

Tabela 3 – Síntese das Áreas Temáticas dos Periódicos Sobre a Imagem nas IES.

Área Temática	Quantidade de Periódicos	Quantidade de Artigos
Educação	20	24
Gestão	8	8
Marketing	7	14
Tecnologia	7	7
Administração	5	8
TOTAL	47	61

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

No período compreendido pela revisão sistemática, a maior parte das pesquisas fez uso da modelagem de equações estruturais (SEM), superando o uso de outras técnicas estatísticas de análise dos dados, principalmente nos últimos anos. Os números observados na Tabela 4

podem ser melhor compreendidos ao tomar por base a observação de Aghaz, Hashemi e Sharifi Atashgah (2015), que assinalaram a necessidade dos estudos sobre imagem das IES examinarem relações que possam impactar a percepção do construto aos olhos de suas audiências.

Tabela 4 – Comparativo de Publicações Usando Regressão e Modelagens de Equações Estruturais.

Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Fatorial Exploratória	1	1	1		1	1	1			1	2
Regressão		1									1
Fatorial Exploratória + Regressão											
Fatorial Exploratória + SEM			1	1							
SEM								1	1	2	2
TOTAL	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	5
Ano	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Fatorial Exploratória	1		1	3	3						
Regressão		1			1	2	1		1		
Fatorial Exploratória + Regressão						1	1	1			
Fatorial Exploratória + SEM						1	2	2	1		
SEM	1	1	3	4	3	6	1	5	9	6	
TOTAL	2	2	4	7	7	10	5	8	11	6	

* A pesquisa dos artigos foi realizada em abril, não cobrindo todo o ano de 2020.

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Entre os artigos que fizeram uso da análise fatorial para identificar as dimensões latentes associadas à imagem das IES, foram observadas cinquenta e quatro diferentes dimensões. A variedade de denominações pode ser justificada com base em Hair *et al* (2009), que sugerem ao pesquisador a busca de uma significação entre as variáveis observadas agrupadas em cada fator. Dessa forma, prosseguem os autores, deve o nome escolhido para denominar tal dimensão ser influenciado por aquela variável com maior carga fatorial. A Tabela 5 apresenta as denominações mais utilizadas para as dimensões latentes presentes em tais estudos.

Tabela 5 – Denominações mais Frequentes das Variáveis Latentes Captadas por Meio da Análise Fatorial

Dimensão	Total*	Dimensão	Total*
Estrutura Física	6	Prestígio	3
Qualidade Acadêmica	6	Acessibilidade	2
Qualidade do Serviço	5	Competência	2
Comunicação	3	Imagem do Programa	2
Confiabilidade	3	Responsabilidade Social	2

* O total refere-se a quantidade de artigos que utilizou a referida denominação para a variável latente

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Com o intuito de se investigar a existência de estudos relacionando a imagem das IES com a experiência de fluxo, foi feito, nessa etapa da seleção, um levantamento dos construtos abordados como impactantes da imagem, bem como aqueles considerados como sendo influenciados por ela. É importante observar que, entre os artigos componentes do banco de artigos bruto, não foi observado nenhum estudo verificando a associação ou influência da experiência de fluxo sobre a imagem das IES.

Tal levantamento foi realizado antes da verificação dos critérios de qualidade, para que um número maior de artigos fosse abarcado, pois considerou-se o risco da ocorrência de estudos relacionando os construtos experiência de fluxo e imagem das IES fora dos critérios de qualidade estabelecidos. Posteriormente, tal análise foi realizada somente com os artigos selecionados dentro dos critérios definidos como alvo da pesquisa.

Denyer e Tranfield (2009) esclarecem que na revisão sistemática os artigos são avaliados considerando a sua relevância para o objetivo da pesquisa. Para tanto, continuam os autores, cabe especificar os critérios de manutenção ou exclusão dos artigos antes de proceder à sua avaliação. Assim, os 81 estudos do banco de artigos bruto foram avaliados considerando critérios de qualidade estabelecidos para a manutenção dos mesmos e composição de um portfólio da pesquisa. Foram excluídos os artigos que não apresentaram quaisquer uma das condições de manutenção descritas no Quadro 2.

Quadro 2 – Critérios de Qualidade Sobre a Imagem das IES

Inclusão	Exclusão
Estudos que consideraram somente alunos de graduação como unidade de observação	Estudos que consideraram outros públicos das IES, ou que a amostra foi composta por alunos em conjunto com outros públicos das IES.
Revistas A1 ou A2 (classificação CAPES)	Revistas com classificação inferior a A2
Quartil do SCImago Journal Rank (SJR) igual a Q1 ou Q2 (para as não classificadas no Qualis Capes)	Quartil do SCImago Journal Rank (SJR) inferior a Q2 (para as não classificadas no Qualis Capes)
Existência de <i>gap</i> teórico, objetivo, método de pesquisa, resultados, conclusões, limitações e pesquisas futuras nos artigos	Ausência de um dos seguintes dos elementos: <i>gap</i> teórico, objetivo, método de pesquisa, resultados, conclusões, limitações e pesquisas futuras
Especificação do domínio teórico delimitador do estudo	Ausência da especificação clara do domínio teórico
Revistas ativas	Revistas descontinuadas

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Dos restantes, foi feita uma leitura para confirmar a sua aderência aos objetivos da pesquisa. Ao final, 13 artigos compuseram o portfólio final de artigos (Apêndice B). Os artigos que

passaram pelo critério de qualidade compuseram o portfólio que permitiu uma verificação analítica a respeito dos estudos realizados sobre a imagem das IES.

2.1.1.4 Análise e síntese dos artigos

A análise e síntese dos artigos, indicam Denyer e Tranfield (2009), visam descrever as relações entre os estudos finais selecionados e permitir a identificação de conhecimentos não evidenciados quando os estudos são observados isoladamente. Os mesmos autores complementam indicando que discrepâncias ou regularidades entre os estudos podem ser ressaltados quando uma análise quantitativa é realizada nessa etapa.

Os artigos do portfólio foram analisados de forma a levantar informações, tanto por meio da identificação e contagem de aspectos como domínio teórico, construtos utilizados, palavras-chave, entre outros, quanto por meio da leitura e identificação do *gap*, objetivos, conclusões e outros aspectos explorados pelos autores em suas pesquisas. O Quadro 3 apresenta os periódicos em que os artigos foram publicados.

Quadro 3 – Periódicos dos Artigos Componentes do Portfólio Sobre a Imagem das IES

Periódicos	
BBR – Brazilian Business Review	Benchmarking: An International Journal
Corporate Reputation Review	Higher Education
International Journal of Educational Management	Journal of Educational Administration
Journal of Marketing for Higher Education	Journal of Public Relations Research
Quality Assurance in Education	Social Indicators Research
Tertiary Education & Management	Turkish Online Journal of Distance Education

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Dos treze periódicos, o único que apresentou dois artigos no portfólio foi o *International Journal of Educational Management*. A escala Likert foi utilizada para a coleta de dados em todos os artigos, exceto no de Palacio, Meneses e Pérez (2002), que levantou os dados por meio de escala de diferencial semântico.

A Tabela 6 apresenta os artigos mais relevantes do portfólio. Para tanto, foi considerada a quantidade de citações. Considera-se que artigos mais relevantes possuem maior número de citações (FRANCESCHET; COSTANTINI, 2011), mesmo sendo de conhecimento o viés que

a citação pode acarretar como indicativo de relevância de um determinado artigo, tal medida é a mais comumente adotada no meio científico (MACROBERTS; MACROBERTS, 2010).

Tabela 6 – Artigos Mais Relevantes do Portfólio Sobre a Imagem das IES

Artigos	Citações*
NGUYEN, N.; LEBLANC, G. Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. <i>International Journal of Educational Management</i> . v.15, n.6, p. 303-311. 2001.	691
PALACIO, A. B.; MENESES, G. D.; PÉREZ, P. J. P. The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. <i>Journal of Educational Administration</i> . v.40, n.5, p. 486-505. 2002.	593
BROWN, R. M.; MAZZAROL, T. W. The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. <i>Higher Education</i> , v.1, n.58, p. 81-95, 2009.	532
HELGESEN, O.; NESSET, E. Images, satisfaction and antecedents: Drivers of student loyalty? A case study of a Norwegian university college. <i>Corporate reputation review</i> . v. 10, n. 1, p. 38-59. 2007.	482
ALVES, H.; RAPOSO, M. The influence of university image on student behaviour. <i>International Journal of Educational Management</i> . v. 24, n. 1, p. 73-85. 2010.	391
TOTAL	2.689
* A pesquisa foi realizada em abril de 2020.	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Observa-se na Tabela 6 que o artigo de Nguyen e LeBlanc (2001) é o mais expressivo, considerando o número de citações. O artigo verifica a relação entre a imagem e reputação das IES com a lealdade dos alunos, porém ele é citado por pesquisas sobre serviços não só da área educacional (ALI *et al*, 2016), mas também pesquisas sobre serviços de alimentação (RYU; LEE; KIM, 2012), serviços financeiros (AMIN, 2016) e hotelaria (LIU *et al*, 2017), por exemplo.

As escalas utilizadas nos artigos do portfólio variam em número de pontos. A maioria utilizou a escala de sete pontos, como os estudos de Nguyen e LeBlanc (2001), Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) e Chandra *et al* (2019). Outros dados sobre o portfólio são apresentados na Tabela 7.

Tabela 7 – Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Imagem nas IES

(continua)

Unidade de Análise		Método de Análise dos Dados	
Estudos realizados em IES públicas	6	Modelagem de equações estruturais	6
Estudos realizados em IES privadas	5	Modelagem de equações estruturais e análise fatorial	3
Estudos realizados em IES pública e privada	2	Análise fatorial e regressão	3
		Análise fatorial	1
Palavras-Chave		Domínio Teórico	
Imagem Corporativa	4	Oualidade do Serviço	5
Satisfação do Estudante	4	Satisfação do Estudante	5
Imagem	3	Imagem Institucional	4

Tabela 7 – Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Imagem nas IES

(conclusão)

Palavras-Chave		Domínio Teórico	
Imagem Universitária	3	Imagem das IES	3
Oualidade do Serviço	3	Lealdade do Estudante	3
Total de palavras-chaves observadas	33	Total de assuntos abordados	18
Escala de Mensuração da Imagem		Construtos Influenciados pela Imagem	
Própria	6	Lealdade	8
Palácio, Menezes e Pérez (2002)	3	Satisfação	6
Duarte, Alves e Raposo (2010)	2	Valor Percebido	2
Narteh (2013)	1	Qualidade Percebida	1
Turner (1999)	1	Comprometimento	1
Construtos Independentes Mais Frequentes		Construtos Dependentes Mais Frequentes	
Imagem Institucional	11	Lealdade	7
Oualidade do Serviço	4	Satisfação	7
Reputação	2	Imagem Institucional	2
Boca a Boca	2	Valor Percebido	2
Ensino e Organização	3	Boca a Boca	2
Total de construtos abordados	13	Total de construtos abordados	8

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Tendo por base os estudos analisados, os números indicam que ainda não há uma escala predominante para mensuração de imagem das IES. Cinco estudos utilizaram escala própria, como os estudos de Palacio, Menezes e Pérez (2002), Helgesen e Nettet (2007) e Masserini, Bini e Pratesi (2018). As outras oito pesquisas utilizaram escalas desenvolvidas por outros estudos. Brown e Mazzarol (2009), por exemplo, utilizaram a escala desenvolvida por Turner (1999). Alves e Raposo (2010), por sua vez, utilizaram as escalas de Yavas e Shemwell (1996) e Landrum, Turrisi e Harless (1998).

Entre os estudos, nos modelos de pesquisa apresentados, a imagem é vista em sua maioria como construto independente. Vale destacar que, dos artigos em análise, apenas Helgesen e Nettet (2007) e Ali *et al* (2016) consideraram a imagem sendo influenciada por outro construto, no caso, a satisfação e boca a boca, respectivamente.

Tal resultado pode sinalizar uma tendência dos estudos sobre imagem das IES em desconsiderar os efeitos de outros elementos sobre ela. Nesse sentido, Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez (2017) já argumentavam haver uma necessidade de identificação de construtos capazes de impactar a imagem das IES.

Quando o foco é a relação de imagem com outros construtos, o que se observa é que a lealdade, como na pesquisa de Helgesen e Nettet (2007), e a satisfação, como na pesquisa de Alves e Raposo (2010), são os dois construtos mais frequentes como sendo influenciados pela

imagem das IES. Isso corrobora a observação de Teeroovengadam *et al* (2019) que assinalaram que modelos bem-sucedidos envolvendo a imagem das IES podem resultar no impacto positivo sobre a lealdade e satisfação dos discentes.

O domínio teórico dos estudos apresentou dezoito diferentes tópicos. Alguns estudos, como os de Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez (2017), Masserini, Bini e Pratesi (2018) e Chandra *et al* (2019) elaboraram um referencial específico sobre imagem das IES. Nesse caso, o assunto foi abordado baseado somente em autores que consideraram as especificidades de tais instituições, como as relações entre diferentes públicos, sua função social, a importância das IES para a sociedade, entre outros. Alguns dos autores citados em tais domínios teóricos são Arpan, Raney e Zivnuska (2003), Duarte, Alves e Raposo (2010) e Polat (2011).

Outros tópicos a respeito da imagem debatiam sobre a identificação das dimensões que a compõe no campo das IES (PALACIO; MENESES; PÉREZ, 2002), suas influências sobre outros construtos (ALVES; RAPOSO, 2010) e formas de mensuração (ALCAIDE-PULIDO; ALVES; GUTIÉRREZ, 2017). Por fim, a imagem também foi entendida e analisada com base nos conhecimentos sobre imagem institucional, como pode-se observar na pesquisa de Nguyen e LeBlanc (2001), que buscaram em autores como Balmer e Grayser (2006) e Turbilejas, Cuadrado e Frasset (2011) o embasamento para seus estudos.

Pode-se observar na Tabela 8 que os periódicos das áreas de Marketing e Educação são os mais referenciados, sinalizando que o assunto é de interesse para as duas áreas, pois como observam Alves e Raposo (2010), o entendimento da imagem no campo educacional contribui para o aumento da competitividade das IES no setor, uma vez que colabora na fidelização dos alunos. No total, nas referências dos artigos do portfólio, foram encontrados 157 diferentes periódicos.

Tabela 8 – Informações das Referências dos Artigos do Portfólio Sobre a Imagem nas IES

(continua)

Periódicos Mais Referenciados		Autores Mais Referenciados	
Journal of Marketing	19	Nguyen, N.	9
Quality Assurance in Education	19	Chin, W. W.	8
International Journal of Education Management	17	Fornell, C.	7
Journal of Marketing for Higher Education	14	Oliver, R.	7
European Journal of Marketing	13	Palacio, A. B.	7

Tabela 8 – Informações das Referências dos Artigos do Portólio Sobre a Imagem nas IES

(conclusão)	
Artigos Mais Referenciados	
PALACIO, A. B.; MENESES, G. D.; PEREZ, P. J. P. The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. <i>Journal of Educational Administration</i> , v.40, n. 5, p. 486-505. 2002.	7
ARPAN, L. M.; RANEY, A. A.; ZIVNUSKA, S. A cognitive approach to understanding university image. <i>Corporate Communications: an International Journal</i> . v.8, n.2, p. 97-113. 2003.	5
DUARTE, P. O.; ALVES, H. B.; RAPOSO, M. B. Understanding university image: A structural equation model approach. <i>International Review on Public and Nonprofit Marketing</i> , v.7, n.1, p. 21-36. 2010.	4
HENNIG-THURAU, T.; LANGER, M. F.; HANSEN, U. Modeling and managing student loyalty: An approach based on the concept of relationship quality. <i>Journal of service research</i> , v. 3, n. 4, p. 331-344, 2001.	4
NGUYEN, N.; LEBLANC, G. Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. <i>International Journal of Educational Management</i> . v.15, n.6, p. 303-311. 2001.	4

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

A Tabela 8 ainda evidencia quais os estudos mais presentes entre as referências dos artigos analisados. Exceto o artigo de Hennig-Thurau, Langer e Hansen (2001), que explora o relacionamento da lealdade dos alunos com outros construtos e não faz referência à imagem das IES, todas as demais investigações são voltadas para tal assunto. Considerando as mais referenciadas, todas as pesquisas foram realizadas com estudantes de graduação, exceto a de Arpan, Raney e Zvinuska (2003), que teve como alvo os alunos de pós-graduação.

Nguyen e Leblanc (2001) verificaram haver necessidade de mais evidências a respeito da relação entre imagem das IES e reputação, bem como da relação destes com a lealdade dos alunos. Os autores concluíram que a imagem, reputação e lealdade dos alunos se relacionam positivamente.

Palacio, Meneses e Pérez (2002) indicaram ser a imagem das IES multidimensional. Segundo os autores, há uma imagem global que sofre influência de elementos tangíveis e emocionais. Estes, foram denominados pelos autores de imagem afetiva, e aqueles, de imagem cognitiva. Os autores ainda afirmam que tanto a imagem global quanto a afetiva e cognitiva impactam positivamente na satisfação dos alunos.

Arpan, Raney e Zvinuska (2003) indicaram que a imagem de uma IES é construída por grupos diferentes. Tais grupos, prosseguem os autores, baseiam-se em diferentes variáveis para a formulação de sua percepção. Os autores recomendam que sejam investigadas as

circunstâncias em que a imagem percebida da IES é formulada em função das características organizacionais atuais ou em função de experiências vivenciadas anteriormente pelos alunos.

Por fim, Duarte, Alves e Raposo (2010) verificaram haver uma dificuldade na identificação das dimensões componentes da imagem. Com o objetivo de explorar como a imagem das IES é construída, os autores concluíram que não há consenso a respeito de quais elementos agem sobre a percepção da imagem. Os mesmos autores, porém, afirmaram ser a percepção dos alunos influenciada pelas expectativas e experiências vivenciadas na vida acadêmica.

2.1.1.5 O que foi estudado sobre imagem das IES nos últimos 20 anos?

As pesquisas realizadas pelos artigos componentes do portfólio foram feitas, em sua maioria, em IES públicas, como as investigações de Alves e Raposo (2010) e Masserini, Bini e Pratesi (2018). Porém, algumas foram realizadas em IES tanto públicas quanto particulares, como a de Chandra *et al* (2019). Entre as que realizaram suas investigações em instituições particulares, temos Brown e Mazzarol (2009) e Nguyen e LeBlanc (2001), como exemplos.

A maioria dos estudos tem como ponto de partida a identificação da insuficiência de estudos sobre a imagem das IES (ALVES; RAPOSO, 2010) e falta de entendimento das dimensões que compõem a imagem, para os estudos que apresentam a imagem como um construto de ordem superior (PALACIO; MENESES; PEREZ, 2002). Outros indicam a ausência de pesquisas na esfera pública (ALCAIDE-PULIDO; ALVES; GUTIÉRREZ, 2017) ou ainda a falta de estudos que relacionem a imagem das IES a construções como a reputação (NGUYEN; LEBLANC, 2001; SUNG; YANG, 2008).

Dessa forma, os objetivos de pesquisa se concentram basicamente em dois focos. O primeiro visa a identificação das dimensões latentes da imagem das IES, como realizado por Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez (2017). O segundo, visa a construção e teste de um modelo para explicar a relação entre a imagem com outros construtos, como a pesquisa de Sung e Yang (2008).

As conclusões dos estudos refletem esses dois caminhos seguidos pelos pesquisadores. Palacio, Meneses e Pérez (2002), por exemplo, indicam que a imagem é vista como construto multidimensional, formada por elementos afetivos e cognitivos, ambos influenciando a

imagem global das IES. Para os estudos que consideram a imagem das IES como unidimensional, é identificado que o construto afeta positivamente a lealdade dos estudantes (HELGESEN; NESSET, 2007), e Chandra *et al* (2019) ainda indicam ser ela o construto que mais afeta a satisfação e lealdade do aluno.

As limitações indicadas convergem em dois pontos principais. Primeiro, é abordado o fato de as pesquisas terem sido realizadas em uma única instituição (SUNG; YANG, 2008), ou único país (BROWN; MAZZAROL, 2009). O segundo ponto sublinhado é a limitação do tamanho da amostra (ALI *et al*, 2016). A utilização de amostra de conveniência (ALCAIDE-PULIDO; ALVES; GUTIÉRREZ, 2017) também foi relatada como limitação do estudo.

Por fim, a indicação de pesquisas futuras aponta basicamente dois caminhos: a realização de pesquisas em outras instituições de ensino, com uma amostra mais numerosa; e a consideração de outros elementos que possam agir sobre a percepção da imagem dos alunos. Considerando o último caminho, a exploração de outras dimensões da qualidade do serviço é indicada por Ali *et al* (2016); Nguyen e LeBlanc (2001) sugerem verificar os efeitos do corpo docente, funcionários e instalações sobre a percepção da imagem; Chandra *et al* (2019), por sua vez, propõem a inserção do boca a boca como variável dependente da imagem, entre outros construtos indicados pelos estudos.

2.1.1.6 Discussão dos resultados

Algumas tendências envolvendo pesquisas sobre a imagem das IES podem ser sinalizadas pela revisão sistemática. A amostra de artigos analisados sinalizou os seguintes pontos: falta consenso quanto às dimensões latentes da imagem nos estudos em que a imagem das IES é observada como um construto de ordem superior; o foco dos estudos se desloca do entendimento das dimensões da imagem das IES para um melhor entendimento do seu relacionamento com outros construtos; o entendimento da relação entre a imagem das IES e a lealdade dos alunos concentra-se na esfera do ensino presencial; e raros são os estudos sobre a imagem das IES considerando a influência de outros construtos sobre ela.

Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) observaram que os estudos sobre a imagem das IES encontram-se em uma segunda fase, após uma fase inicial em que a imagem servia ao entendimento da própria instituição. Para os autores, em tal fase o objetivo é a identificação

das dimensões latentes associadas à imagem das IES. Como exemplo, podem ser observadas as pesquisas de Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017), Nguyen e LeBlanc (2001) e Palacio, Meneses e Pérez (2002).

Em tais estudos, é diversificada a quantidade ou rotulação das dimensões extraídas com base nas variáveis observáveis. Isso corrobora o que ponderam Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018) de que ainda não foi encontrado um consenso na literatura a respeito das dimensões componentes da imagem das IES.

Um dos motivos para a falta de consenso pode ser o que é observado por Aghaz, Hashemi e Sharifi Atashgah (2015). Os autores argumentam que, por ser um conceito multidimensional, a imagem das IES é influenciada por múltiplos elementos. Ainda que compreendendo significados diversos, indicam Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018), as dimensões e os indicadores da imagem das IES devem ser considerados por meio de uma abordagem transcultural, pois há variabilidade de sua percepção entre as culturas.

Se pesquisas como as de Alves e Raposo (2010), que identificaram o relacionamento da imagem com outros construtos, eram escassas no passado, tal característica vem se tornando mais comum nos estudos atuais. Tal fato pode ser observado nas investigações de Ali *et al* (2016), Chandra *et al* (2019) e Masserini, Bini e Pratesi (2018), entre outras pesquisas do portfólio. Tais estudos compreendem modelos em que a imagem das IES está inserida, sem, contudo, adotar a visão do construto como sendo de ordem superior compreendendo outras dimensões.

Estudos dessa natureza abordam uma visão geral da imagem, sendo o construto mensurado de forma unidimensional. Ou seja, elementos que contribuem para a percepção da imagem das IES, como a infraestrutura, práticas acadêmicas, relações pessoais, entre outros (AGHAZ; HASHEMI; SHARIFI ATASHGAH, 2015) não são considerados o foco principal. Por sua vez, a imagem das IES é estudada considerando a percepção geral acerca da instituição. A imagem representa a forma como a IES é reconhecida, baseada no conjunto de crenças, valores, sentimentos e impressões pessoais sobre a instituição (KARAOSSMANOGLU; MELEWAR, 2006).

Tais pesquisas não se enquadram na segunda fase dos estudos sobre a imagem das IES, pois não visam identificar suas dimensões latentes. Esse deslocamento do foco dos estudos do entendimento das dimensões da imagem para a busca pela compreensão de relações da imagem com outros construtos é o segundo ponto identificado na revisão sistemática.

Os estudos que se enquadram nessa situação se concentram, em sua maioria, nos cinco últimos anos do período investigado na revisão sistemática, o que sinaliza uma tendência de crescimento. Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) indicaram uma fase de estudos sobre imagem das IES envolvendo o entendimento da própria IES, e uma segunda, que visa compreender as dimensões que se associam à sua imagem. Os artigos do portfólio indicam que uma nova fase de estudos sobre a imagem das IES está emergindo. Esta, que seria a terceira fase de estudos sobre a imagem das IES, tem como objetivo principal averiguar o relacionamento da imagem das IES com outros construtos.

Chandra *et al* (2019) indagam sobre um dos motivos da relevância em se entender os relacionamentos da imagem das IES com outros construtos. Os autores alegam ser o construto um dos fundamentos para o aumento da vantagem competitiva das IES. O entendimento do relacionamento da imagem com outros construtos permitirá às IES atuarem na gestão desse ativo intangível, alegam Del-Castillo-Feito, Blanco-González e González-Vasquez (2019).

Nessa perspectiva, diferentes construtos estão sendo estudados em conjunto com a imagem, em diferentes modelos. A revisão sistemática aponta que, entre esses construtos, a lealdade é um dos mais presentes. Porém, foi verificado que dos estudos componentes do portfólio da revisão sistemática, todos que investigaram a relação entre a imagem das IES e a lealdade dos alunos, concentraram-se na esfera do ensino presencial.

Estudos como Ali *et al* (2016), Brown e Mazzarol (2009) e Chandra *et al* (2019) encontram-se entre eles. Mesmo no levantamento feito antes da verificação dos critérios de qualidade estabelecidos, considerando todos os 81 artigos do banco de artigos bruto, apenas o artigo de da Silva Tolentino *et al* (2013) verificou a relação entre os dois construtos na EaD.

A carência de estudos pode ter sua origem no que observam Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016), de que a falta de interações físicas no ambiente virtual pode tornar a lealdade menos favorável para o setor de serviços. Os resultados sinalizam para uma escassez

de estudos abordando as relações entre imagem, lealdade e a EaD simultaneamente. A observação corrobora com Renda dos Santos e Okazaki (2016), que indicam haver lacunas a serem preenchidas nos estudos envolvendo tal modalidade de ensino.

O último ponto observado é a falta de estudos sobre a imagem das IES que consideram a influência de outros construtos sobre ela. Entre as pesquisas analisadas, os modelos estruturais apresentam a imagem como um construto independente, exceto o estudo de Ali *et al* (2016). A revisão sistemática indica que ainda é válida a observação de Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018) de que o gerenciamento da imagem das IES é dificultado em função de poucos estudos levantando suas relações com outros construtos, sendo esta uma oportunidade de pesquisa a ser explorada.

A ausência de mais estudos que observem a imagem das IES como um construto dependente indica que a área ainda não identificou, explorou ou analisou os possíveis efeitos de outros construtos sobre a imagem e suas consequências para as IES. Essa é uma importante lacuna a ser observada e preenchida. Tal relevância pode ser observada ao se considerar a observação de Wilkins e Husiman (2015), que sinalizaram que vantagens competitivas são solidificadas por meio da manutenção de uma imagem favorável e distinta aos olhos de suas audiências.

Ainda nessa perspectiva, e considerando que os estudos sobre a imagem das IES necessitam explorar relacionamentos que causem impacto na imagem dessas instituições (LAFUENTE-RUIZ-SABANDO; ZORRILLA; FORCADA, 2018), não foi encontrado, na amostra observada, nenhum estudo que trate da relação entre experiência de fluxo e imagem das IES. Os efeitos da experiência de fluxo sobre a imagem já foram averiguados no contexto de serviços por Drengner, Gaus e Jahn (2008), por exemplo. Porém, a revisão sistemática sinaliza que tal relacionamento no campo das IES permanece inexplorado. O resultado indica, portanto, que a sugestão de Drengner, Gaus e Jahn (2008) de se averiguar tais efeitos em outros contextos que não o relacionado ao marketing de eventos ainda não alcançou o campo de pesquisas sobre a imagem das IES.

2.1.1.7 Conclusão da revisão sistemática sobre a imagem das IES

É importante dar destaque ao fato de que as decisões da revisão sistemática foram tomadas tendo por base a convergência entre as percepções do pesquisador e os objetivos da pesquisa.

Assim sendo, outros *gaps* e oportunidades de investigações podem ser observados por outros pesquisadores.

A pesquisa sistemática sinalizou tendências de pesquisa e campos pouco explorados. Com isso, pode-se observar que, apesar de ainda não haver consenso quanto às dimensões da imagem das IES, no caso dos estudos que consideram o construto como sendo multidimensional, a área está abrindo um outro campo de pesquisas, onde o foco está na observação do relacionamento entre a imagem com outros construtos.

Seguindo essa tendência e considerando as lacunas observadas de que poucos estudos utilizam em seus modelos construtos como influenciadores da imagem e entre eles nenhum trata da relação da experiência de fluxo com a imagem das IES, o presente trabalho optou por explorar tais oportunidades de pesquisa. Além disso, optou-se por explorar um aprofundamento da relação entre a imagem das IES e a lealdade dos alunos, trazendo à discussão a perspectiva da EaD.

Os motivos para a escolha da experiência de fluxo, lealdade e EaD já foram expostos na parte introdutória da presente pesquisa. Para melhor percepção do debate acadêmico a respeito da experiência de fluxo, outra revisão sistemática foi realizada, e os resultados serão expostos no item a seguir.

2.2 A EXPERIÊNCIA DE FLUXO E SUA APLICAÇÃO NO CONTEXTO DA EAD

Os estudos sobre a experiência de fluxo tiveram seu início em 1975, e desde então as pesquisas acadêmicas o têm debatido amplamente (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a). Porém, há certa confusão conceitual quando a literatura é revisada na busca de conceituações a respeito do que seria a experiência (DRENGNER; JAHN; FURCHHEIM, 2018).

Csikszentmihalyi (2014a) definiu a experiência como sendo aquela em que há profundo envolvimento do indivíduo, de modo que nada mais importa à sua volta, exceto a execução da tarefa. Complementa o autor que a experiência é percebida como sendo extremamente agradável pelos indivíduos que a vivenciam. Clarke e Haworth (1994) a conceituam como uma experiência subjetiva provocada pelo desempenho em que desafios e habilidades se correspondem, causando uma sensação de prazer.

Já Engeser e Schiepe-Tiska (2012) defendem o conceito da experiência de fluxo como um estado subjetivo em que há total envolvimento e imersão do indivíduo na execução de uma tarefa. Drengner, Jahn e Furchheim (2018), por sua vez, conceituam como um estado psicológico cujo processo é altamente prazeroso, no qual o indivíduo se encontra imerso e a concentração na tarefa é alta. Os mesmos autores indicam que, durante a experiência, ação e consciência se fundem, a autoconsciência é perdida e a noção do tempo transformada.

A conceituação da experiência de fluxo é diversa, chegando a abordar diferentes perspectivas a respeito do assunto (JACKMAN *et al*, 2019), e parte disso é decorrente do questionamento sobre quais elementos caracterizam a experiência (DRENGNER; JAHN; FURCHHEIM, 2018). Shin (2006) já discorria que havia duas linhas de pensamento quanto à definição da experiência. Uma elabora o conceito reunindo algumas sensações vivenciadas durante a experiência, outra observa o fenômeno como decorrente do equilíbrio entre habilidade e desafios exigidos e presentes na atividade em questão (SHIN, 2006).

Na primeira linha de pensamento, Csikszentmihalyi (1990) observou que a ocorrência da experiência de fluxo é reflexo da fusão de nove dimensões. Tais elementos são: objetivos claros (OB), *feedback* imediato (FD), equilíbrio entre desafio e habilidade (EQ), concentração (CN), perda da autoconsciência (AC), senso de controle (SC), distorção do tempo (DT), fusão entre ação e consciência (FS), e experiência autotélica (EA) (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a).

Csikszentmihalyi (1990) acrescenta que a existência das nove dimensões indica uma experiência ótima de fluxo. Tal entendimento ainda é suportado, apesar do início da teoria ter ocorrido há 40 anos (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a). Se alguma dessas dimensões atingirem níveis médios ou baixos, haverá a compensação por parte das outras, levando a uma experiência menos intensa (ENGESER; SCHIEPE-TISKA, 2012). Tempos depois, tais dimensões foram fundamentadas por Jackson e Marsh (1996), conforme demonstrado no Quadro 4.

Quadro 4 – Resumo das dimensões da experiência de fluxo

(continua)

Dimensões	
Equilíbrio entre desafio e habilidade	Ocorre quando as demandas da tarefa são desafiadoras e exigem uma habilidade compatível do indivíduo.
Objetivos claros	Seu estabelecimento se dá antes do desenvolvimento da atividade. Ao entrar em fluxo, permite que o indivíduo saiba exatamente o que deve ser executado.

Quadro 4 – Resumo das dimensões da experiência de fluxo

(conclusão)

Dimensões	
<i>Feedback</i> imediato	Recebido durante a execução da atividade. Isto possibilita que o sucesso ou não seja identificado pelo indivíduo.
Senso de controle	O indivíduo se percebe no controle da situação, sem que com isso, tente propositadamente se colocar no controle.
Fusão entre ação e consciência (imersão)	A execução da tarefa se torna automática, ação e consciência se fundem.
Perda da autoconsciência	A tarefa passa a ser realizada instintivamente. O indivíduo se mostra confiante, há ausência do “eu”. Apesar de ter consciência do que está ocorrendo, não se preocupa com o que seria a representação de si mesmo.
Distorção do tempo	A percepção do tempo muda, podendo ser mais rápida ou demorada que o tempo real.
Concentração	O indivíduo encontra-se focado, de modo que não percebe a passagem do tempo.
Experiência autotélica (prazer)	O que é vivenciado durante o fluxo é visto como altamente gratificante, sem que necessariamente, uma recompensa além da própria execução da tarefa seja esperada pelo indivíduo.

Fonte: Jackson e Marsh (1996)

Mesmo sendo os elementos apresentados por Csikszentmihalyi (1990) a base de pesquisas sobre a experiência de fluxo, tais estudos utilizam quantidade aleatória de características para mensurar o construto (BUIL; CATALÁN; MARTÍNEZ, 2018). Nesse sentido, há os que salientam que a experiência pode ser percebida de forma variada, considerando o contexto em que é observada (HEUTTE *et al*, 2016). Por outro lado, há a defesa da necessidade de se mensurar todas as dimensões para que a experiência de fluxo seja capturada (KAUR; DHIR; RAJALA, 2016). Diante da discussão, estudos a respeito da experiência de fluxo ainda não convergem quanto ao número de dimensões a serem consideradas em sua mensuração (PERTTULA *et al*, 2017).

Na segunda linha de pensamento quanto ao entendimento da experiência de fluxo, estão pesquisadores que consideram a experiência como resultante do equilíbrio entre habilidades e desafios (SHIN, 2006). Nesse grupo tem-se as pesquisas de Lambert, Chapman e Lurie (2013), Li, Cheng e Liu (2013) e Liu, Cheng e Huang (2011) entre outras. Tal visão é baseada no que Csikszentmihalyi (1997) denomina como sendo o modelo de segmentação de canais de fluxo. Novak, Hoffman e Yung (2000) explicam que, seguindo esse modelo, a experiência de fluxo é caracterizada pelo alto grau de desafio e habilidade exigidos para seu enfrentamento. Prosseguem os autores indicando que, por poder ser alto ou baixo o nível das habilidades e

desafios exigidos, o modelo apresenta quatro combinações possíveis: frustração, tédio, ansiedade e fluxo.

Nessa discussão sobre formas de entendimento da experiência de fluxo, Drengner, Jahn e Furchheim (2018) acrescentam uma terceira via de pensamento. Para os autores, há uma linha de pesquisa que acrescenta às características abordadas por Csikszentmihalyi (1990), outras que são específicas do contexto estudado. Nesse sentido, os exemplos mais frequentes são: curiosidade, telepresença e interatividade, presentes nas investigações de Ozkara, Ozmen e Kim (2016), Nah, Eschenbrenner e Dewester (2011) e Kaur *et al* (2016), respectivamente.

Pertulla *et al* (2017) contribuem com o debate sinalizando que os estudos sobre a experiência não evidenciaram elementos que justificasse estender as pesquisas sobre experiência de fluxo às dimensões para além das nove identificadas na sua fase inicial de estudo. Drengner, Jahn e Furchheim (2018) complementam que os construtos específicos a determinados contextos, embora tenham relação à experiência de fluxo, não são aplicáveis a todas as situações em que o fenômeno ocorre. Assim sendo, acrescentam os autores, não podem ser fundidos a este, mas sim considerados como um antecedente ou consequente do fenômeno.

Mesmo com relação às nove dimensões estabelecidas por Csikszentmihalyi (1990), ainda há um debate a respeito de suas relações com o construto. Nas pesquisas sobre a experiência de fluxo ainda não há um consenso sobre as dimensões da experiência, quais são os seus antecedentes e suas consequências (PERTTULA *et al*, 2017). Drengner, Jahn e Furchheim (2018) corroboram tal visão ao estabelecerem a iminência do aprofundamento dos estudos com relação à diferenciação e inter-relação do que seriam os antecedentes e o núcleo da experiência. Além disso, acrescentam os autores, é necessário um melhor entendimento a respeito dos elementos que compõem o núcleo da experiência de fluxo.

Tal fato pode ser percebido ao analisar os modelos de pesquisa de estudos como os de Esteban-Millat *et al* (2014), Guo *et al* (2016) e Ozkara, Ozmen e Kim (2016). Sobre tal discussão, Pelet, Ettis e Cowart (2017) relatam haver divergências na forma de mensuração da experiência de fluxo. Somente na área da EaD podem ser observadas diversificadas formas de mensurar o construto, como demonstrado no Quadro 5.

Quadro 5 – Formas de mensuração da Experiência de Fluxo

	EQ	OB	FD	SC	FS	AC	DT	CN	EA
Liao (2006)	A			A	N		C	N	N
Shin (2006)	A	A					N	N	N
Choi, Kim e Kim (2007)					N	N	N		N
Weibel, Stricker e Wissmath (2012)				N	N	N		N	N
Esteban-Millat <i>et al</i> (2014)	A			A	N		A	N	N
Joo, Oh, Kim (2015)	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Guo <i>et al</i> (2016)	A	A	A			N	N	N	C
Heutte <i>et al</i> (2016)						A	A	A	N
Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2017)	A			A	N			N	N
Esteban-Millat <i>et al</i> (2018)					N			N	N
Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019)					N			N	N

(A) Antecedente da experiência de fluxo; (N) Núcleo da experiência; (C) Consequência da experiência de fluxo; equilíbrio entre desafio e habilidade (EQ); objetivos claros (OB), *feedback* imediato (FD), senso de controle (SC), fusão entre ação e consciência (FS), perda da autoconsciência (AC), distorção do tempo (DT), concentração (CN) e experiência autotélica (EA)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

As questões envolvendo o entendimento do construto vai além da discussão do que é antecedente, núcleo da experiência ou suas consequências. Kaur *et al* (2016) enfatizam que a experiência é tratada de forma unidimensional por alguns estudos, e multidimensional por outros. No primeiro grupo, considerando estudos sobre a EaD, temos como exemplo Esteban-Millat *et al* (2018), Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b) e Weibel, Stricker e Wissmath (2012). No segundo grupo podem ser citados Fu, Su, Yu (2009), Guo *et al* (2016) e Joo, Oh e Kim (2015), entre outros.

A discussão a respeito de um modelo de experiência de fluxo na EaD ainda se perpetua. Esteban-Millat *et al* (2014) defendem a existência de diversificados modelos de mensuração de fluxo, com diferenciados antecedentes ou consequentes. Segundo os autores, isso é possível, uma vez que os pesquisadores adaptam as nove dimensões do fluxo, originalmente observadas por Csikszentmihalyi (1990), para os particulares contextos de pesquisa.

Poucas pesquisas sobre a EaD foram realizadas contendo a experiência de fluxo em seus modelos (KHAN *et al*, 2017). Ainda não há um modelo de experiência de fluxo que permita sua aplicação direta em tal modalidade de ensino (GUO *et al*, 2016), mesmo sendo a experiência considerada importante no entendimento da interação entre aluno e computador e permitir compreender o que motiva o aluno de EaD na utilização de um ambiente de aprendizagem (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018).

2.2.1. Revisão Sistemática Sobre Experiência de Fluxo

Visando identificar pesquisas sobre a experiência de fluxo no contexto da EaD, e a posterior síntese e análise das informações contidas nos estudos, a revisão sistemática foi realizada. A partir dela pode-se verificar de que forma as pesquisas exploraram a experiência de fluxo nas atividades da EaD, as lacunas e os indícios de possíveis futuros estudos a serem investigados a respeito do assunto. Os passos adotados seguiram os mesmos estabelecidos no item 2.1.1 do presente trabalho, agora se referindo ao tema experiência de fluxo. A metodologia abordada por Denyer e Tranfield (2009) foi a base para a revisão sistemática realizada.

2.2.1.1 Formulação da pergunta

O ponto de partida para a realização da revisão sistemática foi a definição da pergunta que norteou a revisão. Dessa forma, a revisão se desenvolverá em torno da questão: “de que forma a experiência de fluxo foi abordada dentro da esfera da EaD nos últimos trinta anos?”.

O recorte de trinta anos foi adotado tendo em vista a observação de Wang e Hsu (2013). Segundo os autores, houve um crescimento mais significativo da EaD a partir de 1990, com o desenvolvimento das tecnologias de informação.

2.2.1.2 Busca de artigos

A pesquisa dos artigos foi feita nas seguintes fontes: DOAJ – Directory of Open Access Journals, Emerald, JSTOR, Portal Capes, Sage Journals, Science Direct, Scopus, Taylor & Francis, Web of Science e Wiley. Os artigos foram localizados tomando por base as palavras-chave do Quadro 6.

Quadro 6 – Palavras-chave por Eixo de Pesquisa Sobre a Experiência de Fluxo na EaD

Eixo 1: Experiência de Fluxo	Eixo 2: IES
Flow	e-learning
	Distance Learning
	Online Learning
	Distance Education
	Online Education

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

2.2.1.3 Seleção e avaliação dos estudos

A seleção inicial levantou 409 artigos. Assim, o banco de artigos bruto foi composto por 99 artigos encontrados na Scopus, 98 na Science Direct, 71 na JSTOR, 55 no Portal Capes, 44 na Web of Science, 13 na Taylor & Francis, 10 na Sage, 8 na Emerald, 7 na Wiley e 4 na DOAJ. A seleção ocorreu no mês de julho de 2020.

Com a verificação dos títulos e resumo dos artigos, foi iniciada a filtragem do banco de artigos bruto. Artigos em duplicidade foram eliminados, bem como os que não eram de natureza quantitativa, os que não apresentavam as IES como unidade de análise, e os que não foram publicados em revistas científicas.

Além disso, foram eliminados os artigos cuja visão e o conceito de experiência de fluxo não se alinhavam aos adotados na pesquisa. Nesse sentido, Shin (2006) já abordava que o fluxo pode ser entendido como uma experiência que combina características como senso de controle, atenção focada e prazer, por exemplo. Mas a experiência de fluxo também pode ser entendida como aquela que resulta na diversão atrelada à distorção do tempo (SKADBERG; KIMMEL, 2004) ou como a experiência decorrente do equilíbrio percebido pelo indivíduo entre os desafios propostos e as habilidades exigidas na execução de uma atividade (LAMBERT; CHAPMAN; LURIE, 2013). Permaneceram no banco de dados os artigos que seguiram o primeiro ponto de vista, por estarem em consonância com os limites da pesquisa estabelecidos no item 1.5 da tese.

Foram mantidos 21 artigos no banco de artigos bruto. Vale ressaltar que, tendo em vista que a palavra-chave do eixo 1 da pesquisa da revisão sistemática foi especificada apenas como “fluxo”, a maioria dos artigos selecionados tratava de outros assuntos, como fluxo de aprendizagem, fluxo de processo e fluxo de comunicação, por exemplo. A síntese da análise de aspectos gerais dos artigos que permaneceram no banco de dados encontra-se na Tabela 9.

Tabela 9 – Síntese do Banco de Artigos Sobre a Experiência de Fluxo na EaD.

Principais Informações			
Artigos	21	Artigos com autoria única	3
Revistas	13	Artigos com coautoria	18
Citações dos artigos (total)	2895	Período	2006-2020
Periódicos com maior número de publicações			
Computer & Education	4	Interactive Learning Environments	4

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

As publicações foram concentradas em revistas da área de Educação e Ciência da Computação, com 15 das 21 publicações componentes do banco de artigos bruto. Pode-se encontrar também publicações de pesquisas em periódicos de Administração, EaD e Psicologia.

Não compuseram o banco de artigos bruto, artigos com data anterior a 2006, mesmo o período investigado ter abrangido pesquisas desde 1990. Observa-se que há uma concentração dos estudos na última década do período pesquisado, conforme apresenta a Tabela 10, com a concentração de 81% dos estudos presentes no banco de artigo bruto. Só os últimos cinco anos concentraram 42% das pesquisas levantadas. Tais números podem refletir o crescente uso do ambiente virtual para a aprendizagem e a conseqüente necessidade de um melhor entendimento do uso da tecnologia por meio da inserção de outras teorias, como a experiência de fluxo (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018).

Tabela 10 – Número de Artigos por Ano de Publicação Sobre a Experiência de Fluxo na EaD.

Ano	1999-05	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Quantidade	-	2	-	-	1	1	-	2
Ano	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
Quantidade	3	2	1	2	2	1	4	-

* A pesquisa dos artigos foi realizada em julho, não cobrindo todo o ano de 2020.

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Observando os construtos componentes dos modelos presentes nos artigos do banco de artigos bruto, pode-se identificar um maior número de estudos em que é analisada a relação de influência da experiência do fluxo sobre a satisfação. A presença da satisfação corrobora a visão de Woodall, Hiller e Resnick (2014), que afirmaram haver maior preocupação das IES em explorar tal construto, uma vez que foi observada sua importância na atração de novos alunos.

Quanto aos construtos impactantes na experiência de fluxo, o controle, a habilidade e o desafio foram os mais presentes nos modelos observados. Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019) já haviam identificado a concentração das pesquisas sobre a experiência de fluxo na relação de equilíbrio entre as demandas da atividade e as habilidades necessárias para sua execução. Isso pode ser explicado, pois o equilíbrio entre a habilidade e o desafio é a principal dimensão relacionada à experiência de fluxo (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a).

Para a mensuração da experiência de fluxo, a maioria das investigações considerou o construto como sendo unidimensional, medido de forma global. A escala mais utilizada foi a de Novak, Hoffman e Yung (2000), seguida por escalas próprias, desenvolvidas pelos pesquisadores para os estudos, com base na revisão da teoria.

Essa visão global destoa do entendimento de Drengner, Jahn e Furchheim (2018), que argumentam haver a necessidade de se captar toda a experiência de fluxo nas pesquisas. Os autores defendem que a medida global e unidimensional é incapaz de diferenciar os indivíduos que simplesmente se envolvem em uma atividade, daqueles que estão imersos, desfrutando da experiência.

A Tabela 11 apresenta uma síntese dos elementos influenciadores e influenciados pela experiência de fluxo e dos construtos mais frequentes nos modelos dos estudos componentes do banco de artigos bruto, com suas respectivas quantidades de artigos em que eles se manifestaram. Os resultados apresentam dados agrupados, tanto dos artigos que consideraram parte das dimensões da experiência de fluxo como suas antecedentes impactando na experiência, quanto aqueles que reuniram todas ou algumas de suas dimensões no núcleo da experiência, recebendo a influência de outros construtos sobre ela.

Tabela 11 – Síntese dos Modelos dos Estudos do Banco de Artigo Bruto.

Construtos Influenciadores da Experiência de Fluxo Mais Frequentes nos Modelos			
Habilidade	4	Atenção	3
Desafio	4	Autoeficácia de Aprendizagem	3
Controle	4	Interatividade	3
Construtos Influenciados pela Experiência de Fluxo Mais Frequentes nos Modelos			
Satisfação	4	Intenção de Uso	3
Intenção de Continuar	3	Afeto Positivo	2
Variáveis Independentes Mais Frequentes nos Modelos			
Habilidade	3	Interatividade	2
Desafio	3	Atitude do Usuário	2
Variáveis Dependentes Mais Frequentes nos Modelos			
Fluxo	7	Satisfação	3
Intenção de Uso	3	Distorção do Tempo	2
Escalas Mais Usadas nos Estudos			
Novak, Hoffman e Yung (2000)	7	Martin e Jackson (2008)	3
Própria	5	Ghani e Deshpande (1994)	2

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Após essa análise do banco de artigos bruto, foi feita uma avaliação dos artigos tendo por base os critérios de qualidade definidos para se manter ou excluir um artigo, permitindo a montagem do portfólio da pesquisa. Dessa forma, dos vinte e um artigos, foram mantidos

nove, sendo estes os que compuseram o portfólio final de artigos (Apêndice C). Estes foram os que apresentaram todas as condições definidas no Quadro 2 do item 2.1.4, sendo feitas análises e sínteses, conforme demonstrado a seguir.

2.2.1.4 Análise e síntese dos artigos

Foi realizada uma análise visando o levantamento de informações quanto ao domínio teórico, identificação dos *gaps*, conclusões das pesquisas, entre outros elementos presentes nos estudos. Três revistas apresentaram dois artigos cada entre as pesquisas selecionadas, sendo elas a *Computers & Education*, a *Information & Management* e a *Interactive Learning Environments*. Os demais periódicos tiveram apenas uma publicação no portfólio. Os periódicos dos artigos componentes do portfólio da pesquisa são apresentados no Quadro 7. As revistas abordam assuntos sobre tecnologia educacional, sistemas de informação, EaD, ambientes educacionais e desenho e uso de ambientes de aprendizagem interativos.

Quadro 7 – Periódicos dos Artigos Componentes do Portfólio Sobre a Experiência de Fluxo na EaD

Periódicos	
British Journal of Educational Technology	Computers & Education
Distance Education	Information & Management
Interactive Learning Environments	Journal of Computing in Higher Educational

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Tendo por base a quantidade de citações, os artigos mais relevantes do portfólio são apresentados na Tabela 12. O artigo de Shin (2006), que possui maior número de citações, trata dos efeitos da experiência de fluxo na aprendizagem e satisfação dos alunos de graduação de cursos EaD. Shin (2006) propôs um modelo composto por antecedentes de fluxo, fluxo e suas consequências.

No estudo foi observado que a experiência de fluxo tem, na percepção do equilíbrio entre os desafios e as habilidades necessárias para a execução das atividades, os determinantes essenciais para sua ocorrência. Além disso, a investigação estabelece que a experiência de fluxo influencia significativamente a satisfação dos alunos. A pesquisa é citada por outras investigações em diversas áreas, como comportamento do consumidor (YIM; CHAN; LAM, 2012), simulação de jogos de negócios (BUIL; CATALÁN; MARTÍNEZ, 2018) e realidade virtual (KIM; KO, 2019).

Tabela 12 – Artigos Mais Relevantes do Portfólio Sobre Experiência de Fluxo na EaD

Artigos	Citações*
SHIN, N. Online learner's flow experience: an empirical study. <i>British Journal of Educational Technology</i> , v. 37, n. 5, p. 705-720, 2006.	345
LIAO, L. A flow theory perspective on learner motivation and behavior in distance education. <i>Distance Education</i> . v. 27, n. 1, p. 45-62. 2006.	189
ESTEBAN-MILLAT <i>et al.</i> Modelling students' flow experiences in an online learning environment. <i>Computers & Education</i> , v. 71, p.111-123. 2014.	85
RODRÍGUEZ-ARDURA, I.; MESEGUER-ARTOLA, A. E-learning continuance: The impact of interactivity and the mediating role of imagery, presence and flow. <i>Information & Management</i> . v. 53, n. 4, p. 504-516, 2016.	83
GUO <i>et al.</i> Promoting online learners' continuance intention: An integrated flow framework. <i>Information & Management</i> . v.53, n.2, p. 279-295. 2016.	81
TOTAL	783
* A pesquisa foi realizada em julho de 2020.	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Para embasar as investigações, foram identificados quinze diferentes assuntos. Os domínios teóricos mais frequentes foram sobre a experiência de fluxo, o debate sobre os antecedentes e consequentes do fluxo, e sobre a intenção de continuação de uso, presentes, por exemplo, nas pesquisas de Liao (2006), Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019) e Guo *et al* (2016), respectivamente.

Sobre a discussão teórica a respeito dos antecedentes e consequentes do fluxo, Drengner, Jahn e Furchheim (2018) assinalaram haver uma preocupação dos pesquisadores quanto ao entendimento do que caracteriza a experiência de fluxo, bem como uma busca por distinguir a experiência de seus antecedentes e efeitos. Por sua vez, sobre a intenção de continuação de uso, ao investigarem alunos de EaD, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) justificaram a relação entre a experiência de fluxo e a intenção de continuação de uso. Segundo os autores, o prazer proporcionado pelo indivíduo ao experienciar o fluxo o deixa motivado a dar uma resposta favorável de intenção de uso ao que proporcionou tal vivência.

Somente a pesquisa de Esteban-Millat *et al* (2018) observou a experiência de fluxo como uma construção independente. Considerando os artigos do portfólio, a experiência de fluxo é observada como construto dependente na maioria dos modelos. Sobre tal fato, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b) já identificaram a emergência de um novo segmento de pesquisas sobre a experiência de fluxo no ambiente de EaD. Em tais pesquisas, segundo os autores, a experiência de fluxo é concebida como uma construção que intermedeia aspectos relacionados ao ambiente virtual, às atitudes comportamentais dos alunos provenientes dessa exposição.

Das dimensões apresentadas por Csikszentmihalyi (2014a), as mais frequentes nos estudos do portfólio, seja como núcleo da experiência, antecedente ou consequente desta, foram concentração, prazer e imersão, todas presentes no estudo de Joo, Oh e Kim (2015). Objetivos claros e *feedback* imediato, presentes na investigação de Guo *et al* (2016), foram as dimensões que menos compuseram os modelos das pesquisas. A variabilidade das formas de mensuração da experiência de fluxo evidencia a falta de convergência dos pesquisadores quanto à forma de mensuração do construto (PELET; ETTIS; COWART, 2017).

Das observadas como antecedentes da experiência, a mais presente foi o equilíbrio entre as habilidades e desafios, como na investigação de Shin (2006). Por sua vez, a concentração e o prazer foram as mais frequentes como componentes do núcleo da experiência, como no estudo de Esteban-Millat *et al* (2018).

Sobre a questão dos antecedentes, Shin (2006) salienta que, para a experiência de fluxo se manifestar, o equilíbrio entre a habilidade e desafio é condição primordial. Por outro lado, sobre a questão do núcleo da experiência, Ghani e Deshpande (1994) já defendiam que ambas as características da experiência de fluxo são a essência da experiência.

Por fim, entre os estudos do portfólio, das dimensões apresentadas por Csikszentmihalyi (2014a), a única identificada como consequência da experiência de fluxo foi a distorção do tempo, no estudo de Liao (2006). O autor defende a ideia de que após experienciar o fluxo em uma interação homem-computador, os indivíduos vivenciam o que ele denomina de uso exploratório, intenção de uso, além da distorção do tempo.

Importante assinalar a controvérsia envolvendo o entendimento a respeito dos desafios e habilidades apresentados nas pesquisas como antecedentes da experiência de fluxo. Nas investigações de Liao (2006) e Shin (2006) os construtos são observados de forma independente, por sua vez, nas pesquisas de Guo *et al* (2016) e Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019) há uma integração e os conceitos se fundem em uma única construção, em que o que é observado é a percepção de equilíbrio entre os desafios proporcionados por uma tarefa e as habilidades necessárias para a sua execução.

Sobre tal questão, Csikszentmihalyi (2014b) observou que o que favorece ao indivíduo experimentar o fluxo não é o desafio e a habilidade em termos objetivos. Segundo o autor, é a percepção subjetiva do indivíduo quanto ao seu nível de habilidade em função dos desafios propostos na tarefa que deve ser considerada. Dessa forma, a segunda visão se aproxima mais da teoria da experiência de fluxo.

Sobre os construtos influenciados pela experiência de fluxo, a satisfação, a intenção de uso e a realização acadêmica, são os mais presentes. Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) já haviam indicado que as IES com cursos na modalidade EaD tinham como desafio principal a retenção de usuários. Sendo o fluxo uma experiência positiva (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a), ele influencia favoravelmente na satisfação (WEIBEL; STRICKER; WISSMATH, 2012), na intenção de uso (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018) e na realização acadêmica (JOO; OH; KIM, 2015). Por sua vez, tais construtos colaboram na retenção de usuários, como se observa nos estudos de Hwang e Choi (2019), Hwang (2014) e Skadberg e Kimmel (2004).

Os estudos abordaram, em seus domínios teóricos, dezessete diferentes assuntos. Foram retratadas a origem dos estudos sobre a experiência de fluxo (RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2016b; SHIN, 2006), discussões a respeito de sua conceituação (JOO; OH; KIM, 2015; WEIBEL; STRICKER; WISSMATH, 2012) e aspectos gerais relacionados à teoria (JOO; OH; KIM, 2015; LIAO, 2006; WEIBEL; STRICKER; WISSMATH, 2012), entre outros assuntos.

Em alguns estudos, parte do embasamento teórico considerou questões específicas sobre a EaD, como os de Liao (2006), Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b) e Esteban-Millat *et al* (2018). Liao (2006) explanou sobre a importância da motivação na aprendizagem e a importância da experiência de fluxo nesse processo. Por sua vez, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b) debateram sobre as questões da interatividade, das imagens como símbolos visuais, da presença espacial sobre a experiência de fluxo no ambiente da EaD. Por fim, Esteban-Millat *et al* (2018) abordaram a experiência de fluxo na EaD associando-a ao modelo de aceitação de tecnologia.

Shin (2006) apresentou um debate sobre a forma de mensuração da experiência de fluxo e a forma como o construto é apresentado nos modelos de pesquisa. Outros tópicos apresentados dissertavam sobre os efeitos da experiência de fluxo no comportamento humano

(RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2016b) e na intenção de continuar estudando na modalidade EaD (GUO *et al*, 2016), por exemplo.

Sobre as escalas utilizadas para a mensuração da experiência de fluxo, a mais recorrente foi a de Novak, Hoffman e Yung (2000), seguida da escala desenvolvida por Ghani e Deshpande (1994). Outras escalas foram utilizadas em apenas um dos estudos. Apenas Shin (2006) utilizou escala própria para o levantamento do construto. Outros dados sobre o portfólio e as respectivas quantidade de estudos que apresentam tais informações são apresentados na Tabela 13.

Tabela 13 – Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Experiência de Fluxo na EaD

Visão da Experiência de Fluxo		Escala da Experiência de Fluxo Usada	
Unidimensional	7	Novak, Hoffman e Yung (2000)	4
Multidimensional	2	Ghani e Deshpande (1994)	2
Construtos Independentes Mais Frequentes		Construtos Dependentes Mais Frequentes	
Atitude do Aluno	3	Experiência de Fluxo	7
Desafio	2	Intenção Comportamental	3
Habilidade	2	Intenção de Continuação de Uso	3
Interatividade	2	Distorção do Tempo	2
		Satisfação	2

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Os periódicos mais referenciados são todos da área da Ciência da Computação, sendo que três deles também abordam assuntos da área da Educação e da Psicologia. Nesse sentido, Khan *et al* (2017) já haviam identificado que a maior parte das pesquisas envolvendo a experiência de fluxo na EaD dizia respeito a como a experiência ocorria na interação homem-computador e seus reflexos na aprendizagem. Com isso, pode-se compreender o fato de as revistas mais referenciadas serem das áreas citadas. No total foram referenciados 215 diferentes periódicos entre as referências dos artigos do portfólio.

As obras de Csikszentmihalyi (1990) e Hoffman e Novak (1996) foram as mais referenciadas. Csikszentmihalyi (1990) fez a descrição do fluxo como experiência positiva e discorreu sobre como tal experiência ocorre na execução de diferentes atividades. Por sua vez, na investigação de Hoffman e Novak (1996) é abordado o papel do marketing em ambientes em que há mediação por computadores. Tendo por base o conceito de experiência de fluxo, os autores criam um modelo de navegação e sublinham a importância da construção de novos paradigmas na área do marketing em função das novas tecnologias.

As outras obras mais presentes entre as referências dos artigos do portfólio foram os estudos de Choi, Kim e Kim (2007), Novak, Hoffman e Yung (2000) e Shin (2006). O artigo de Shin (2006) será abordado no item 2.2.6.

Choi, Kim e Kim (2007), baseados na teoria do fluxo, formularam um modelo de sucesso na EaD. Tendo como amostra alunos de cursos livres, os autores observaram a existência de uma influência entre a experiência de fluxo, a atitude dos alunos e os resultados da aprendizagem. Novak, Hoffman e Yung (2000) desenvolveram um modelo estrutural incorporando elementos que elevam a atratividade da experiência on-line. No estudo, os autores apresentam uma escala unidimensional de mensuração da experiência de fluxo.

As obras citadas são apresentadas na Tabela 14, além do resumo de outras informações a respeito das referências dos artigos do portfólio. Pode-se observar que todos os autores apresentaram contribuições por meio de estudos sobre a experiência de fluxo, EaD ou estudos sobre os efeitos da experiência nos usuários da web e seus benefícios para a área de marketing.

Tabela 14 – Informações das Referências dos Artigos do Portfólio Sobre Experiência de Fluxo na EaD

Periódicos Mais Referenciados		Autores Mais Referenciados	
Computers in Human Behavior	39	Csikszentmihalyi, M.	20
Computers & Education	26	Hoffman, D. L.	20
MIS Quaterly	25	Novak, T. P.	20
International Journal of Human-Computer Studies	18	Joo, Y. J.	13
British Journal of Education Tecnology	16	Yung, Y. F.	10
Artigos Mais Referenciados			
CSIKSZENTMIHALYI, M. Flow: The psychology of optimal experience. New York, NY: Harper and Row. 1990			7
Hoffman, D.L.; Novak, T.P. Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations. <i>Journal of Marketing</i> , v. 60,n. 3, p. 50–68. 1996.			7
CHOI, D. H.; KIM, J.; KIM, S. H. ERP Training With a Web-Based Electronic Learning System: The Flow Theory Perspective. <i>International Journal of Human-Computer Studies</i> . v. 65, n. 3, p. 223–43. 2007.			6
SHIN, N. Online learner’s flow experience: an empirical study. <i>British Journal of Educational Technology</i> , v. 37, n. 5, p. 705-720. 2006.			5
NOVAK, T. P.; HOFFMAN, D. L.; YUNG, Y. Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. <i>Marketing Science</i> . v. 19, n. 1, p. 22-42. 2000.			5

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

2.2.1.5 O que foi estudado sobre experiência de fluxo na esfera da EaD, nos últimos 30 anos?

As investigações apresentadas nos artigos do portfólio foram realizadas, em sua maior parte, em IES voltadas à modalidade EaD, como as pesquisas de Liao (2006), Shin (2006) e Joo, Oh

e Kim (2015). As exceções se encontram nos estudos de Weibel, Stricker e Wissmath (2012) e Guo *et al* (2016), que utilizaram como unidade de observação alunos de cursos presenciais, matriculados em disciplinas ofertadas somente on-line.

O ponto de partida para as investigações foi a identificação de ausência de pesquisas envolvendo o uso da tecnologia, sob diversos aspectos, na EaD. Por exemplo, Liao (2006) pontuou o rápido desenvolvimento das tecnologias de informação e seus impactos sobre o cotidiano dos alunos; Esteban-Millat *et al* (2018) observaram a carência de estudos relacionando a experiência de fluxo com a aceitação da tecnologia; e Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019) destacaram as inconsistências nos estudos que analisaram a percepção individual da experiência no uso da tecnologia.

Assim, os objetivos das pesquisas se concentraram em identificar de que forma a experiência de fluxo exerce influência nesse processo de interação aluno-computador (LIAO, 2006; RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2016b), permitindo melhor compreensão do comportamento dos alunos no ambiente on-line (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2014; ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018), aumentando seu engajamento na aprendizagem on-line (SHIN, 2006), seus efeitos no desempenho acadêmico dos alunos (RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2019) e sua intenção de continuar o curso (GUO *et al*, 2016).

Por sua vez, Joo, Oh e Kim (2015) investigaram de que forma a experiência de fluxo impacta na percepção dos alunos a respeito das ferramentas tecnológicas utilizadas como facilitadoras da aprendizagem. Por fim, Weibel, Stricker e Wissmath (2012) consideraram o ambiente on-line para analisar os efeitos da experiência na satisfação dos discentes.

As investigações sinalizaram que a experiência de fluxo pode ocorrer no ambiente da EaD (LIAO, 2006), sendo um elemento central no contexto de tal modalidade (WEIBEL; STRICKER; WISSMATH, 2012), impactando positivamente na percepção da facilidade de uso da tecnologia (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018), na satisfação e desempenho dos alunos (SHIN, 2006; WEIBEL; STRICKER; WISSMATH, 2012) e na intenção de continuidade no curso (GUO *et al*, 2016; RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2016b).

Quanto aos antecedentes, diferentes pesquisas apontaram diferentes construções como sendo a mais expressiva quanto aos seus impactos sobre a experiência de fluxo. Liao (2006) apontou a

interatividade; Shin (2006), a percepção a respeito dos desafios e das habilidades necessárias para a execução das atividades; e Guo *et al* (2016), a telepresença.

Sobre a questão dos antecedentes, Li e Luh (2017) argumentam que atividades diferentes podem apresentar diferentes e variados antecedentes. Por sua vez, Drengner, Jahn e Furchheim (2018) consideram ser justamente este um risco para a compreensão correta da experiência de fluxo, pois pode-se adicionar variáveis específicas de um contexto para se conceituar a experiência, dificultando a comparação de resultados das pesquisas.

A principal limitação dos estudos diz respeito às amostras utilizadas. Weibel, Stricker e Wissmath (2012) e Esteban-Millat *et al* (2014) indicaram a pequena quantidade de respondentes como limitação; e Liao (2006), Guo *et al* (2016) e Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b) assinalaram o fato de a amostra envolver apenas alunos de uma mesma instituição como fator limitador das conclusões de seus estudos.

A escala utilizada nos estudos também foi indicada como limitação. Nesse sentido, a visão unidimensional adotada para a mensuração da experiência de fluxo foi abordada como limitação por Esteban-Millat *et al* (2018); e Joo, Oh e Kim (2015) indicaram a falta de aprofundamento na mensuração das variáveis como sendo o principal problema. Esteban-Millat *et al* (2018) e Joo, Oh e Kim (2015) utilizaram as escalas de Novak, Hoffman e Yung (2000) e Martins e Jackson (2008), respectivamente.

Por fim, a direção de pesquisas futuras, apontada pelos artigos, se resume a quatro pontos. Mais pesquisas relacionando a experiência de fluxo e a EaD (LIAO, 2006); realização de estudos longitudinais (GUO *et al*, 2016; RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2019); realização de estudos envolvendo várias IES (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018; JOO; OH; KIM, 2015; RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2016b); e utilização de escalas mais completas nos estudos para a mensuração da experiência de fluxo (ESTEBAN-MILLAT *et al*, 2018; LIAO, 2006).

2.2.1.6 Discussão dos resultados

Ao analisar os artigos do portfólio são observados alguns pontos relevantes a respeito dos estudos sobre a experiência de fluxo na EaD: falta de consistência na definição operacional da

experiência de fluxo; falta de consenso quanto à quantidade de dimensões que caracterizam a experiência; e poucas pesquisas consideram simultaneamente os efeitos das nove dimensões, abordadas por Csikszentmihalyi (2014) como aquelas que indicam a manifestação da experiência.

Operacionalizar a experiência de fluxo em um conceito consistente e que a traduza de forma completa é um desafio (HOFFMAN; NOVAK, 2009). A experiência de fluxo está sendo levantada de forma ambígua ao ser operacionalizado o seu conceito (KAUR *et al*, 2016). O levantamento dos artigos sinaliza que tais observações ainda se mostram verdadeiras.

Novak, Hoffman e Yung (2000) mensuram a experiência de fluxo por meio de uma escala unidimensional, com três variáveis. Entre os artigos do portfólio, sua escala foi utilizada nos estudos de Esteban-Millat *et al* (2018) e Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b), entre outros. Outros estudos do portfólio, como os de Guo *et al* (2016) e Shin (2006), adotam uma visão multidimensional da experiência de fluxo. Neste caso, assume-se a experiência como uma medida de ordem superior, refletida em diferentes dimensões (HOFFMAN; NOVAK, 2009).

Pesquisadores que abordam a experiência sob a primeira perspectiva observam a experiência como unidimensional, sendo auxiliada por construções que são suas antecedentes e consequentes (HOFFMAN; NOVAK, 2009). Por sua vez, os que observam a experiência como sendo multidimensional consideram que várias características se manifestam simultaneamente, levando ao estado subjetivo, que seria a experiência de fluxo (HA; IM, 2020).

Nesse sentido, a visão unidimensional adotada para a mensuração da experiência por Esteban-Millat *et al* (2018) foi abordada como uma das limitações de seu estudo. Para os autores, utilizar uma escala unidimensional colaborou na simplificação do modelo elaborado. Porém, os mesmos admitem que outras construções poderiam ter sido consideradas para explicar a experiência de fluxo no ambiente on-line.

Observação semelhante foi feita por Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b). Os autores observaram que, ao focar no núcleo da experiência, utilizando uma escala unidimensional, elementos relevantes a respeito do construto podem ter sido ignorados.

Outro estudo que fez uso da visão unidimensional entre os artigos do portfólio, foi o de Joo, Oh e Kim (2015). Os autores usaram a escala curta da experiência de fluxo, contendo uma variável de cada uma das nove dimensões da experiência. Como conclusão, os mesmos autores apontaram a falta de aprofundamento na mensuração das variáveis como sendo o principal ponto de melhoria necessário à pesquisa. Os estudos que operacionalizaram a experiência de fluxo como sendo multidimensional não apresentaram em suas limitações aspectos voltados à mensuração do construto.

A questão da falta de consistência na definição operacional reflete na quantidade de dimensões consideradas na mensuração do núcleo da experiência, no caso dos estudos com visão multidimensional do construto. Shin (2006) considerou cinco dimensões, sendo elas, prazer, telepresença, distorção do tempo, atenção focada e engajamento; por sua vez, Guo *et al* (2016) consideraram perda da autoconsciência, distorção do tempo e concentração. Kaur, Dhir e Rajala (2016) advertem sobre o risco de escolher arbitrariamente a quantidade de características da experiência a ser mensurada. Para os autores, ao adotar tal comportamento, corre-se o risco de a essência da experiência de fluxo não ser capturada por completo.

Se nos estudos que abordam a experiência de fluxo de forma unidimensional houve uma preferência pelo uso da escala de Novak, Hoffman e Yung (2000), nos estudos com a visão multidimensional não houve consonância, tanto no número de dimensões, quanto nas dimensões consideradas. Apenas telepresença e distorção do tempo foram consideradas em todos os estudos, porém, com visões diferentes no que diz respeito ao seu relacionamento com a experiência de fluxo. No estudo de Shin (2006), a telepresença foi considerada como parte do núcleo da experiência. Na visão de Guo *et al* (2016), a telepresença interfere como um antecedente da experiência.

A verdade é que, sobre a forma de se medir a experiência de fluxo, falta um consenso na academia (PELET; ETTIS; COWART, 2017). Sobre isso, Drengner, Jahn e Furchheim (2018) alertaram que os pesquisadores não convergem quanto ao uso ou não de todas as características da experiência em seus estudos. Dos artigos do portfólio analisados, apenas um, Joo, Oh e Kim (2015), mensurou a experiência com todas essas características.

Sobre tal fato, Fong, Zaleski e Leach (2015) constataram que muitas pesquisas têm como ponto de partida os estudos de Csikszentmihalyi (1990), mas desconsideram algumas das

dimensões propostas pelo autor. Segundo os autores, isto ocorre pois há um entendimento emergindo de que não são todas as atividades em que há a ocorrência simultânea de todas as dimensões da experiência de fluxo.

A estrutura da teoria a respeito da experiência de fluxo não é invalidada por variações no contexto, abordam Heutte *et al* (2016). Estabelecem os mesmos autores ser plausível que o grau de importância de cada um dos componentes da teoria se manifeste de forma diferenciada em atividades dissemelhantes. Assim, observam Drengner, Jahn e Furchheim (2018), as pesquisas sobre a experiência têm variado entre duas a nove dimensões para mensurar o construto.

Tendências de pesquisa, campos pouco explorados e aspectos a respeito da experiência de fluxo em que não há consenso nas discussões foram identificados. Outras lacunas poderiam ser observadas e exploradas, porém, os objetivos da pesquisa, somados às percepções do pesquisador, influenciam as decisões da revisão sistemática.

2.2.1.7 Conclusão da revisão sistemática sobre a experiência de fluxo na EaD

A revisão sistemática apontou que poucos estudos consideraram simultaneamente os efeitos das nove dimensões da experiência de fluxo abordada por Csikszentmihalyi (1990). Além disso, a pesquisa sistemática sobre imagem sinalizou não haver estudos a respeito do relacionamento entre imagem das IES e a experiência de fluxo.

Considerando as duas observações, e tendo em vista que a visão da experiência de fluxo explorada no presente trabalho parte das investigações de Csikszentmihalyi (2014), foram consideradas todas as nove dimensões da experiência. O preenchimento dessa lacuna mostra sua importância, pois não havendo estudos que abordem a relação entre os construtos, não há, portanto, estudos que indiquem quais dimensões agem ou não em tal relacionamento, na esfera da EaD.

Sobre tal questão, Kaur, Dhir e Rajala (2016) destacam que a experiência de fluxo é capturada de forma completa quando há mensuração de todas as suas dimensões. Não proceder de tal forma nas pesquisas, prosseguem os autores, pode criar um viés sobre a experiência de fluxo, dificultando a comparação dos resultados entre as investigações.

Da mesma forma, não foi encontrado nenhum estudo que utilizou a escala longa de mensuração da experiência de fluxo. Esta foi outra lacuna preenchida. A escolha se deve à observação de Joo, Oh e Kim (2015), que aponta em sua pesquisa a necessidade de aprofundar a mensuração das variáveis sobre a experiência de fluxo. Quanto a isso, Jackson, Martin e Eklund (2008) já haviam sublinhado a importância do uso da escala longa de mensuração de fluxo, indicando sua utilidade nas pesquisas onde a experiência influencia a percepção de outras construções.

Foram realizadas revisões sistemáticas envolvendo os construtos imagem das IES e experiência de fluxo. Ao introduzir a pesquisa, foi feita a exposição das razões para se abordar, na presente pesquisa, além das duas construções, a lealdade dos alunos no contexto da EaD. Visando melhor entendimento de como tal construto está sendo analisado em pesquisas a respeito das IES, foi desenvolvida outra revisão sistemática, sendo a apresentação dos resultados feita no tópico seguinte.

2.3. A LEALDADE DOS ALUNOS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO E SUA APLICAÇÃO NO CONTEXTO DA EAD

A ideia e o conceito do que seria lealdade foram identificados pela primeira vez na década de 1940 (RUNDLE-THIELE, 2005), e a elaboração de sua definição tem sido realizada, inúmeras vezes, na literatura de marketing (JACOBY; KYNER, 1973). Rundle-Thiele (2005) ainda observa que, a partir da ideia inicial a respeito da lealdade, dois conceitos independentes surgiram.

De um lado, temos a visão da lealdade como comportamento de compra repetido que reflete atitudes favoráveis em relação a um produto ou serviço (KELLER, 1993). Por outro, a lealdade é definida por Oliver (1999) como o compromisso consistente e futuro de recompra de um produto ou serviço, que se mantém, mesmo havendo a influência do marketing ou de fatores situacionais que estimulem a mudança de comportamento. Zhang *et al* (2014) explanam que a primeira visão é denominada lealdade comportamental, e a segunda, lealdade atitudinal.

Arifine, Felix e Furrer (2019) elucidam que a lealdade comportamental é refletida na frequência das compras. Nela está contida a intenção da reafirmação da decisão anterior do

indivíduo, indica Subrahmanyam (2017), baseada na avaliação oriunda no que foi experienciado anteriormente (BORRAZ-MORA; HERNANDEZ-ORTEGA; MELGUIZO-GARDE, 2020). Requer, portanto, mais recursos da pessoa (PAN; SHENG; XIE, 2012).

Dick e Basu (1994), entretanto, pregam que a lealdade comportamental desconsidera possíveis fatores que levam ao comportamento de recompra. Para os autores, a recompra pode ser fruto, por exemplo, da falta de opções momentâneas e obstáculos mercadológicos. Assim, afirmam os mesmos autores, o movimento de repetição de compra, abordado pela lealdade comportamental, não explica todo o construto.

Na lealdade atitudinal são abarcados elementos que também se traduzem na recompra, mas que vão além de elementos situacionais, como o hábito ou a falta de alternativas de consumo, por exemplo (ARIFINE; FELIX; FURRER, 2019). A presença de tais elementos é o que diferencia a lealdade espúria da lealdade verdadeira (DICK; BASU, 1994).

A respeito da lealdade atitudinal, Oliver (1999) destaca que ela envolve as fases cognitiva, afetiva, conotativa e de ação. Segundo o autor, na fase cognitiva, as informações como preço e atributos do que é ofertado são consideradas como base da lealdade. A fase afetiva, Oliver (1999) indica que é baseada em contatos positivos anteriores com o produto ou serviço, que, acumulados, estabelecem um laço do indivíduo com o que é ofertado. Segue o autor indicando que na fase conotativa é assumido o compromisso de recompra do produto ou serviço. Por fim, na lealdade à ação, o indivíduo traduz sua lealdade por meio da aquisição do produto ou serviço (OLIVER, 1999).

Entretanto, Wang *et al* (2018) abordam que a lealdade comportamental e a atitudinal não podem ser vistas como medidas excludentes da lealdade. Morgan e Hunt (1994) já haviam dado destaque a uma abordagem em que as visões comportamental e atitudinal eram combinadas. Rundle-Thiele (2005) esclarece que essa visão foi denominada como sendo lealdade composta.

Akroush e Mahadin (2019) vão mais além ao defenderem a perspectiva de que na lealdade estão compreendidos os aspectos atitudinais, comportamentais e cognitivos, sendo, portanto, uma construção tridimensional. Os autores explicam que a lealdade envolve o traço psicológico da lealdade atitudinal e a não intenção de troca, da lealdade comportamental.

Entretanto, sublinham os mesmos autores, ainda há a avaliação das recompensas e benefícios que se associam à ação de recompra.

Pode-se perceber que existem diversificadas formas de se definir e mensurar a lealdade (GONG; YI, 2018). A princípio, Tucker (1964) mensurou a lealdade com base apenas nas compras anteriores realizadas pelo indivíduo, pois isso explicaria totalmente o construto. Dick e Basu (1994), por sua vez, mensuraram o construto considerando a disposição do indivíduo em repetir a aquisição e sua real ação de compra, em comparação com o que é ofertado pela concorrência.

Posteriormente, outros construtos foram adicionados ao debate. Henning-Thurau, Gwinner e Gremler (2002), por exemplo, adicionam o boca a boca positivo com a divulgação da empresa e produtos à discussão a respeito da mensuração da lealdade. Segundo os autores, somente é possível capturar a real magnitude da lealdade considerando várias construções inter-relacionadas.

Nesse sentido, Borraz-Mora, Hernandez-Ortega e Melguizo-Garde (2020) argumentam que a repetição do comportamento de compra e o que é comunicado no boca a boca estão ligados fortemente ao construto. Assim, a lealdade é vista ou como um conceito multidimensional (SCHLESINGER; CERVERA; PÉREZ-CABAÑERO, 2016), ou por meio de uma visão composta, que abarca medidas atitudinais e comportamentais numa visão holística da lealdade (RATHER, 2018).

Em paralelo ao conceito de lealdade do cliente, Henning-Thurau, Gwinner e Gremler (2002) observam que na lealdade dos alunos também estão contidos elementos comportamentais e atitudinais. Tendo isso em vista, no âmbito da educação, Doña-Toledo e Luque-Martínez (2020) compreendem a lealdade como um compromisso profundo que envolve uma escolha consistente, refletida na inscrição na IES, além da recomendação do serviço a terceiros, encorajando o seu uso.

Na discussão sobre o conceito de lealdade no campo da EaD, Borraz-Mora, Hernandez-Ortega e Melguizo-Garde (2020) clarificam que, ao se considerar a lealdade do aluno, a possibilidade de recompra pode não indicar o desejo de repetição do comportamento. Nesse sentido, prosseguem os autores, o que se manifesta são elementos que dão indícios se há ou

não um arrependimento da decisão tomada pela escolha do curso ou instituição a que está matriculado.

Com relação ao boca a boca, Daud, Amin e Karim (2020) abordam que sua publicidade gratuita reflete a lealdade do aluno e uma baixa taxa de atrito entre a IES e o indivíduo. Isso, avançam os autores, por um lado aumenta as chances de retenção dos alunos atuais, e por outro, aumenta o retorno financeiro das IES, que evita custos extras para que novos alunos sejam recrutados. Tal fato, finalizam os mesmos autores, é de especial valor, principalmente para as IES que adotam cursos na modalidade EaD.

Dehghan *et al* (2014) argumentam que o foco na lealdade dos alunos entrou na órbita das IES com cursos de EaD devido à rápida expansão da internet e o consequente aumento da demanda por tal modalidade de ensino. Tais crescimentos ocasionaram um acirramento na competição entre as instituições em busca de novos estudantes, concluem os mesmos autores. Com isso, complementam Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016), os alunos tomaram a posição de clientes das IES, e estas se viram obrigadas a adotar medidas que proporcionassem a lealdade dessa clientela.

Daud, Mohad Amin e Abdul Karim (2020), ao investigarem os antecedentes da lealdade na EaD com alunos da graduação e pós-graduação, revelam que houve uma concentração dos estudos relacionando o construto com a qualidade dos serviços. Foram verificadas a influência positiva de tal construto sobre a lealdade dos alunos de cursos de graduação em estudos sobre EaD, como os de Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016), Pham, Vu e Tran (2020) e Sugilar (2020), por exemplo.

Daud, Amin e Karim (2020) esclarecem que na EaD, a qualidade refere-se, também, aos serviços prestados no meio virtual, compreendendo as atividades educacionais. De forma mais abrangente, Wang e Chiu (2011) exploraram em suas pesquisas o conceito de qualidade abarcando a qualidade do serviço, da informação, do sistema e da comunicação. Os autores concluíram que a melhora nesses elementos das IES acarreta uma melhoria na lealdade dos alunos no uso dos sistemas de EaD. Para Daud, Amin e Karim (2020), serviços de boa qualidade são percebidos como vantagem competitiva, contribuindo para uma relação de longo prazo entre o aluno e a IES.

Em contraponto, Dehghan *et al* (2014) não encontraram significância na relação entre a qualidade do serviço e a lealdade dos alunos de cursos de EaD. Os autores defendem que o resultado de sua investigação sinaliza que a qualidade do serviço é a construção de menor importância para a lealdade entre os envolvidos no estudo. O estudo envolvia o comprometimento, a reputação, a satisfação, além da qualidade do serviço e lealdade.

Dehghan *et al* (2014) explicam que o motivo da divergência do resultado, em comparação aos estudos realizados em IES com ensino presencial, provém do fato de os alunos considerarem mais importantes os serviços que envolvam interações presenciais. Assim, finalizam os autores, como tal interação pouco ocorre em cursos EaD, o construto perde a significância em relação à influência sobre a lealdade.

A lealdade é afetada indiretamente pelos materiais escritos e visuais, com conteúdo animado, no caso dos cursos EaD, concluem Calli *et al* (2013). A influência direta de tais elementos ocorre na satisfação dos discentes, elucidam os autores, de modo que, quanto maior a satisfação, maior a lealdade gerada.

Dehghan *et al* (2014) seguem o mesmo pensamento quanto à relação entre satisfação e lealdade, defendendo que a satisfação dos alunos em relação ao programa é um influenciador chave na lealdade dos alunos. Os mesmos autores acrescentam ainda que a satisfação age mais fortemente sobre a lealdade dos alunos que qualquer outro construto.

Para Daud, Amin e Karim (2020) o incentivo ao uso do sistema de EaD passa pela satisfação dos alunos e sua conseqüente lealdade, sendo, portanto, necessário às IES atender as expectativas do corpo discente. Nesse sentido, Borraz-Mora, Hernandez-Ortega e Melguizo-Garde (2020) acrescentam que, ao chegar à satisfação experienciada na EaD, os alunos recomendarão a IES a terceiros, comportamento que confirmaria a sua escolha tomada de ingresso na instituição.

Estudos sobre EaD evidenciam que a lealdade também é impactada pela reputação e imagem das IES. Sobre a reputação, Dehghan *et al* (2014) apontam que a lealdade dos alunos é afetada pela reputação dos programas das IES, sendo esta influência mais significativa, ao se comparar tal efeito quando ocorrido entre alunos da educação presencial.

Sobre a imagem das IES, por sua vez, Daud, Amin e Karim (2020) estabelecem que a lealdade dos alunos também é positivamente influenciada por tal construto, não devendo seus efeitos serem ignorados pelas IES. Sendo assim, acrescentam os autores, há necessidade da realização de atividades em que sejam projetadas uma imagem favorável da instituição, o que, por consequência, gerará um maior nível de lealdade de seus alunos.

Para Flavián, Longás e Lozano (2013), a importância da lealdade na esfera da EaD não está somente voltada à questão da participação do mercado, mas à sobrevivência das IES, devendo, portanto, ser eficazmente gerenciada. Um sistema de EaD bem-sucedido depende não somente da utilização de seus serviços pelos alunos, mas também da garantia de permanência no sistema, indicam Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014).

O aspecto essencial da lealdade torna-se mais evidente para as IES com cursos de EaD ao se perceber que a concorrência encontra-se apenas a um clique de distância, pois isso reduz a lealdade em ambientes on-line, sublinham Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016). Por isso, é essencial o entendimento dos elementos que colaboram para que haja uma interação mais duradoura entre alunos de cursos EaD e as IES a que estão matriculados (SÁNCHEZ-FRANCO; PERAL-PERAL; VILLAREJO-RAMOS, 2014).

2.3.1. Revisão Sistemática

Para melhor compreender a abordagem dada à lealdade no âmbito da EaD, uma revisão sistemática foi realizada. A revisão abrangeu a lealdade, considerando como esta é estudada em relação às IES.

Buscou-se identificar avanços proporcionados pelos estudos da área, além de oportunidades de pesquisas futuras. Foram seguidos os passos aqui apresentados no item 2.1.1, dessa vez tendo a lealdade dos alunos de EaD como tema de pesquisa. Toda a metodologia para a realização da revisão sistemática foi baseada nos estudos de Denyer e Tranfield (2009).

2.3.1.1 Formulação da pergunta

A pergunta definida como ponto de partida para a execução da revisão sistemática foi: “de que forma os estudos sobre IES abordaram a lealdade dos estudantes de graduação, no âmbito da

EaD, nos últimos trinta anos?”. A escolha por pesquisar estudos dos últimos trinta anos é a mesma apresentada no item 2.2.2 e que se baseou nos estudos de Wang e Hsu (2013).

2.3.1.2 Busca de Artigos

Foram consideradas como fontes de pesquisa as bases Emerald, Gale Academic One File, Portal Capes, Road: Directory of Open Access Scholarly Resources, Sage Journals, Science Direct, Scopus, Springer, Taylor & Francis e Web of Science. A localização dos artigos foi feita considerando as palavras-chave do Quadro 8.

Quadro 8 – Palavras-chave por Eixo de Pesquisa Sobre a Lealdade dos Alunos na EaD

Eixo 1: Experiência de Fluxo	Eixo 2: IES
Loyalty	e-learning
	Distance Learning
	Online Learning
	Distance Education
	Online Education

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

2.3.1.3 Seleção e avaliação dos estudos

O momento inicial da seleção apresentou 372 artigos entre as bases pesquisadas, sendo 34 na Emerald, 12 na Gale Academic One File, 13 no Portal Capes, 15 na Road: Directory of Open Access Scholarly Resources, 54 na Sage Journals, 5 na Science Direct, 80 na Scopus, 8 na Springer, 126 na Taylor & Francis e 25 Web of Science. A seleção foi feita em setembro de 2020.

O primeiro filtro adotado considerou a verificação dos títulos e resumo dos artigos. Em tal etapa, foi feita a eliminação dos artigos em duplicidade, os não publicados em revistas científicas, os que não utilizavam métodos quantitativos para analisar os dados, além dos que não retrataram as IES como unidade de análise em suas investigações.

A revisão sistemática prosseguiu com 25 artigos. É importante sublinhar que a maioria dos artigos selecionados no momento inicial da revisão sistemática não possuía as IES como unidade de análise. Dos que apresentavam, havia aqueles em que a análise dos dados não foi feita por meio de métodos quantitativos. A Tabela 15 apresenta a síntese dos aspectos gerais apresentados nos artigos que permaneceram no banco de dados.

Tabela 15 – Síntese do Banco de Artigos Sobre Lealdade no contexto da EaD.

Principais Informações			
Artigos	25	Artigos com autoria única	4
Revistas	19	Artigos com coautoria	21
Citações dos artigos (total)	472	Período	2009-2020
Periódicos com maior número de publicações			
TurkishOnline Journal of Distance Education	3	International Review of Research in Open and Distributed Learning	3

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Os periódicos em que os artigos foram publicados eram, em sua maioria, das áreas de Educação e Ciências Sociais, com oito publicações cada. Também foram encontradas publicações em periódicos das áreas de Gestão, EaD, Ciências da Computação, Administração Pública, Negócios e Gestão Universitária.

O artigo mais antigo é datado de 2009, apesar de terem sido buscados estudos publicados desde 1990. Por sua vez, entre os artigos selecionados, houve uma concentração de estudos publicados nos últimos cinco anos, como pode ser observado na Tabela 16.

O aumento de publicações nos últimos anos pode ser analisado baseado em Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) e Eom e Ashill (2018). Segundo Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a), ao adotarem programas de EaD, as IES necessitam elaborar estratégias para reter seus alunos, sendo esse um desafio para tais instituições. Isso ocorre em tempos que a EaD se encontra em sua era de ouro (EOM; ASHILL, 2018). Dessa forma, podemos inferir que o aumento de publicações sobre a lealdade na EaD está associado ao seu crescimento no campo educacional e ao conseqüente crescimento da preocupação na retenção dos alunos nessa modalidade.

Tabela 16 – Número de Artigos por Ano de Publicação Sobre a Lealdade no Contexto da EaD.

Ano	2009	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
Quantidade	1	3	-	3	2	1	2	3	1	3	6

* A pesquisa dos artigos foi realizada em setembro, não cobrindo todo o ano de 2020.

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Com relação aos modelos teóricos propostos nos estudos do banco de artigos bruto, onze dos vinte e cinco estudos observaram a relação de influência da satisfação sobre a lealdade. Sobre esse aspecto, a respeito da relação entre a satisfação e a lealdade, Gong e YI (2018) já mencionavam ser a lealdade o principal construto influenciado pela satisfação dos clientes. Tal observação permite compreender a presença do construto na maioria dos estudos.

Outros construtos se mostram presentes nos modelos como antecedentes da lealdade, porém com menor destaque, se comparado com a satisfação: imagem, confiança, reputação e qualidade percebida do serviço. Além desses, considerando todos os modelos dos artigos selecionados, foram observados outros onze construtos, sendo cada um deles presente em apenas um modelo.

Para mensurar a lealdade, 16 dos estudos consideraram o construto como sendo unidimensional. Destes, 8 mensuraram o construto considerando tanto aspectos atitudinais quanto comportamentais, e a outra metade, apenas aspectos comportamentais da lealdade.

A respeito dos estudos em que apenas a lealdade comportamental foi considerada, Dick e Basu (1994) já argumentavam que em tal forma de mensuração é desconsiderada a contribuição de fatores que agem sobre a repetição do comportamento. Portanto, prosseguem os autores, sua aferição compromete a explicação de como a lealdade se manifesta. Zhang *et al* (2014) corroboram tal pensamento ao argumentarem que a lealdade não é contemplada por completo, ao se negligenciar qualquer uma das suas dimensões.

Ainda a respeito da forma de mensuração entre os estudos do banco de artigos bruto, dez deles utilizaram escala própria, outras sete investigações replicaram escalas já utilizadas em estudos anteriores, e nos outros oito estudos não foi possível identificar a escala utilizada. Nenhuma das escalas replicadas foi utilizada em mais de um estudo entre os artigos do banco de dados bruto. Tal observação sinaliza que ainda é verdadeira a observação de Toufaily, Card e Perrien (2012), de que estudos divergem quanto à conceitualização e operacionalização da lealdade, havendo uma grande diversificação entre os estudos realizados.

A análise sistemática teve seu prosseguimento com a definição dos critérios de qualidade, e posterior avaliação dos artigos visando sua manutenção ou exclusão, com base no que foi definido. Com isso, os vinte e cinco artigos foram analisados com base nos critérios estabelecidos no Quadro 2 do item 2.1.4.

Dos estudos componentes do banco de dados bruto, apenas seis se enquadravam nos critérios de qualidade estabelecidos. Tendo em vista o baixo número de estudos, houve a necessidade de redefinição dos critérios. Das opções de mudança que acarretariam em aumento do número de publicações inclusas no portfólio, foram descartadas a aceitação de artigos sem

informações como *gap* teórico, limitações e pesquisas futuras; e inclusão de artigos cuja unidade de observação abarcava outros públicos que não somente os alunos de graduação.

A primeira opção foi descartada, pois, segundo Denyer e Tranfield (2009), o objetivo da análise sistemática é a identificação de tendências a respeito do assunto pesquisado. Artigos sem a clara definição de *gap* teórico, limitações e pesquisas futuras, poderiam acarretar conclusões errôneas a respeito do assunto pesquisado. Por sua vez, a segunda opção teve seu descarte pois considerar outros públicos, além dos alunos de graduação, acarretaria na obrigação de se redefinir o problema estabelecido como ponto de partida para a execução da revisão sistemática.

Dessa forma, a solução encontrada foi incluir artigos publicados em revistas com qualificação CAPES B1, e revistas com quartil do SCImago Journal Rank (SJR) igual a Q3. Tal decisão, apesar de abarcar artigos publicados em revistas menos expressivas no meio acadêmico, permite que seja mantido o foco no problema estabelecido para esta revisão sistemática. Além disso, permite cumprir o objetivo da execução de uma revisão sistemática, que é identificar tendências de pesquisa.

2.3.1.4 Análise e síntese dos artigos

Oito artigos foram mantidos, formando o portfólio final de artigos (Apêndice D). Diante disso, foram realizadas análises dos estudos a respeito do domínio teórico, identificação dos *gaps*, conclusões das pesquisas, entre outros elementos. Os estudos selecionados foram publicados em sete diferentes periódicos, sendo que a revista *Turkish Online Journal of Distance Education* apresentou duas publicações no portfólio. O Quadro 9 apresenta os periódicos dos artigos do portfólio. As revistas estão classificadas nas áreas de Ciências da Computação, Ciências Sociais, Educação, EaD e Gestão e Negócios.

Quadro 9 – Periódicos dos Artigos Componentes do Portfólio Sobre a Lealdade no Contexto da EaD

Periódicos	
Computers & Education	International Journal of Educational Technology in Higher Education
International Journal of Enterprise Information Systems	International Journal of Management in Education
International Review of Research in Open and Distributed Learning	Management Science Letters
Turkish Online Journal of Distance Education	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Considerando a quantidade de citações, o artigo de Pham *et al* (2019) é o de maior relevância. A pesquisa estuda o relacionamento entre a qualidade do serviço de EaD, a satisfação e a lealdade dos alunos dessa modalidade. A investigação é citada principalmente por pesquisas na área de EaD, incluindo temas como envolvimento acadêmico no ambiente de aprendizagem (KIM; HONG; SONG, 2019), relação entre qualidade do serviço, confiança e lealdade (PHAM; VU; TRAN, 2020), além de pesquisas sobre comércio on-line (NGUYEN *et al*, 2020), entre outros temas. A Tabela 17 apresenta os artigos do portfólio com mais citações.

Tabela 17 – Mais Relevantes Artigos do Portfólio Sobre Lealdade no Contexto da EaD

Artigos	Citações*
PHAM, L.; LIMBU, Y. B.; BUI, T. K.; NGUYEN, H. T.; PHAM, H. T. Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. <i>International Journal of Educational Technology in Higher Education</i> . v. 16, n.1, p. 1-26. 2019	47
SÁNCHEZ-FRANCO, M.J.; PERAL-PERAL, B.; VILLAREJO-RAMOS, Á. F. Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. <i>Computers & Education</i> . v. 74, p. 81-97. 2014.	38
MARTÍNEZ-ARGÜELLES, M.; BATALLA-BUSQUETS, J. Perceived service quality and student loyalty in an online university. <i>International Review of Research in Open and Distributed Learning</i> . v. 17, n. 4, p. 264-279. 2016.	29
TOTAL	79
* A pesquisa foi realizada em setembro de 2020.	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O embasamento das pesquisas dos artigos do portfólio foi feito utilizando onze diferentes assuntos. Além da lealdade, presente em todos os artigos, os outros domínios teóricos que apresentaram mais frequência foram satisfação, presente em quatro artigos; e confiança e qualidade do serviço, ambos presentes em três artigos.

Ao se referir à aprendizagem, Braun e Zolfagharian (2016) esclarecem que a satisfação, a qualidade do serviço e a lealdade dos alunos são resultados desejáveis para qualquer instituição de ensino. Por sua vez, a lealdade é altamente influenciada pela confiança dos alunos nas IES (DOROBAT; CORBEA, 2019). Tais observações podem sinalizar o motivo de uma maior frequência da abordagem desses assuntos no domínio teórico das pesquisas. Os assuntos compuseram, respectivamente, o embasamento teórico dos artigos de Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014), Herman (2017) e Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016).

Dos artigos do portfólio, apenas a pesquisa de Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016) considerou os efeitos da lealdade em outro construto. A investigação abordou a intenção de recomendar como sendo influenciada pela lealdade. Todos os artigos observaram a lealdade como sendo um construto dependente. Nesse sentido, a satisfação foi abordada com maior frequência como antecedente da lealdade, estando presente nos modelos dos estudos de Herman (2017) e Sugilar (2020), por exemplo. Em seguida, foi a qualidade do serviço o construto mais recorrente, constituindo o modelo das investigações de Flavián, Longás e Lozano (2013) e Pham, Williamson e Berry (2018), por exemplo.

Fernandes e Pedroso (2017) e Daud, Amin e Karim (2020) sinalizam que a abordagem da satisfação e da qualidade do serviço como antecedentes da lealdade é algo frequente na literatura. Para Fernandes e Pedroso (2017), há o reconhecimento da satisfação como um importante construto que precede à lealdade. Por sua vez, o entendimento da qualidade do serviço como precedente da lealdade está em consonância com estudos anteriores que consolidaram tal abordagem (DAUD; AMIN; KARIM, 2020). Das pesquisas, somente Sugilar (2020) considerou como parte do embasamento teórico questões especificamente voltadas à EaD. O autor trata da importância da EaD na melhoria do acesso à educação superior e do problema enfrentado pelos cursos de EaD relacionado às altas taxas de evasão.

Pode ser observado na Tabela 18 que os periódicos mais referenciados são das áreas de Negócios e Gestão e Educação e EaD. A predominância de periódicos nas áreas de Negócio e Gestão pode ser entendida em função do aumento da competitividade entre as IES e a consequente necessidade da atração de novos alunos (TEEROOVENGADUM *et al*, 2019). Os artigos do portfólio apresentaram um total de 193 diferentes periódicos em suas referências.

Os estudos mais referenciados foram os artigos de Zeithaml, Parasuraman e Malhotra (2002) e Parasuraman, Zeithaml e Malhotra (2005). Zeithaml, Parasuraman e Malhotra (2002) revisam e sintetizam a literatura sobre a qualidade do serviço em sites de internet, sinalizando agendas para pesquisas futuras. Parasuraman, Zeithaml e Malhotra (2005) conceituam, constroem, refinam e testam uma escala de múltiplos itens, objetivando facilitar a mensuração da qualidade do serviço percebida em sites de lojas on-line. Ambos tratam da qualidade do serviço.

Nesse sentido, Latif *et al* (2017) elucidam que, no ensino superior, os estudos envolvendo a qualidade do serviço sofrem grande influência da literatura do marketing. Tal observação contribui para o entendimento dos motivos que justificam a presença de tais artigos como os mais referenciados. A síntese das informações a respeito dos artigos do portfólio, com suas respectivas quantidades de estudos em que foram manifestadas tais informações, podem ser observadas na Tabela 18.

Tabela 18 – Dados Descritivo do Portfólio de Artigos Sobre a Lealdade no Contexto da EaD

Palavras-Chave		Domínio Teórico	
EaD	4	Lealdade	5
e-Lealdade	3	Satisfação	3
E-Qualidade do Serviço	3	Confiança	3
Lealdade	3	e-Lealdade	2
Satisfação	3	E-Qualidade do Serviço	2
Periódicos Mais Referenciados		Autores Mais Referenciados	
Journal of Marketing	35	Parasuraman, A.	11
Computers & Education	21	Zeithaml, V. A.	8
Journal of Retailing	12	Oliver, R.	6
Quality Assurance in Education	12	Martínez-Arguelles, J. M.	5
Journal of the Academy of Marketing Science	11	Eom, B. S.	4
Artigos Mais Referenciados			
ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; MALHOTRA, A. Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i> . v. 30, n. 4, p. 362-375. 2002.			4
PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; MALHOTRA, A.. ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. <i>Journal of Service Research</i> , v. 7, n. 3, p. 213-233. 2005.			3

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

2.3.1.5 O que foi estudado sobre a lealdade no contexto da EaD nos últimos 30 anos?

Os artigos do portfólio sinalizaram, como ponto de partida para as investigações realizadas, principalmente a ausência de estudos na área. Flavián, Longás e Lozano (2013) assinalaram que estudos na área de EaD ainda não haviam verificado de que forma a aprendizagem on-line exerce influência sobre a lealdade e a atitude do aluno com relação à aprendizagem. Por sua vez, Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016) indicaram a necessidade de estudar conjuntamente a relação entre qualidade do serviço, satisfação, lealdade e a intenção de recomendar no ambiente da EaD.

Por outro lado, Pham, Williamson e Berry (2018) e Pham *et al* (2019) não partiram de questões relacionadas especificamente à lealdade. Pham, Williamson e Berry (2018) apontaram a existência de poucos estudos que examinassem a eficácia das estratégias traçadas

envolvendo a oferta de cursos em EaD. Pham *et al* (2019) identificaram a escassez de estudos realizados em países emergentes e envolvendo a qualidade de serviço na EaD.

Os objetivos se concentraram na verificação das influências de outros construtos sobre a lealdade, ou ainda sobre a identificação de elementos associados a ela. Dessa forma, as pesquisas apresentam como objetivo a verificação da forma como as mudanças tecnológicas e socioeconômicas afetam o desenvolvimento da EaD (FLAVIÁN; LONGÁS; LOZANO, 2013); a identificação de elementos que agem sobre a lealdade dos estudantes de EaD (SÁNCHEZ-FRANCO; PERAL-PERAL; VILLAREJO-RAMOS, 2014; HERMAN, 2017; SUGILAR, 2020); ou ainda focam na qualidade do serviço e seu relacionamento com a lealdade (MARTÍNEZ-ARGUELLES; BATALLA-BUSQUETS, 2016; PHAM; WILLIAMSON; BERRY, 2018; PHAM *et al.*, 2019; PHAM; VU; TRAN, 2020).

Em decorrência disso, a respeito da lealdade, as pesquisas confirmaram estudos anteriores que sinalizaram a influência de construtos como satisfação e qualidade do serviço, sobre a lealdade. Assim, as investigações apontaram que o construto é influenciado pela satisfação (SÁNCHEZ-FRANCO; PERAL-PERAL; VILLAREJO-RAMOS, 2014; PHAM *et al.*, 2019); pela qualidade do serviço administrativo (MARTÍNEZ-ARGUELLES; BATALLA-BUSQUETS, 2016); pela qualidade do serviço e confiança (PHAM; VU; TRAN, 2020); pela confiança, satisfação e envolvimento dos estudantes (HERMAN, 2017). Além disso, a lealdade está associada à satisfação e qualidade do serviço (PHAM; WILLIAMSON; BERRY, 2018); ao nível da qualidade do serviço, características pessoais dos alunos, nível de desempenho e participação na aprendizagem (SUGILAR, 2020).

Os estudos apresentaram como principal limitação a quantidade de IES que compuseram a unidade de análise da investigação, como os estudos de Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016), Pham, Williamson e Barry (2018) e Pham *et al* (2019). Outra limitação abordada também se refere à amostra, neste caso, relacionada a um possível viés ocasionado pela maioria feminina, presente entre os participantes da pesquisa (SÁNCHEZ-FRANCO; PERAL-PERAL; VILLAREJO-RAMOS, 2014). Os mesmos autores ainda observaram a falta de outras variáveis que seriam relevantes para a composição do modelo de pesquisa, como a confiança, por exemplo.

Por fim, os artigos apontaram diferentes direções para pesquisas futuras. Vale destacar Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014), que levantaram a necessidade de se identificar de que forma o aluno de EaD pode ter apoio em ambientes virtuais, além de sugerir verificar se o gênero afeta na percepção do sistema de EaD. Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016) propuseram que pesquisas futuras identificassem se as descobertas do estudo seriam semelhantes com a replicação da pesquisa em outras IES. Pham *et al* (2019) indicaram haver necessidade da identificação de outros fatores que possam exercer influência sobre a satisfação e lealdade dos alunos de EaD.

2.3.1.6 Discussão dos resultados

A revisão sistemática sobre a lealdade dos alunos dos cursos de graduação no contexto da EaD permitiu a observação de pontos importantes a respeito do assunto. Considerando a amostra de artigos obtida, há indícios dos seguintes tópicos: não há escala consolidada para a mensuração da lealdade no ambiente de EaD; apesar do crescente interesse sobre o assunto, ainda há uma escassez de estudos abordando a lealdade na EaD; os efeitos da satisfação e qualidade do serviço sobre a lealdade dos alunos de EaD é uma abordagem comumente presente nos modelos de pesquisa; há poucos estudos sobre a influência da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos de EaD; e a maioria dos estudos é realizada em uma única IES.

Mensurar lealdade não é tarefa fácil. Toufaily, Card e Perrien (2012) defendem que há uma diversificação, ou quase divergência, na forma de se conceituar e operacionalizar a lealdade, embora haja muitos estudos sobre o assunto. Os artigos levantados na revisão sistemática dão indícios de que ainda é verdadeira tal afirmativa.

Entre os artigos analisados, não foi possível identificar uma escala de lealdade que sinalizasse uma preferência em sua utilização por parte dos pesquisadores da área. Um dos motivos pode ser o que é apontado por Toufaily, Fallu e Ricard (2016). Os autores argumentam que há a sobreposição das medidas de lealdade do mundo real para o ambiente on-line na maioria das escalas utilizadas nos estudos sobre o mundo virtual.

É possível também que a falta de preferência tenha sua origem nas diferentes visões sobre o entendimento do construto. Nesse sentido, Arrivabene, Vieira e Mattoso (2019) esclarecem que, entre as formas de conceituar a lealdade, encontra-se a baseada na ótica comportamental

e na ótica atitudinal. Há ainda a abordagem composta, em que são incorporados elementos comportamentais e atitudinais, como explorado no estudo de Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016).

A dificuldade de entendimento do conceito de lealdade é, segundo Toufaily, Fallu e Ricard (2016), motivo para a escassez de estudos sobre o assunto no ambiente on-line. Essa escassez, embora haja um aparente crescimento no interesse sobre o assunto, é o segundo ponto identificado na revisão sistemática.

Toufaily, Fallu e Ricard (2016) enunciam que são crescentes as pesquisas sobre os elementos que agem sobre a lealdade no ambiente on-line. No entanto, prosseguem os autores, há uma dificuldade na localização de pesquisas que considerem o entendimento e mensuração do conceito. A revisão sistemática indica ainda ser verdadeira tal afirmativa. Após uma seleção inicial de 372 artigos, foram excluídos os textos em duplicidade, bem como os não publicados em revistas científicas, os que não utilizavam métodos quantitativos na análise dos dados, ou aqueles em que as IES não eram as unidades de análises das investigações. Com isso, somente 25 artigos compuseram o banco de dados bruto.

Considerando que foram encontrados artigos cuja amostra abarcava um público que considerava não somente os alunos, o resultado indica uma tendência semelhante à abordada por Toufaily, Fallu e Ricard (2016) quanto à escassez de estudos que visam entender e mensurar o conceito. Por sua vez, os cinco últimos anos concentraram a maior parte dos estudos selecionados, como anteriormente mostrado na Tabela 16. A observação vai ao encontro das conclusões apontadas por Toufaily, Fallu e Ricard (2016) quanto à indicação de crescimento de estudos na área.

Sobre o ponto a respeito da presença dos efeitos da qualidade do serviço e da satisfação sobre a lealdade, Teeroovengadum *et al* (2019) esclarecem que estudos sobre as IES raramente usavam conceitos de marketing como qualidade do serviço, satisfação e fidelidade no passado. Porém, um aumento da competição nesse setor, seja por alunos ou financiamentos, fez emergir a importância do entendimento de tais conceitos para a sobrevivência estratégica das IES (MANATOS; SARRICO; ROSA, 2017).

Com relação à influência da qualidade do serviço sobre a lealdade, entre os artigos do portfólio, por exemplo, Pham, Vu e Tran (2020) dissertaram em seu estudo que, além da confiança, a qualidade do serviço afeta fortemente a intenção de continuação de uso do ambiente on-line. Por sua vez, Sugilar (2020) indicou que a qualidade no serviço das IES com cursos de EaD afeta a lealdade dos alunos, sendo refletida na reinscrição dos alunos.

Sendo mais específicos sobre a questão da qualidade do serviço e sua relação com a lealdade, Pham, Williamson e Berry (2018) estabeleceram que a qualidade do serviço, manifestada em três formas, se associa à lealdade do aluno no ambiente virtual. As três manifestações da qualidade do serviço abordadas pelos autores foram a administrativa, dos materiais do curso de EaD, e a da segurança e privacidade dos estudantes. Além disso, prosseguem os autores, a qualidade geral dos serviços de EaD se relaciona à lealdade de forma positiva e significativa.

Sobre a constante presença da satisfação nos estudos abordados, Gong e Yi (2017) esclarecem que a lealdade é vista como a principal consequência da satisfação. Arifine, Felix e Furrer (2019) ainda sublinham que há uma concentração de estudos envolvendo a relação entre a satisfação e a lealdade.

Ahrholdt, Gudergan e Ringle (2017) explanam que a satisfação é o resultado de julgamento construído à medida que um serviço ou produto é ofertado ao cliente. Com base nessa percepção, prosseguem os autores, quanto mais as expectativas forem atendidas, maiores as chances de um vínculo de lealdade ser gerado. Os artigos do portfólio que tratam do assunto são Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014), Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016), Herman (2017) e Pham *et al* (2019).

O quarto ponto observado foi a existência de poucos estudos sobre a influência da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos de EaD. Ali *et al* (2016) concluíram em seus estudos que a imagem influencia diretamente a lealdade dos alunos das IES, sendo um importante antecedente desse construto. Arrivabene, Vieira e Mattoso (2019) chegaram a conclusão semelhante, também tendo como alvo das pesquisas alunos das IES. Os resultados dos autores sugeriram ser a imagem das IES uma forte influenciadora da lealdade dos estudantes.

A imagem é apontada como influenciadora da lealdade em vários estudos de diversas áreas (TEEROOVENGADUM *et al*, 2019). Apesar de sua importância com relação à lealdade ter

sido observada em estudos anteriores sobre IES (ALI *et al*, 2016; ARRIVABENE; VIEIRA; MATTOSO, 2019; TEEROOVENGADUM *et al*, 2019), a revisão sistemática apontou para uma possível escassez de estudos sobre tal relacionamento no campo da EaD.

Dos 25 artigos que compuseram a parte inicial da revisão sistemática sobre a lealdade dos alunos no contexto da EaD, apenas um, da Silva Tolentino *et al* (2013), verificou a relação entre os dois construtos. Em sua investigação, da Silva Tolentino *et al* (2013) indicaram haver uma significativa, porém baixa, influência da imagem sobre a lealdade. A amostra do estudo, no entanto, foi composta por alunos de ensino presencial que cursavam uma disciplina de forma remota.

Dos oito artigos do portfólio que serviram de base para a discussão a respeito do que foi estudado sobre a lealdade no contexto da EaD nos últimos 30 anos, não foi observado nenhum estudo abordando a relação entre imagem das IES e a lealdade dos alunos. Tais observações levam a crer que a afirmativa de que existem lacunas nos estudos sobre EaD (WANG; HSU, 2013) ainda é verdadeira. Entre tais lacunas, a relação entre os dois construtos sob a ótica dos alunos das IES com EAD pode ser considerada.

Por fim, o quinto ponto sinalizado pela revisão sistemática diz respeito à origem dos alunos componentes da amostra nas pesquisas. Estudos indicaram como limitação a realização dos estudos com amostra obtida em uma única IES. Entre os artigos do portfólio, temos Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014), Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016) e Pham, Williamson e Berry (2018).

Sobre tal assunto, ao sugerirem estudos futuros, Pham, Williamson e Berry (2018) indicam que deve haver uma seleção de estudantes de diversas IES para compor amostra de estudos futuros na área. Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014), por sua vez, sinalizaram que seus resultados não poderiam ser generalizados, pois envolviam uma amostra composta por usuários de uma mesma ferramenta de EaD. Em sequência, Martínez-Arguelles e Batalla-Busquets (2016), apesar de indicarem que seus estudos tiveram a participação de alunos de vários cursos, todos eram da mesma IES. Os autores sugeriram a realização da pesquisa em outras IES, buscando verificar se os resultados obtidos confirmariam as conclusões de seus estudos.

Outras duas investigações tiveram como unidade de análise apenas uma IES com curso de EaD, mas não apontaram tal elemento como limitador do estudo ou sugeriram que estudos futuros abarcassem maior quantidade de IES em suas análises. Encontram-se nesse grupo as pesquisas de Flavián, Longás e Lozano (2013) e Herman (2017).

Foi feito o reconhecimento de campos a serem explorados, tendências de pesquisas e identificação de abordagens comumente presentes no estudo sobre a lealdade no contexto da EaD. Sendo a revisão sistemática norteada pelos objetivos da pesquisa, e sofrendo influência das escolhas e percepções do pesquisador, é importante sublinhar que outros pontos poderiam ter sido observados por outros pesquisadores.

2.3.1.7 Conclusão da revisão sistemática sobre a lealdade dos alunos de EaD

A revisão sistemática sugere que são escassos os estudos sobre a lealdade na EaD, apesar do crescimento de pesquisas sobre o assunto. Além disso, é observado que a influência da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos no ambiente on-line ainda é um campo pouco explorado. Acresce-se a isso a observação de que estudos sobre a lealdade dos alunos de EaD tem, na realização das pesquisas em uma única IES, uma limitação a ser contornada. Tendo isso em vista, o presente estudo optou por explorar conjuntamente tais oportunidades de pesquisa, visando colaborar na redução de tais lacunas na arena de estudo sobre o assunto.

Arrivabene, Vieira e Mattoso (2019) manifestam que a lealdade é refletida nas taxas de abando dos alunos, suas recomendações e intenção de prosseguimento nos estudos na instituição. Ou seja, tanto as receitas da instituição, quanto a necessidade de recrutamento de novos alunos e a publicidade gratuita positiva são impactadas pela lealdade (DAUD; AMIN; KARIM, 2020). Quanto mais consistente for a lealdade, mais positivos serão, aos olhos das IES, cada um desses aspectos. Dessa forma, avançar nos estudos sobre a lealdade dos alunos no contexto da EaD permitirá melhor compreensão de como ela é estabelecida nessa modalidade de ensino.

Pham *et al* (2019) argumentam que o estudo da lealdade e os fatores que a ela são relacionados são abordados de forma extensiva no ensino tradicional. Por outro lado, acrescentam Chandra *et al* (2019), ainda são escassos os estudos que verificam as relações entre a imagem das IES com tal construto.

Sabe-se que a lealdade é influenciada significativamente pela imagem das IES (SUBRAHMANYAM; SHEKHAR, 2017). Em pesquisas envolvendo a educação presencial, a relação entre imagem das IES e a lealdade dos alunos foi testada, como por exemplo, nas investigações de Ali *et al* (2015), Schlesinger, Cervera e Pérez-Cabañero (2016) e Masserini, Bini e Pratesi (2018). É importante desenvolver mais estudos conectando os dois construtos, no contexto da EaD, para melhor compreensão de tal relacionamento.

Por fim, a respeito da observação envolvendo a realização de pesquisas em uma única IES, Brutus, Aguinis e Wassmer (2013) esclarecem que as limitações do estudo são aquelas que podem impactar na interpretação dos resultados da pesquisa. Assim, tais limitações representam uma oportunidade para a realização de pesquisas futuras (AGUINIS; EDWARDS, 2014).

Latif *et al* (2017) argumentam que há uma diferenciação entre o que é experienciado por consumidores de quaisquer serviços, da experiência vivenciada por alunos, em função da complexidade do serviço ofertado pelo setor da educação. Tendo isso em vista, capturar tal complexidade, cobrindo uma maior diversidade possível de respondentes, colaboraria para uma melhor compreensão do fenômeno a ser estudado, contribuindo para o aprimoramento dos conhecimentos até então estabelecidos.

2.4. HIPÓTESES E MODELO DE PESQUISA

Para identificar os efeitos da experiência de fluxo sobre a percepção da imagem das IES, e os efeitos desta sobre a lealdade dos alunos da EaD, torna-se necessário elaborar um modelo de pesquisa. Para tanto, a seguir serão apresentadas as hipóteses constituídas a partir da revisão teórica e conceitos envolvendo a experiência de fluxo, imagem das IES e lealdade dos alunos de EaD.

2.4.1. Os Efeitos da Experiência de Fluxo Sobre a Imagem das IES

A experiência de fluxo é aquela em que o indivíduo atinge um estado psicológico positivo e se vê intensamente envolvido com a tarefa em execução, não havendo nada mais importante do que o que está sendo executado (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a). Pessoas experienciando o

fluxo estão fortemente motivadas e demonstram intenso interesse na tarefa, chegando a perder o senso do tempo decorrido (CSIKSZENTMIHALYI, 1990).

Ozakara, Ozmen e Kim (2017) ressaltam a aceitação na literatura da experiência como sendo uma vivência de efeitos positivos. Nesse sentido, em seus estudos sobre marketing de eventos, Drengner, Gaus e Jahn (2008) concluíram que um objeto pode ter a percepção de sua imagem manipulada em função da experiência de fluxo. Estabelecem os autores que, na medida em que o indivíduo é envolvido no processo, deixando de agir passivamente, quanto mais positivo for o fluxo experienciado, mais favorável será o impacto na percepção da imagem do evento em análise.

Pesquisadores como Liao (2006), Guo *et al* (2016) e Drengner, Jahn e Furchheim (2018) apontaram em seus estudos que o ambiente virtual de aprendizagem também proporciona aos indivíduos a possibilidade de experienciar o fluxo na execução de suas atividades de estudo. Segundo Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a), há uma identificação da experiência como um elemento que desperta atitudes positivas no ambiente de aprendizagem virtual.

Outros pesquisadores comprovaram os efeitos positivos que a experiência de fluxo exerce sobre os alunos no ambiente on-line. Huang, Rauch e Liaw (2010) constataram que as tecnologias usadas em ambientes de aprendizagem virtuais são propensas à ocorrência da experiência de fluxo, tornando a aprendizagem mais agradável em tais ambientes. Na mesma linha de pensamento, Esteban-Millat *et al* (2018) indicam que os alunos deixam de agir motivados por recompensas, e passam a realizar as tarefas acadêmicas movidos pelo prazer proporcionado pelo fluxo experienciado.

Para Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a), a experiência aumenta a disposição do aluno em perceber positivamente a IES que oferta o serviço a ele. Portanto, Esteban-Millat *et al* (2018) apontam a experiência de fluxo como um elemento importante que deve ser considerado ao se analisar e descrever as interações ocorridas no ambiente virtual de aprendizagem. Tal importância também é sublinhada por Guo *et al* (2016) ao sugerirem que no ambiente on-line a percepção do indivíduo é impactada pela experiência de fluxo vivenciada.

Se for considerado, apoiado pelo estudo de Dowling (1986), que a imagem é um fenômeno que envolve a percepção, sendo elaborada em função das experiências proporcionadas quando o indivíduo interage com a instituição; acrescido ao entendimento de Kuo e Tang (2013) de que a imagem está associada a um objeto, sendo originada pela totalidade das impressões formadas por um indivíduo ao observá-lo; pode-se trazer ao âmbito da EaD a discussão levantada por Drengner, Gaus e Jahn (2008) sobre marketing de eventos, de que a imagem pode sofrer influência da experiência de fluxo.

Em seus estudos sobre práticas on-line, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2014) abordaram que, nas interações indivíduo-computador, não são somente as crenças do indivíduo a respeito do valor da interação que agem sobre a percepção dessa ação. Para os autores, tais experiências também são impactadas por outros fenômenos de natureza psicológica, como a experiência de fluxo.

A respeito da experiência de fluxo, é sustentado por Esteban-Millat *et al* (2018) que ela influencia no grau de envolvimento do aluno e seus resultados, agindo positivamente sobre a facilidade de uso do ambiente virtual de aprendizagem, suas ferramentas e serviços ofertados pelas IES. Além disso, apontam os mesmos autores, o fluxo experienciado agrega mais valor ao que está sendo apresentado.

Por sua vez, a respeito da imagem das IES, Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017) abordam que esta refere-se à percepção total sobre a instituição, sendo formada na mente dos alunos. Tal percepção é consequência de um constante *feedback*, envolvendo o indivíduo e a organização, onde um, simultaneamente influencia e sofre influência do outro, explanam os mesmos autores. Em tal processo, sustentam Doña-Toledo, Luque-Martínez, e Del Barrio-García (2017), são considerados os estímulos acumulados pelo indivíduo no contato com a IES.

Partindo do entendimento de que a experiência de fluxo pode ser experienciada pelos alunos em ambientes virtuais de aprendizagem (GUO *et al*, 2016); que tal experiência é um estado psicológico altamente agradável (CSIKSZENTMIHALYI, 2014b); e que exerce influência nas percepções resultantes da interação homem-computador (RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2014); sendo a imagem um fenômeno em que a percepção do indivíduo interfere em seu processo de elaboração (DOWLING, 1986), propõe-se que:

Hipótese 1: A experiência de fluxo vivenciada pelos alunos de EaD influencia positiva e significativamente a imagem das IES.

2.4.2. Os Efeitos da Imagem das IES Sobre a Lealdade dos Alunos de EaD

O indivíduo elabora a imagem de uma instituição ao entrar em contato com esta, e de tal imagem são geradas respostas afetivas e comportamentais (DRYDAKIS, 2015). Entre as respostas geradas pela imagem, abordam Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018), a lealdade está entre as analisadas.

A lealdade é estudada em diversas áreas, e variados estudos apontam ser o construto influenciado pela imagem (TEEROOVENGADUM *et al*, 2019). No âmbito das IES, tal relação foi foco de estudos como os de Ali *et al* (2016), Masserini, Bini e Pratesi (2018) e Teeroovengadum *et al* (2019).

Alves e Raposo (2010) expuseram em seus estudos que a imagem da IES é o construto que prediz mais fortemente as atitudes positivas dos estudantes universitários, impactando na lealdade dos alunos de forma benéfica. Resultado corroborado por Ali *et al* (2016) ao sublinhar que a percepção favorável da imagem das IES aumenta a predisposição à lealdade de seus alunos, ressaltando a importância da imagem como antecedente da lealdade.

Alwi e Kitchen (2014) aprofundam o debate, assinalando que a contribuição da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos surge da capacidade de atração que uma imagem positiva desperta em funcionários, alunos e agências de fomento. Para os autores, a imagem favorável colabora na atração de profissionais mais qualificados, parcerias de financiamento de projetos, permitindo melhor capacitação dos alunos, que, obtendo melhores classificações nos *rankings* de avaliação, tornam-se mais leais às IES.

A importância da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos também é sugerida por Masserini, Bini e Pratesi (2018) ao enfatizarem em sua pesquisa que a imagem das IES ocupa papel crucial na relação com a lealdade dos alunos. Segundo os autores, tal importância exige a adoção de estratégias de marketing que garantam a elaboração de uma imagem distinta da instituição, em relação a outras do setor, ganhando uma vantagem competitiva, por meio da lealdade dos alunos.

Teeroovengadum *et al* (2019) sugerem que a lealdade dos alunos pode ser reforçada pela gestão das IES ao melhorar a imagem percebida por tal audiência. Ao encontro com tal pensamento, Daud, Amin e Karim (2020), após observarem a influência positiva da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos, destacaram o papel da gestão da imagem em tal processo. Para os autores, a manutenção de ações que permitam a projeção de uma imagem positiva da IES reforçará a ideia de os alunos terem feito a escolha correta e aumentará o seu nível de lealdade em relação à instituição. Em tais ações, explicam os mesmos autores, estão compreendidas a manutenção de uma boa estrutura acadêmica, forte perfil acadêmico, ambiente agradável, entre outras. A pesquisa de Daud, Amin e Karim (2020) foi realizada no campo da EaD, sendo feita com alunos de cursos livres e de diversos graus de estudo.

Por outro lado, tendo como respondentes de cursos presenciais, matriculados em uma disciplina ofertada de forma remota, da Silva Tolentino *et al* (2013) abordaram seu estudo como abrangendo a EaD. Os autores não encontraram um relacionamento tão expressivo na relação entre imagem das IES e lealdade dos alunos. Os mesmos autores indicaram que, apesar de a relação entre os construtos ter se mostrado significativa, tal relação foi baixa.

Os impactos da imagem sobre a lealdade foram testados e corroborados tendo por base as IES de ensino presencial (ALI *et al*, 2016; ALVES; RAPOSO, 2010; ALWI; KITCHEN, 2014; MASSERINI; BINI; PRATESI, 2018; TEEROOVENGADUM *et al*, 2019). Porém, foram identificadas divergências quanto à força do relacionamento entre os estudos de Daud, Amin e Karim (2020) e da Silva Tolentino *et al* (2013), que foram realizados no contexto da EaD.

Dessa forma, tendo em vista que o contexto de serviços no ambiente on-line é potencialmente menos favorável à lealdade (MARTÍNEZ-ARGUELLES; BATALLA-BUSQUETS; 2016); e que alunos do ensino presencial e da EaD interagem de forma diferenciada com as IES, ocasionando dissemelhanças nas percepções geradas em tais interações (KAUFFMAN, 2015), torna-se importante aprofundar os conhecimentos da relação entre imagem das IES e a lealdade dos alunos na esfera da EaD.

Considerando que a elaboração da imagem de uma instituição gera respostas no indivíduo a respeito desta (DRYDAKIS, 2015); que a lealdade é uma das respostas geradas pela imagem, sendo influenciada por ela (TEEROOVENGADUM *et al*, 2019); e que tal relação foi estudada no ambiente das IES, indicando os efeitos positivos em tal relacionamento na esfera do ensino

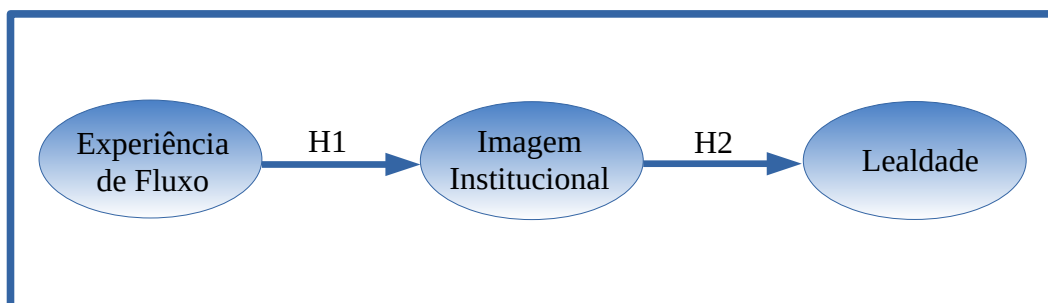
presencial (ALI *et al*, 2016); em consonância com os estudos de Alves e Raposo (2010), que entre outros apresentados neste tópico, estabeleceram ser a lealdade dos alunos positivamente impactada pela imagem das IES, propõe-se que:

Hipótese 2: A imagem das IES influencia positiva e significativamente a lealdade dos alunos de EaD.

2.4.3. O Modelo de Pesquisa

Segundo Hair *et al.* (2014) o modelo é utilizado para representar uma teoria, ou seja, a teoria pode ser retratada de forma ilustrativa. Dessa forma, considerando os relacionamentos e as indicações de dependência entre os construtos, conforme abordado ao se apresentar as hipóteses do estudo, foi elaborado o modelo de pesquisa. O modelo visa estudar os efeitos da experiência de fluxo sobre a imagem das IES, e desta, sobre a lealdade dos alunos de EaD conforme pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 – Modelo de Pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A revisão da literatura permitiu que hipóteses fossem formuladas para o estudo. A seguir, é apresentado o desenho metodológico elaborado para se atingir os objetivos da pesquisa. Primeiro, é abordada a caracterização da pesquisa, a identificação da população, além dos critérios que embasaram a definição da amostra. Em seguida, aspectos relacionados ao instrumento de coleta, tratamento e procedimentos de análise dos dados são apresentados. Por fim, são apresentados aspectos relacionados ao pré-teste e à coleta dos dados.

3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Uma pesquisa pode ser classificada tomando por base o seu delineamento, o que traz implícita a ideia tanto de modelo, quanto de plano (GIL, 2008). Dessa forma, esta pesquisa é classificada como um levantamento de campo. Gil (2008) esclarece que no levantamento de campo um número significativo de participantes é interrogado acerca do problema em estudo, sendo seguido por uma análise quantitativa dos dados, para a obtenção das conclusões do estudo. Quanto aos fins, a investigação é causal, tendo em vista o levantamento de variáveis que são determinadas em função de outras, com hipóteses testadas por meio de análise empírica, considerando o modelo formulado (AAKER; KUMAR; DAY, 2004).

A pesquisa é de corte transversal, uma vez que, abordam Rindfleisch *et al* (2008), os respondentes não participaram da pesquisa em mais de uma ocasião ao longo do tempo, para demonstrar uma evolução da percepção a respeito do assunto pesquisado. Na área de marketing, segundo Malhotra (2011), tal tipo de pesquisa é a mais aplicada, sendo apresentado como resultado o que seria uma fotografia das percepções ou opiniões dos elementos componentes da amostra no momento da realização da pesquisa.

A pesquisa é de natureza quantitativa, no que tange à sua abordagem, e descritiva, quanto aos objetivos. Greener (2008) aponta que pode ser classificada como pesquisa quantitativa aquela em que as informações coletadas são tratadas por meio da estatística, visando à resolução do problema em questão. Segundo o mesmo autor, pesquisas descritivas são aquelas em que não há interferência do pesquisador no que está sendo pesquisado, cabendo apenas o registro, análise, classificação e interpretação dos dados. Acrescenta Malhotra (2011) que, nas ciências

sociais e pesquisas de marketing, a maior parte das pesquisas é realizada com essa perspectiva.

3.2. CARACTERIZAÇÃO DA UNIDADE DE PESQUISA

Para alcançar o objetivo proposto pelo estudo, a unidade de análise considerada na pesquisa foi composta pelas IES com cursos de graduação a distância a que o pesquisador teve acesso, sendo desconsiderados os cursos de natureza semipresencial. A opção por se desconsiderar os cursos de natureza semipresencial fundamenta-se na Portaria nº 1.134/2016, do Ministério da Educação. Segundo a portaria, o ensino semipresencial é aquele em que as disciplinas ofertadas na modalidade a distância não ultrapassam 20% da carga horária do curso (BRASIL, 2016). Observa-se, portanto, no artigo 1º da portaria, que o curso oferecido é de natureza presencial, sendo ofertadas apenas algumas disciplinas na modalidade a distância.

A escolha das IES não foi limitada a uma determinada área geográfica ou a um número fixo de instituições devido ao desejo de se captar a percepção de alunos de diferentes regiões geográficas. O motivo da decisão fundamenta-se em Sahid, Nugroho e Santosa (2016), que abordaram haver na EaD múltiplas percepções em função das diversas necessidades que os alunos buscam atender ao aderir a tal modalidade.

Os alunos da modalidade EaD constituem a unidade de observação do estudo. A escolha se sustenta na observação de Skordis-Worrall *et al* (2015), que apontam ser necessário o desenvolvimento de mais pesquisas que considerem a percepção dos alunos de EaD. Por consequência, a população do estudo englobou todos os alunos de graduação a distância, regularmente matriculados nas IES, independente da área e da natureza da mesma, se pública ou particular.

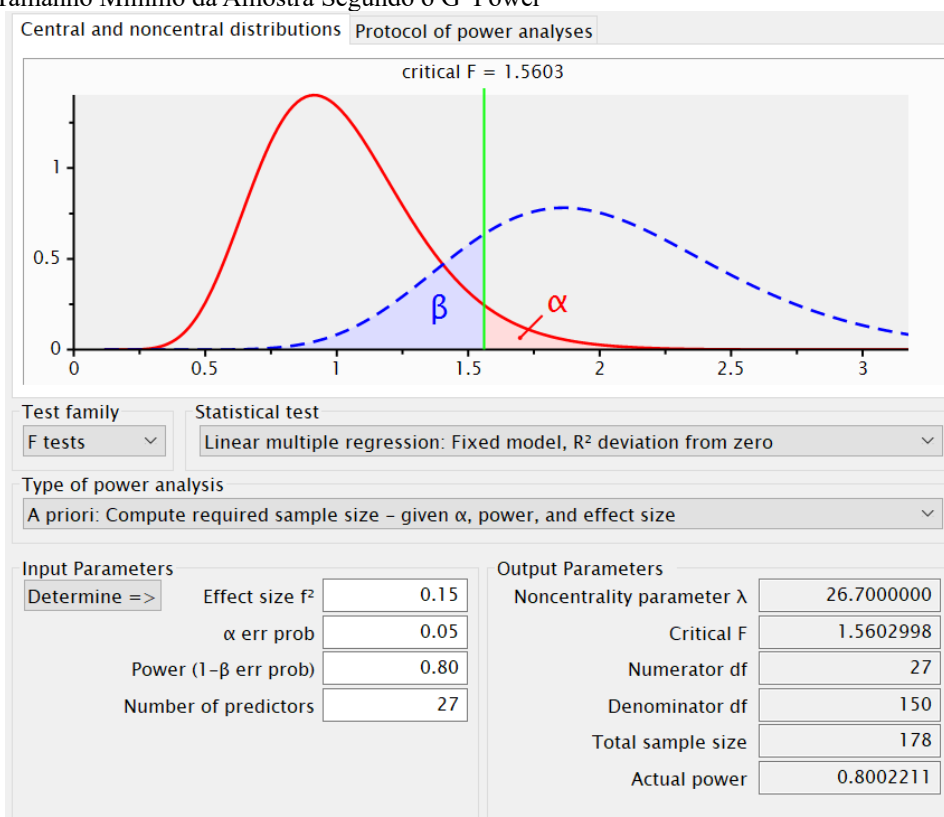
3.3. TAMANHO DA AMOSTRA

A identificação da quantidade mínima de respondentes necessária para compor a amostra do estudo tomou por base duas diferentes abordagens. Hair *et al.* (2014) defendem que, no uso de modelagem de equações estruturais, a amostra mínima deve ser considerada tomando por base o maior valor entre dois parâmetros. Esclarecem os autores que a quantidade de caminhos do modelo estrutural, ou a de indicadores do construto com mais indicadores formativos, do

modelo de mensuração, ambos multiplicados por dez, indicam a quantidade mínima da amostra. O modelo estrutural da pesquisa possui dois caminhos, e o único construto formativo do modelo (Imagem Institucional) possui três indicadores. Portanto, temos como valores mínimos da amostra 20 e 30 respondentes, respectivamente.

Outra forma para que a amostra mínima seja calculada é considerando o valor apresentado pelo software G*Power (FAUL *et al.*, 2009). Hair *et al.* (2014) estabelecem como recomendado os valores do poder estatístico e tamanho do efeito (f^2), de 0,80 e 0,15, respectivamente. Para o cálculo da amostra, foram esses os valores considerados, além do nível de confiança de 95%. Como resultado, foi apontado o mínimo de 178 respondentes, conforme demonstrado na Figura 2.

Figura 2 – Tamanho Mínimo da Amostra Segundo o G*Power



Fonte: Software G*Power

Visando uma maior consistência na avaliação do modelo, é sugerido por Ringle, Silva e Bido (2014) considerar o dobro ou triplo do valor obtido como sendo o mínimo do tamanho amostral identificado pelo Software G*Power. Assim sendo, a amostra mínima a ser atingida seria entre 356 e 534 respondentes.

Considerando as duas abordagens, o valor mínimo de respondentes necessário para o tratamento dos dados foi obtido, tendo em vista que a amostra do estudo foi de 428 respondentes, tendo sido utilizados 357 respostas após o tratamento inicial dos dados. Para o estudo, a amostra obtida foi não probabilística.

Kothari (2004) explana que a não aleatoriedade na seleção da amostra é o que caracteriza a amostragem não probabilística, podendo tal tipo de método de amostragem ser adotado em função da vantagem de tempo e recursos exigidos. Acrescenta o mesmo autor que, na amostragem não probabilística, não há base para ser calculada a probabilidade de inclusão de qualquer elemento da população na amostra do estudo.

3.4. INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os dados foram levantados por meio de uma *survey*. Segundo Hair *et. al* (2014), o levantamento *survey* emprega um questionário estruturado para reunir informações a partir de uma amostra significativa da população.

Todas as variáveis foram medidas por meio de escala do tipo *Likert*, contendo sete pontos, sendo um (1) representando total discordância e sete (7), total concordância à sentença apresentada. A escala *Likert*, atestam Klooster, Visser e de Jong (2008), apresenta maior adequação quando se objetiva mensurar a imagem institucional por meio de uma impressão geral. Por sua vez, a escolha por se utilizar no questionário a escala de sete pontos se embasa nas observações de Allen e Seaman (2007), que sentenciam que ela atinge limites superiores de confiabilidade da escala.

Todas as escalas foram traduzidas para o português, sendo o processo realizado conjuntamente por dois doutores em letras que atuam na academia. Tal processo se mostrou necessário. Segundo Slavec e Drnovšek (2012), há necessidade da diminuição dos impactos causados nos construtos e variáveis mensuradas, ocorridas em função das dissemelhanças culturais e de linguagem. A escolha por doutores em letras para a tradução das escalas se deu em virtude dos mesmos conhecerem o universo das IES e estarem familiarizados com o cotidiano dos alunos, o que facilitou a aproximação das questões à realidade e entendimento dos discentes.

O instrumento de pesquisa elaborado possui três partes. Na primeira parte, constam o título da pesquisa, o esclarecimento a respeito da natureza do estudo, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, e posterior solicitação à participação do respondente. Em seguida, são expressas instruções sobre o preenchimento do formulário, e apresentadas perguntas a respeito da experiência de fluxo (questões de 01 a 27), imagem das IES (questões de 28 a 30) e lealdade dos alunos (questões de 31 a 36). Por fim, tem-se perguntas para a caracterização dos respondentes. Neste ponto, as perguntas referentes ao sexo e faixa etária foram retiradas das categorias do Censo Demográfico 2010, sobre população e domicílios, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2011). O instrumento de pesquisa encontra-se no Apêndice A.

3.4.1. Operacionalização dos Construtos

Os construtos foram operacionalizados por meio de escalas que tiveram sua validação em estudos anteriores. A experiência de fluxo foi mensurada por meio da escala de Jackson e Eklund (2002); a imagem das IES, por meio da escala de Nguyen e LeBlanc (2001) e a lealdade dos alunos, pelas escalas de Chiou e Droge (2006) e Kuenzel e Halliday (2008).

A experiência de fluxo é vista como uma construção complexa, multidimensional, sendo refletida em nove dimensões, ou seja, admite-se a experiência como um construto oculto de ordem superior (SHIN, 2006). Evidências conceituais e empíricas dão suporte a tal visão (ENGESER; SCHIEPE-TISKA, 2012). Além disso, ela foi adotada, tendo em vista que foi comprovado o seu melhor ajuste ao se ter a experiência de fluxo captada empiricamente (SIEKPE, 2005).

Jackson e Eklund (2002) elaboraram a escala para captar as nove dimensões da experiência de fluxo. As nove dimensões são equilíbrio entre desafio e habilidade, objetivos claros, *feedback* imediato, senso de controle, fusão entre ação e consciência, perda da autoconsciência, distorção do tempo, concentração e experiência autotélica (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a).

Tal escala é uma ferramenta que apresentou validade e utilidade em pesquisas que mensuraram as nove dimensões da experiência (FOURNIER *et al*, 2007), e foi usada em outros estudos, como Fournier *et al* (2007), Jackman, Crust e Swann (2017) e Drengner, Jahn e Furchheim (2018).

Quadro 10 – Indicadores das nove dimensões da experiência de fluxo

Construto	Indicadores	Referências
Experiência de Fluxo	<p>Equilíbrio entre desafio e habilidade (EQ)</p> <p>EQ1 - Percebe que as habilidades nivelam-se ao desafio da tarefa. EQ2 - Sente ser competente para executar a tarefa desafiadora. EQ3 - Percebe o desafio e as habilidades exigidas na tarefa, igualmente altos.</p>	Csikszentmihalyi (1990); Csikszentmihalyi (2014a); Jackson e Eklund (2002)
	<p>Objetivos claros (OB)</p> <p>OB1 - Sabe claramente o que quer fazer em cada atividade. OB2 - Entende fortemente o que deve ser feito em cada atividade. OB3 - Sabe qual resultado quer alcançar na tarefa.</p>	
	<p>Feedback imediato (FD)</p> <p>FD1 - Percebe o quão bem está se saindo. FD2 - Sente-se bem a respeito do bom desempenho. FD3 - Sabe o quão bem está se saindo com base no desempenho.</p>	
	<p>Senso de controle (SC)</p> <p>SC1 - Sente ter controle sobre a situação. SC2 - Sente poder controlar suas ações. SC3 - Tem uma sensação de controle total.</p>	
	<p>Fusão entre ação e consciência (FS)</p> <p>FS1 - Age de forma espontânea e natural. FS2 - Executa a tarefa e ao mesmo tempo pensa sobre ela. FS3 - Age como consequência natural dos pensamentos.</p>	
	<p>Perda da autoconsciência (AC)</p> <p>AC1 - Não se preocupa com o que os outros pensam AC2 - Não se preocupa com nada ao redor. AC3 - Não se preocupa em como se comporta.</p>	
	<p>Distorção do tempo (DT)</p> <p>DT1 - Percebe a passagem do tempo diferente do normal. DT2 - Sente que o tempo passa rapidamente. DT3 - Perde a noção do tempo.</p>	
	<p>Concentração (CN)</p> <p>CN1 - Foca a atenção inteiramente no que faz. CN2 - Fica totalmente concentrado. CN3 - Fica completamente focado na tarefa.</p>	
	<p>Experiência autotélica (prazer) (EA)</p> <p>EA1 - Gosta da experiência. EA2 - Quer repetir a experiência. EA3 - Sente-se bem com a experiência.</p>	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O construto imagem se fundamenta na percepção que o público tem acerca da instituição ao comparar e avaliar as características desta com outras (GÜNALAN; CEYLA, 2014). Na investigação, a imagem representa a forma como a IES é reconhecida, baseada no conjunto de crenças, valores, sentimentos e impressões pessoais, sobre a instituição

(KARAOSMANOGLU; MELEWAR, 2006), sendo mensurada considerando sua visão global.

Quadro 11 – Indicadores da imagem das IES

Construto	Indicadores	Referência
Imagem das IES	IM1 - Considera a imagem da IES boa. IM2 - Considera que os outros acham a imagem da IES boa. IM3 - Considera a imagem da IES melhor que das outras IES.	Nguyen e LeBlanc (2001)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Foi abordado por Wang *et al* (2018) que os aspectos atitudinais e comportamentais da lealdade não podem ser considerados como excludentes. Diante disso, o presente estudo adota a visão composta ou contingencial da lealdade. Rather (2018) explana que em tal visão são incorporadas medidas de comportamento e atitude relacionadas à lealdade, permitindo compreender holisticamente o construto lealdade. A visão contingencial da lealdade foi adotada, por exemplo, nos estudos de Rather (2018), Raza *et al* (2020) e Sop e Kozak (2019). As escalas usadas para a mensuração do construto lealdade (LEA) foram utilizadas em estudos anteriores, como Choi e Hyun (2017) e Rather (2018) e So, King e Sparks (2014).

Quadro 12 – Indicadores da lealdade dos alunos

Construto	Indicadores	Referências
Lealdade dos Alunos	LE1 - Recomenda o curso que faz. LE2 - Incentiva amigos a estudar na IES. LE3 - Diz coisas positivas sobre a IES. LE4 - Faria outros cursos na IES. LE5 - É fiel à IES. LE6 - Disposto a continuar matriculado na IES.	Chiou e Droge (2006); Kuenzel e Halliday (2008)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

3.5. TRATAMENTO DOS DADOS

Os dados foram tratados visando a confiabilidade e significância da amostra. Preliminarmente, foram verificadas inconsistências e identificados os *outliers*. Hair *et al* (2009) clarificam que as observações com características notavelmente diferenciadas das outras são considerados *outliers*. Seguindo os mesmos autores, a distância de *Mahalanobis* foi utilizada como parâmetro para a identificação dos *outliers* multivariados. A análise foi realizada por meio do software IBM SPSS®.

Antes disso, por meio de uma análise visual, foram excluídos da amostra os respondentes que apresentaram respostas de igual valor na escala *Likert* para todas as variáveis. Após as duas verificações feitas, da amostra inicial de 428 respondentes, foram excluídos 71 casos, prosseguindo o estudo com 357 respostas válidas para a análise dos dados.

Não foram identificados dados ausentes ou perdidos nos questionários, pois o instrumento de coleta não permitia o envio de respostas sem o preenchimento de todos os campos. A falta de resposta em função do esquecimento ou mau preenchimento do participante configuram os dados perdidos (HAIR *et al*, 2009).

O teste de um fator de *Harman* foi a escolha para a verificação de viés de método comum. Podsakoff *et al* (2003) abordam que o viés de método comum se refere à possibilidade da variância ser atribuída ao método de medição aplicado, e não aos construtos que as medidas representam. Tal viés, acrescentam os autores, pode ocasionar um erro de medição, ameaçando a validação das conclusões das análises dos relacionamentos entre o que está sendo medido.

Segundo Podsakoff *et al* (2003), o teste apresenta limitações, como a probabilidade de se obter mais de um fator à medida que o número de variáveis aumenta, bem como a ausência de parâmetros a respeito do quanto de variação deve ser extraído pelo fator único gerado. Apesar das limitações apontadas, para o teste foi realizada uma análise fatorial exploratória com o carregamento de todas as variáveis do estudo. Mais de um fator emergiu como resultado da análise. Além disso, todas as variáveis do modelo foram agrupadas em um único fator, por meio da análise fatorial de componentes principais. As variáveis explicaram 32% do fator criado.

Podsakoff *et al* (2003) esclarecem que, se na análise fatorial realizada para o teste, emergir um único fator ou se um fator geral responder pela maior parte da covariância entre as medidas, o viés do método está presente no estudo. Considerando que nenhuma das duas condições apresentadas pelos autores se fizeram presentes, pode-se sinalizar que o viés de método comum não se faz presente no estudo.

Hair, Howard e Nitzil (2020) sinalizam que PLS-SEM não assume dados com distribuição normal. Por isso, foi verificada a normalidade dos dados. Wang *et al* (2017) discorrem que os testes *Kolmogorov-Smirnov* e *Shapiro-Wilk* estão entre as estatísticas de utilização mais ampla

para a validação da normalidade apresentando alto desempenho nas diversas ocasiões em que são aplicados. Ambos os testes foram utilizados e os resultados apresentados na Tabela 19.

Kuczman *et al* (2017) explicam que, nos testes *Kolmogorov-Smirnov* e *Shapiro-Wilk*, as variáveis que apresentam resultado estatístico superior 5% ($p > 0,05$) não apresentam distribuição normal. A verificação da normalidade dos dados indicou que estes apresentaram distribuição que se difere da distribuição normal, de forma significativa ($p < 0,01$), evidenciando a adequação do método dos Mínimos Quadrados Parciais (PLS) para a testagem das hipóteses do estudo.

Apesar de não ser a única alternativa para analisar dados com distribuição não normal, a escolha pelo método dos Mínimos Quadrados Parciais (PLS) se baseia em Sarstedt, Ringle e Hair (2017). Os autores argumentam que o método permite que modelos complexos, envolvendo muitas variáveis indicadoras e diversos construtos, possam ser estimados, principalmente quando a previsibilidade entre os construtos, é o objetivo a ser atingido. Outras alternativas para análise de dados quando os pressupostos da normalidade não são atendidos, são, por exemplo, o Mínimos Quadrados Ponderados Ajustados para Média e Variância, Máxima Verossimilhança, indica Suh (2015).

Tabela 19 – Testes Sobre a Distribuição Normal dos Dados

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estatística	gl	Sig.	Estatística	gl	Sig.
Equilíbrio Entre Desafio e Habilidade	0,090	357	<0,001	0,955	357	<0,001
Objetivos Claros	0,114	357	<0,001	0,934	357	<0,001
<i>Feedback</i> Imediato	0,105	357	<0,001	0,943	357	<0,001
Senso de Controle	0,101	357	<0,001	0,947	357	<0,001
Fusão Entre Ação e Consciência	0,127	357	<0,001	0,911	357	<0,001
Perda da Autoconsciência	0,106	357	<0,001	0,931	357	<0,001
Distorção do Tempo	0,167	357	<0,001	0,866	357	<0,001
Concentração	0,116	357	<0,001	0,934	357	<0,001
Experiência Autotélica	0,217	357	<0,001	0,784	357	<0,001
Imagem das IES	0,198	357	<0,001	0,808	357	<0,001
Lealdade dos Alunos	0,287	357	<0,001	0,631	357	<0,001

^a Correlação de Significância de Lilliefors

Fonte: Software IBM SPSS®.

3.6. PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

Visando atingir os objetivos da pesquisa e testar as hipóteses levantadas, fez-se uso da modelagem de equações estruturais – SEM. Hair *et. al* (2014) esclarecem que a SEM objetiva explicar a forma como as variáveis se relacionam, sejam elas independentes ou observadas. Além disso, com a SEM as equações são tratadas simultaneamente, o que colabora na verificação conjunta dos relacionamentos entre construtos do modelo (HAIR *et al*, 2009).

A SEM foi conduzida por meio da técnica dos Mínimos Quadrados Parciais – PLS. Hair, Ringle e Sarstedt (2011) explicam que a PLS-SEM tem por objetivo maximizar a variância explicada dos constructos dependentes, estabelecer a significância dos caminhos do modelo e avaliar a qualidade do modelo de mensuração. Para tanto, foi utilizado o *SmartPLS 3.0*®, sendo duas fases realizadas no manuseio do *software*. Na primeira, visando a avaliação da validade e o grau de confiabilidade dos construtos componentes do modelo da pesquisa, o modelo de mensuração foi analisado. Na segunda, as hipóteses foram testadas ao se analisar o modelo estrutural.

Havendo uma teoria estabelecida ou certo nível de conhecimento a respeito do relacionamento entre as variáveis e destas com os conceitos teóricos, a análise fatorial confirmatória é utilizada pelos pesquisadores (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020). Tendo em vista que todas as escalas utilizadas na pesquisa compuseram estudos anteriores, e o modelo apresentado baseia-se na teoria, procedeu-se a análise fatorial confirmatória.

Para se trabalhar com a SEM, Hair *et al.* (2014) estabelecem alguns estágios que devem ser seguidos pelo pesquisador: (1) um modelo teórico deve ser desenvolvido pelo pesquisador; (2) um modelo de mensuração deve ser especificado; (3) os resultados do modelo de mensuração devem ser calculados; (4) em seguida deve-se medir os resultados do modelo estrutural; (5) os resultados obtidos devem ser avaliados; (6) os resultados devem ser interpretados e elaboradas conclusões a respeito do modelo.

3.7. CRITÉRIOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

Para avaliar os resultados obtidos a respeito dos modelos de mensuração e estrutural, alguns critérios foram estabelecidos. Antes do modelo estrutural ter seus resultados avaliados, é

necessário que seja feita a confirmação dos modelos de mensuração (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020).

O modelo apresentado na pesquisa possui construtos formativos e reflexivos. Sarstedt *et al* (2016) indicam que os modelos reflexivos são aqueles com construções latentes em que a variável latente subjacente afeta, provoca ou influencia as variáveis medidas. Nestes casos, acrescentam Hair, Howard e Nitzil (2020), todos os indicadores refletem as mudanças ocorridas no construto latente. Por outro lado, clarificam os mesmos autores, nos modelos formativos o construto é formado pelas variáveis medidas, de modo que uma mudança no construto latente não ocasiona, necessariamente, uma mudança em todos os indicadores.

3.7.1. Modelo de Mensuração Reflexivo

Baseado em Hair *et al* (2019), no caso dos modelos reflexivos, foram verificadas (1) a confiabilidade do construto, (2) a confiabilidade do indicador, (3) a validade convergente (variância média extraída – AVE), e (4) a validade discriminante. Os critérios de avaliação do modelo de mensuração formativo são apresentados no Quadro 13, sendo os parâmetros apresentados por Hair *et al* (2019).

Quadro 13 – Critérios adotados na análise do modelo de mensuração reflexivo

Critério	Base Teórica	Parâmetro
Confiabilidade do construto (Alfa de Cronbach + confiabilidade composta)	Indica até que ponto o mesmo conceito está sendo mensurado pelos indicadores relacionados ao mesmo construto. (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	Confiabilidade composta: > 0,70 e < 0,90
Confiabilidade do indicador	Sinaliza o quanto as medidas do construto se correlacionam. (HAIR <i>et al.</i> , 2014)	≥ 708
Validade convergente (AVE)	Demonstra a média do quanto dos indicadores é explicado pela construto, comparado à variância geral de seus indicadores. (HENSELER; RINGLE; SARSTEDT, 2015)	≥ 0,50
Validade discriminante (HTMT)	Verifica o grau de distinção de um construto, capturando fenômenos que não se fazem presentes em outros construtos do modelo. (HAIR <i>et al.</i> , 2014)	≤ 0,90

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

3.7.2. Modelo de Mensuração Formativo

Hair, Howard e Nitzil (2020) sinalizam que não podem ser aplicados aos modelos formativos conceitos como confiabilidade composta ou AVE para a sua avaliação. Assim sendo, indicam os autores, os procedimentos para a confirmação dos modelos de mensuração formativos se diferem dos reflexivos. Baseado nos mesmos autores, no caso dos modelos formativos, foram verificadas (1) a validade convergente, (2) a multicolinearidade e (3) tamanho e significância dos indicadores. Os critérios de avaliação do modelo de mensuração formativo são apresentados no Quadro 14, sendo os parâmetros apresentados por Hair *et al* (2019).

Quadro 14 – Critérios adotados na análise do modelo de mensuração formativo

Critério	Base Teórica	Parâmetro
Validade convergente	Verifica até que ponto uma medida está relacionada positivamente com outras do mesmo construto (HAIR <i>et al.</i> , 2014)	$\geq 0,90$ (desejável) $\geq 0,80$ (aceitável) $R^2 \geq 0,81$ (desejável) $R^2 \geq 0,64$ (aceitável)
Multicolinearidade	Indica até que ponto há redundância entre os construtos, sendo altamente correlacionados. (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	$VIF \leq 3,0$
Significância e relevância dos indicadores	Aponta o quanto o indicador contribui para que construto seja formado, excluindo os demais indicadores. (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	Peso externo $\leq 1/\sqrt{N}$ e carregamento externo $\geq 0,5$ $p\text{-value} \leq 0,05$

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Sobre a questão da multicolinearidade, Hair, Howard e Nitzil (2020) explicam que anteriormente o nível aceitável do VIF era de 5. Porém, acrescentam os autores, foram verificadas em pesquisas posteriores que tal valor se apresentava como sendo elevado.

3.7.3. Modelo Estrutural

Após a avaliação do modelo de mensuração, os resultados do modelo estrutural foram analisados. Para a avaliação do modelo estrutural foram verificados, respectivamente, a multicolinearidade, a significância e relevância dos coeficientes de caminhos, o coeficiente de determinação, o tamanho do efeito, e a relevância preditiva (HAIR *et al.*, 2014). Os critérios são apresentados no Quadro 15, sendo os parâmetros apresentados por Hair *et al* (2019).

Quadro 15 – Critérios adotados na análise do modelo estrutural

Critério	Base Teórica	Parâmetro
Multicolinearidade	Indica até que ponto há redundância entre os construtos, sendo altamente correlacionados. (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	$VIF \leq 3,0$
Significância e relevância dos coeficientes de caminhos	Permite testar os relacionamentos estabelecidos entre os construtos, sendo que se os valores se aproximam de 0, a previsibilidade dos construtos dependentes é fraca. (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	Entre -1 a +1 (Se próximo de 0, a previsibilidade dos construtos dependentes é fraca)
R^2 (coeficiente de determinação)	Medida onde a previsão do modelo estrutural é avaliada, em termos amostrais, ou seja, o quanto os construtos endógenos são preditos na amostra observada (SARSTEDT <i>et al</i> , 2014).	> 0,75 (substancial) > 0,50 e \leq 0,75 (moderado) \geq 0,25 e \leq 0,50 (fraco).
f^2 (tamanho do efeito)	Estimativa da previsão da capacidade dos construtos independentes no modelo. (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	> 0,35 (grande) > 0,15 e \leq 0,35 (médio) > 0,02 e \leq 0,15 (pequeno).
Q^2 (relevância preditiva)	Avalia o poder preditivo fora da amostra (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020)	> 0,5 (grande) > 0,25 e \leq 0,5 (médio) > 0 e \leq 0,25 (pequena)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

3.8. PRÉ-TESTE

Um pré-teste foi realizado visando a verificação do instrumento de coleta de dados quanto à clareza das questões e verificação de seu ajuste aos objetivos da pesquisa. Assim, entre os dias 19 e 31 de outubro de 2020, o questionário foi disponibilizado para alunos de cursos de EaD de uma IES, tendo sido obtidas 63 respostas.

A IES foi escolhida por conveniência, tendo em vista a facilidade de acesso do pesquisador a tal instituição. Os alunos participantes desta etapa encontravam-se regularmente matriculados, frequentando o último período de seus cursos e tiveram acesso ao instrumento de pré-teste por meio de três tutores que disponibilizaram o link do formulário.

O instrumento de pré-teste foi disponibilizado na plataforma Google *Forms*. A cada afirmativa apresentada, além de respondê-la, o participante era questionado sobre a clareza da sentença. Caso a sentença não se mostrasse bem compreendida, o participante expunha os motivos de tal percepção.

Com os dados coleados no pré-teste, foi verificada a validade dos construtos. Voorhees *et al* (2016) manifestam que, ao se verificar a validade dos construtos, observa-se até que ponto as

construções são capturadas pelo instrumento desenvolvido, sendo dividida no que comumente é chamado de validade convergente e discriminante. Foram verificadas, então, as validades convergente e discriminante, visando avaliar a correlação das variáveis com o respectivo construto e a distinção de cada um deles com os demais construtos do modelo.

Com relação à clareza da sentença, os resultados sinalizaram que os indicadores relacionados à dimensão da experiência de fluxo sobre fusão entre ação e consciência (FS1, FS2 e FS3) e um indicador sobre a perda da autoconsciência (AC3) necessitavam ser reelaborados. Por sua vez, ao verificar as validades convergente e discriminante, os valores se encontraram dentro dos parâmetros estabelecidos nos Quadros 13 e 14. Diante disso, os mesmos colaboradores que traduziram as escalas para o português, entrevistaram e realizaram os ajustes necessários, dando origem à versão que foi utilizada na coleta de dados final da pesquisa.

3.9. COLETA DE DADOS

No estudo foram utilizados dados do tipo primário, pois estes não estavam disponíveis para análise, sendo necessária a sua coleta para elucidar o problema apresentado na pesquisa. O instrumento de coleta foi disponibilizado por meio da plataforma *Google Forms*. A coleta foi realizada entre os dias 01 de março a 21 de maio de 2021, e para amenizar o viés do respondente, foi feita a configuração das perguntas de modo que elas eram apresentadas aleatoriamente.

As IES foram contatadas via e-mail, sendo solicitado o repasse do link do questionário aos alunos de EaD da instituição. Foram encaminhados e-mails para todas as IES e seus respectivos polos, cujos contatos estavam disponibilizados no site <https://sisuab2.capes.gov.br>, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. Além disso, outras dez IES privadas foram contadas por meio de suas páginas oficiais na internet. A escolha dessas dez instituições se deu por acessibilidade, e tomou por base a lista das instituições credenciadas pelo Ministério da Educação – MEC, presente no site <https://emec.mec.gov.br>. As IES privadas credenciadas tiveram seus sites acessados, e as que apresentaram e-mail de contato em suas páginas, ou e-mail de contato de seus polos, foram contatadas, até se obter o número de dez confirmações do recebimento do e-mail enviado à IES.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Tendo sido apresentado o percurso metodológico elaborado para se permitir atingir os objetivos da pesquisa, a seguir os dados da pesquisa são expostos e analisados segundo os parâmetros apontados na seção anterior. Primeiro, estatísticas descritivas dos dados são apresentadas. Em seguida, são analisados os dados referentes ao modelo de mensuração, considerando os construtos reflexivos e formativos. Por fim, são exibidos e analisados os dados do modelo de mensuração.

4.1. ANÁLISE DESCRITIVA

A amostra válida para o estudo foi composta por 357 respondentes. O perfil dos respondentes, em sua maioria, foi composto por mulheres. Os discentes de IES públicas, os de idade entre 35 e 39 anos e os matriculados entre o segundo semestre de 2017 e o primeiro de 2020, predominaram na amostra. Por fim, pode-se observar que a maior parte dos respondentes foi constituída por estudantes do curso de licenciatura em pedagogia, seguidos dos estudantes de administração. A análise descritiva da amostra pode ser observada na Tabela 20.

Tabela 20 – Análise Descritiva da Amostra do Estudo

Sexo		Tipo de Instituição	
Feminino	79,6%	Pública	61,1%
Masculino	20,4%	Privada	38,9%
Idade		Curso	
Entre 35 e 39 anos	21,1%	Licenciatura em Pedagogia	33,9%
Entre 40 e 44 anos	17,9%	Administração	15,7%
Entre 30 e 34 anos	17,2%	Licenciatura em Letras	4,9%
Entre 45 e 49 anos	15,1%	Licenciatura em Turismo	4,2%
Entre 25 e 29 anos	12,4%	Licenciatura em Ciências Biológicas	3,8%
Entre 20 e 24 anos	12%	Outros	37,5%
Entre 15 e 19 anos	3,6%		
Mais de 50 anos	0,7%		
Tempo de Interação com a Instituição			
Entre o segundo semestre de 2017 e o primeiro semestre de 2020			72,3%
Desde o primeiro semestre de 2021	4,9%	Antes do segundo semestre de 2017	22,8%

Fonte: Dados da Pesquisa

A análise descritiva das variáveis do modelo pode ser observada na Tabela 21. Pode ser destacado que as maiores médias foram apresentadas pelos indicadores associados ao construto Lealdade. Especificamente sobre a experiência de fluxo, os indicadores com maiores médias foram OB3, que é associado à variável latente OB (objetivos claros) e EA2 e EA3, ambos associados à variável latente EA (experiência autotélica). Por sua vez, os

indicadores CN2, SC3 e AC2, associados respectivamente às variáveis latentes sobre concentração, senso de controle e perda da autoconsciência, apresentaram menores médias.

Tabela 21 - Análise descritiva das variáveis do modelo

Variável Latente	Indicador	Média	Desvio Padrão
Equilíbrio entre Desafio e Habilidade	EQ1	5,599	1,060
	EQ2	5,672	1,120
	EQ3	5,874	1,205
Objetivos Claros	OB1	5,639	1,100
	OB2	5,515	1,201
	OB3	6,429	0,844
Feedback Imediato	FD1	5,664	1,119
	FD2	5,829	1,142
	FD3	5,924	0,970
Senso de Controle	SC1	5,513	1,191
	SC2	5,804	1,110
	SC3	5,261	1,260
Fusão entre Ação e Consciência	FS1	6,036	1,169
	FS2	6,193	1,033
	FS3	5,894	1,114
Perda da Autoconsciência	AC1	5,899	1,648
	AC2	4,734	1,737
	AC3	6,174	1,256
Distorção do Tempo	DT1	5,958	1,259
	DT2	6,255	1,104
	DT3	5,852	1,387
Concentração	CN1	5,445	1,370
	CN2	5,412	1,413
	CN3	5,585	1,413
Experiência Autotélica	EA1	6,300	0,981
	EA2	6,420	0,970
	EA3	6,409	0,966
Imagem das IES	IM1	6,126	1,078
	IM2	6,305	1,114
	IM3	6,025	1,228
Lealdade dos Alunos	LE1	6,574	0,996
	LE2	6,465	1,125
	LE3	6,571	0,917
	LE4	6,524	1,067
	LE5	5,916	1,618
	LE6	6,636	0,897

Fonte: Dados da Pesquisa

4.2. ANÁLISE DO MODELO DE MENSURAÇÃO REFLEXIVO

Hair *et al* (2019) sinalizam que as cargas dos indicadores devem ser examinadas como ponto de partida da avaliação do modelo de mensuração reflexivo. Segundo os mesmos autores, em seguida devem ser avaliadas a confiabilidade da consistência interna, a validade convergente e a validade discriminante. Foram esses os passos seguidos na análise, seguindo os critérios estabelecidos na metodologia.

Na primeira avaliação, os indicadores EQ3, OB3, AC3 e DT3 apresentaram cargas externas menores que 0,7 para as variáveis latentes EQ, OB, AC e DT, respectivamente. Hair, Ringle e Sarstedt (2011) esclarecem que somente indicadores com cargas externas abaixo de 0,4 devem ser eliminados automaticamente. Para os que apresentam cargas entre 0,4 e 0,7, abordam os mesmos autores, a remoção deve ser ponderada considerando o quanto este contribui para a validade de conteúdo.

Hair *et al* (2014) sugerem que a possibilidade de remoção de um indicador deve ser considerada se sua ausência no modelo elevar a confiabilidade composta e a AVE para limites superiores ao mínimo estabelecido. Tanto os critérios de avaliação da confiabilidade do construto, quanto a AVE, já apresentaram valores dentro dos limites estabelecidos para as quatro variáveis latentes. Considerando que a exclusão de quaisquer um dos indicadores não alteraria tais resultados, optou-se por manter os quatro indicadores.

Em sequência, a análise da consistência interna demonstrou que as variáveis latentes SC, CN e LEA manifestaram valores acima de 0,9 para a confiabilidade composta. Tais resultados, a princípio, não são recomendados por Hair *et al* (2019), que apontam ser resultados entre 0,7 e 0,9 como sendo satisfatórios. Porém, indicam os mesmos autores que a redundância estará presente se a confiabilidade for igual ou superior a 0,95, o que indicaria a medição de um mesmo conceito pelos indicadores do construto. Como nenhum dos construtos atingiu tal valor, optou-se por seguir a análise do modelo.

A verificação do alpha de Cronbach sinalizou que as variáveis latentes EQ, OB, FS, AC e DT apresentaram valores abaixo dos 0,7 recomendados por Hair *et al* (2019). Como os indicadores EQ3, OB3, AC3 e DT3 já haviam apresentado cargas externas abaixo de 0,7, testou-se eliminá-los do modelo.

Para a variável OB, o teste indicou que o seu alpha de Cronbach seria elevado para além de 0,7. Para as demais variáveis, incluindo a FS que não havia apresentado problema de carregamento externo, os alphas de Cronbach seriam reduzidos para qualquer indicador eliminado. Apesar do teste favorável para a variável OB, nenhum indicador foi eliminado.

Hair *et al* (2014) atentam sobre a necessidade de se remover indicadores com cuidado para que não seja comprometida a validade de conteúdo da medição na busca por melhorias na confiabilidade. Alertam os mesmos autores que o alpha de Cronbach é uma medida conservadora que apresenta tendência de subestimação da confiabilidade da consistência interna.

Portanto, a decisão considerou que todas as variáveis apresentaram valores da confiabilidade composta superiores a 0,7, sendo que, segundo Hair *et al* (2014), esta medida é mais adequada para a PLS-SEM que o alpha de Cronbach para a mensuração da confiabilidade do construto. Ademais, apresentam Vaske, Beaman e Sponarski (2017) que são adequados valores de alpha de Cronbach acima de 0,65 para pesquisas em ciências sociais.

Por fim, a validade discriminante foi analisada por meio da razão heterotraitto-monotraitto - HTMT. Nesse ponto, observou-se problemas entre as variáveis EQ e OB, e entre OB e FD, que apresentaram correlações superiores à 0,90. Voorhees *et al* (2016) abordam que a validade discriminante não pode ser violada, devendo o pesquisador adotar ações para a solução do problema, como, por exemplo, o descarte de itens de carregamento cruzado.

Optou-se por eliminar o indicador de menor carregamento externo da variável OB. A escolha de se iniciar a resolução do problema de validade discriminante por tal variável se deu porque a mesma está presente nos dois problemas de validade identificados por meio da razão HTMT.

Como o indicador OB3 foi o que apresentou menor carregamento externo, com valor inferior a 0,7, optou-se por excluí-lo do modelo. Após a exclusão, foi solucionado o problema de violação da validade discriminante. O resultado final da validade discriminante e da confiabilidade do construto, analisadas para o modelo de mensuração reflexivo, é apresentado na Tabela 22.

Tabela 22 – Análise Final da Validade Discriminante e Confiabilidade do Construto

HTMT	EQ	OB	FD	SC	FS	AC	DT	CN	EA	LEA
EQ										
OB	0,853									
FD	0,858	0,815								
SC	0,767	0,837	0,824							
FS	0,652	0,590	0,667	0,616						
AC	0,442	0,327	0,367	0,405	0,736					
DT	0,587	0,343	0,523	0,410	0,894	0,791				
CN	0,496	0,318	0,431	0,420	0,718	0,877	0,699			
EA	0,559	0,453	0,529	0,444	0,756	0,474	0,717	0,467		
LEA	0,499	0,416	0,418	0,378	0,456	0,384	0,513	0,318	0,570	
AVE	0,586	0,790	0,715	0,755	0,586	0,522	0,537	0,810	0,732	0,663
Confiabilidade composta	0,806	0,883	0,883	0,902	0,809	0,764	0,776	0,927	0,890	0,922
Alfa de Cronbach	0,655	0,734	0,801	0,837	0,657	0,651	0,653	0,882	0,814	0,898

Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

Hair, Howard e Nitzl (2020) sinalizam que a utilização do PLS-SEM envolve regras que balizam a avaliação dos modelos. Prosseguem os autores esclarecendo que tais regras são amplas, de modo que sua interpretação deve considerar o contexto no qual se apresentam.

Por outro lado, Hair, Ringle e Sarstedt (2011) sublinham que a remoção de indicadores deve ser parcimoniosa, pois sua exclusão poderá influenciar a validade de conteúdo. Diante de tais observações, as decisões tomadas sobre a manutenção ou retirada de variáveis do modelo, mesmo tendo sido apoiadas em observações de outros pesquisadores, serão apontadas como uma das limitações do estudo.

As cargas externas das variáveis observáveis e a Variância Média Extraída de cada uma das variáveis latentes compõem a Tabela 23. Nela são apresentados os resultados referentes à validade convergente para o modelo de mensuração reflexivo.

Tabela 23 – Análise Final da Validade Convergente

Variáveis	EQ	OB	FD	SC	FS	AC	DT	CN	EA	LEA
Variável observável 1	0,857	0,894	0,869	0,886	0,738	0,717	0,731	0,883	0,917	0,797
Variável observável 2	0,809	0,883	0,822	0,8322	0,746	0,822	0,794	0,898	0,751	0,850
Variável observável 3	0,607		0,846	0,846	0,811	0,613	0,668	0,918	0,889	0,867
Variável observável 4										0,832
Variável observável 5										0,778
Variável observável 6										0,756
AVE	0,586	0,790	0,715	0,755	0,586	0,522	0,537	0,810	0,732	0,663

Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

A experiência de fluxo é vista como uma construção multidimensional que se reflete em nove dimensões, sendo, portanto, uma construção de ordem superior (SHIN, 2006). Esta é a perspectiva adotada no presente estudo. Em pesquisas onde há variáveis latentes de segunda ordem, Bido e Silva (2019) recomendam a inclusão de mais uma etapa na apresentação dos resultados das avaliações do modelo.

Segundo Bido e Silva (2019), primeiro deve-se avaliar as variáveis latentes de primeira ordem, seguida da avaliação do modelo de mensuração das variáveis latentes que formam o modelo estrutural, finalizando com a avaliação do modelo estrutural. Assim, o passo seguinte da análise do modelo reflexivo, diz respeito às variáveis latentes do modelo estrutural.

4.2.1. Análise da Variável de Segunda Ordem

Os passos adotados para a análise da variável experiência de fluxo (EF) baseiam-se em Bido e Silva (2019). Os autores sugerem que os indicadores das variáveis latentes de primeira ordem sejam reutilizados na de segunda ordem. Tal sugestão, segundo os autores, se deve ao fato do PLS-SEM só iniciar suas iterações se todas as variáveis latentes apresentarem variáveis mensuradas conectadas a elas. Sublinham os mesmos autores que tal ação só pode ser tomada quando as variáveis latentes de primeira ordem que formam o construto apresentarem quantidade igual ou aproximada de indicadores para sua mensuração. O resultado da validade discriminante e da confiabilidade do construto da variável EF, é apresentado na Tabela 24.

Tabela 24 – Análise da Validade Convergente da EF

HTMT	EF	LEA
EF		
LEA	0,550	
AVE	0,501	0,663
Confiabilidade Composta	0,899	0,922

Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

Considerando que o *SmartPLS* calcula os valores da AVE e confiabilidade composta com base nos indicadores das variáveis latentes de primeira ordem que foram reutilizados na variável de segunda ordem (BIDO; SILVA, 2019), foi necessário calcular tais valores para a variável EF. Para tanto, o cálculo foi realizado como sugerido por Bido e Silva (2019).

4.3. ANÁLISE DO MODELO DE MENSURAÇÃO FORMATIVO

A avaliação do modelo de mensuração formativo, sinalizam Hair *et al* (2019), compreende a análise da validade convergente, colinearidade e a significância estatística dos indicadores, e a importância dos pesos do indicador para o construto. Foram esses os passos seguidos na análise, considerando os critérios estabelecidos na metodologia.

A validade convergente deve ser feita correlacionando o construto formativo com indicadores reflexivos alternativos que capturem o conceito da mesma construção. Para que o procedimento seja executado, Hair *et al* (2019) elucidam que as medidas alternativas devem ser planejadas e compor o questionário de pesquisa. Como não foram planejadas questões dessa natureza envolvendo o construto IMA, a validade convergente não pode ser realizada.

O passo seguinte buscou identificar, por meio do teste de multicolinearidade, se um ou mais indicadores do construto medem uma mesma característica observável. Hair *et al* (2019) esclarecem que a avaliação da colinearidade dos indicadores é usualmente realizada por meio da observação do VIF, e sugerem que os valores do teste devem ser iguais ou inferiores a 3,0. Os indicadores IM1, IM2 e IM3, do construto IMA, respectivamente apresentaram VIF de 1,367; 1,357 e 1,443.

Hair, Ringle e Sarstedt (2011) clarificam que a avaliação do peso e carga dos indicadores correspondem, respectivamente, à importância relativa e absoluta dos mesmos, em relação ao construto. Para tais avaliações, indicam os mesmos autores que o *bootstrapping* seja configurado considerando o mínimo de 5.000 amostras, o número de casos igual ao de observações da amostra original, sendo o nível de significância do teste de 0,05. Os resultados da significância e relevância estatísticas são apresentados nas Tabelas 25 e 26.

Tabela 25 – Análise da Significância e Relevância dos Indicadores da Imagem das IES

	IM1	IM2	IM3
Significância Peso externo $\leq 1/\sqrt{N}$ $1/\sqrt{3} = 0,577$	0,490	0,357	0,408
Relevância Carregamento externo $\geq 0,5$	0,828	0,748	0,803

Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

Não há valores que superem o nível de significância de 5%. O resultado do teste evidencia que há a contribuição dos indicadores IM1, IM2 e IM3 na formação do construto IMA.

Tabela 26 – Análise da Significância dos Indicadores da Imagem das IES

Indicadores	Amostra Original	Média das Amostras	Desvio-padrão	Valor <i>t</i>	Valor <i>p</i>
IM1	0,490	0,489	0,068	7,226	0,000
IM2	0,357	0,360	0,082	4,349	0,000
IM3	0,408	0,400	0,091	4,462	0,000

Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

O modelo de mensuração foi analisado considerando os seus construtos reflexivos e formativos. Os testes realizados e os respectivos parâmetros considerados foram os sugeridos por Hair *et al* (2019). Diante dos resultados satisfatórios, pode-se prosseguir com o próximo passo da análise, que envolve a avaliação do modelo estrutural.

4.4. ANÁLISE DO MODELO ESTRUTURAL

O modelo estrutural foi avaliado considerando os parâmetros apresentados por Hair *et al* (2019). Para tanto, de acordo com Hair *et al* (2014), é necessário verificar a multicolinearidade, a significância e relevância dos coeficientes de caminhos, o coeficiente de determinação, o tamanho do efeito, e a relevância preditiva dos construtos do modelo.

Como já abordado no item 4.2.1, o construto experiência de fluxo (EF) foi analisado considerando a reutilização das variáveis latentes de primeira ordem. Tal fato só se torna possível, apontam Bido e Silva (2019), pois os construtos de primeira ordem foram mensurados com quantidade igual ou aproximada de indicadores.

Seguindo o sugerido por Sarstedt, Ringle e Hair (2017), o *bootstrapping* foi utilizado para a avaliação da significância dos coeficientes de caminho. A configuração utilizada adotou 5.000 amostras, com casos iguais ao das observações na amostra original e teste bicaudal de 1,96 (significância de 5%).

Antes da avaliação das relações do modelo estrutural, Hair *et al* (2019) sugerem verificar a probabilidade de existência de multicolinearidade entre os construtos. Não foram verificados

problemas nesse sentido, uma vez que os resultados apontaram o $VIF < 3,0$. O resultado da avaliação do modelo estrutural é demonstrado na Tabela 27.

Tabela 27 – Avaliação do Modelo Estrutural

Relação Estrutural	Hipótese	f^2	Coefficiente Estrutural	Desvio Padrão	Valor-t	Valor-p	R^2
EF → IMA	H1(+)	0,481	0,570	0,046	12.338	0,000	0,325
IMA → LEA	H2(+)	0,852	0,678	0,041	16.512	0,000	0,460

Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

O exame do tamanho e a importância dos coeficientes de caminho apresentaram como resultados o valor de 0,570 para a relação entre EF e IMA, e 0,678 para a relação entre IMA e LEA. Hair, Howard e Nitzl (2020) explicam que o coeficiente de caminhos apresenta resultado que variam entre +1 a -1, e quanto mais próximo de 0, mais fraca é a previsão entre as construções dependentes.

Observando-se os resultados da Tabela 27, pode-se identificar que foram significativos. Dessa forma, as hipóteses da pesquisa H1 e H2 podem ser aceitas. Na hipótese H1 é considerado que a experiência de fluxo vivenciada pelos alunos de EaD influencia positiva e significativamente a imagem das IES. Por sua vez, na hipótese H2, considera-se que a imagem das IES influencia positiva e significativamente a lealdade dos alunos de EaD.

A Tabela 27 também demonstra que os valores de R^2 obtidos foram superiores a 0,25 e inferiores a 0,5. Sendo o R^2 uma medida da variância explicada dos construtos endógenos, indicando o poder preditivo dentro da amostra (HAIR *et al*, 2019), os resultados indicam haver uma relação de natureza fraca entre os construtos. Diante dos resultados alcançados, pode-se aferir que 32,5% da variância de IMA é explicada pelo construto EF. Da mesma forma, pode-se inferir que o construto IMA explica 46% da variação ocorrida no construto LEA.

O f^2 é uma estimativa da previsão da capacidade dos construtos independentes do modelo (HAIR; HOWARD; NITZIL, 2020). Indica Hair *et al* (2014) que, sendo dois construtos relacionados, a importância do construto exógeno na previsão do construto endógeno e na explicação de sua variância pode ser verificada em função do valor de f^2 .

Os valores de f^2 apresentados na Tabela 27 encontram-se acima de 0,35. Os valores sinalizam que o tamanho do efeito (f^2) entre os construtos é grande. Ou seja, o construto EF impacta no construto IMA, sendo grande o efeito no tamanho de R^2 se for realizada a sua exclusão do modelo estrutural.

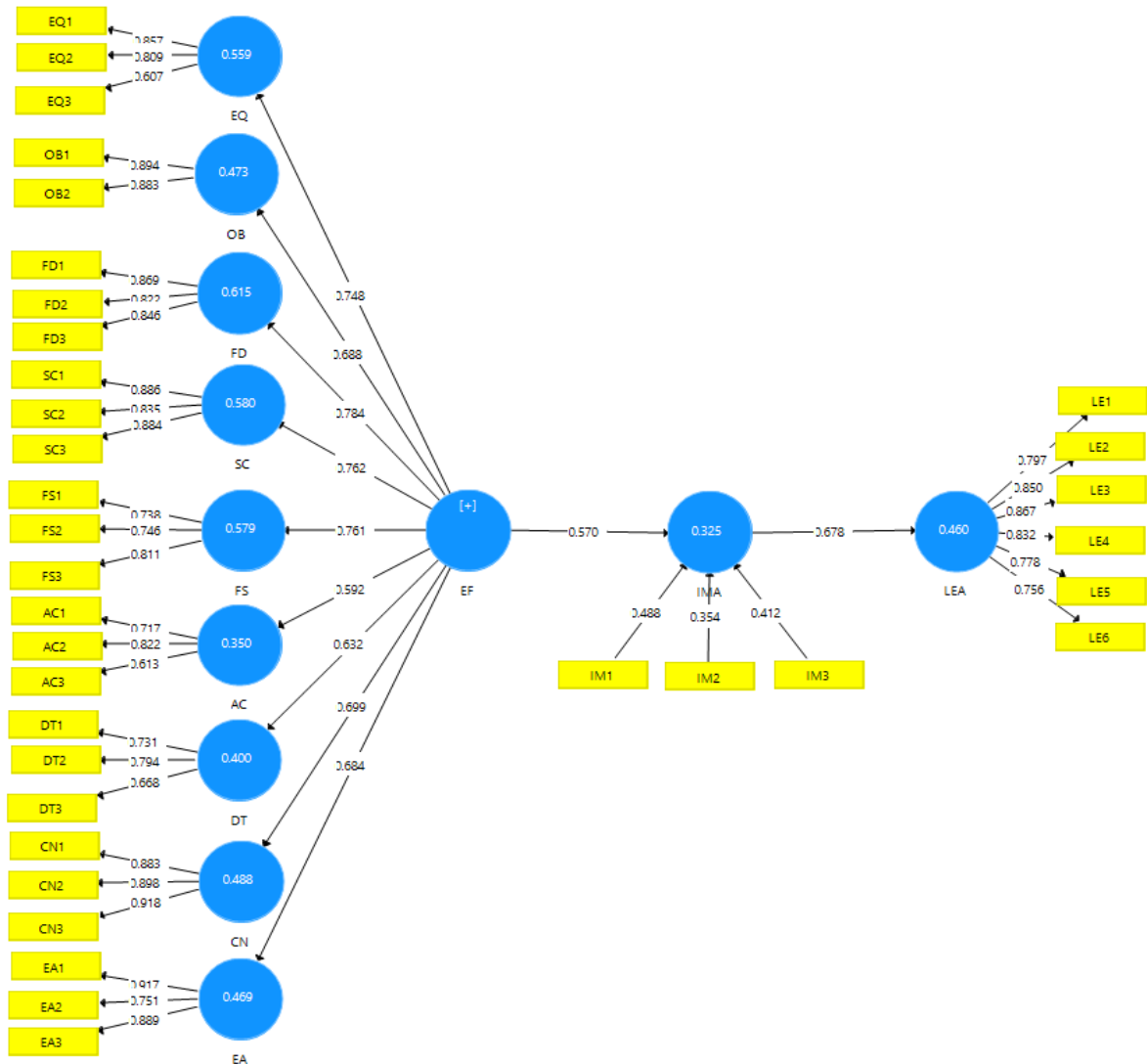
O modelo também pode ter sua precisão preditiva analisada por meio do Q^2 . Hair, Howard e Nitzil (2020) esclarecem que o resultado de tal teste avalia o poder preditivo fora da amostra. Haverá indícios de precisão preditiva quando os valores de Q^2 forem superiores a zero, sendo que quanto mais alto o valor obtido, maior a precisão preditiva (HAIR *et al*, 2019).

Hair *et al* (2014) elucidam que somente construtos reflexivos endógenos se adéquam a tal teste. Assim, somente o construto LEA foi submetido ao procedimento, uma vez que o construto IMA é de natureza formativa. Na amostra estudada, o valor de Q^2 foi de 0,299. Baseado em Hair *et al* (2019), há indícios de uma precisão preditiva média para o construto LEA.

No *SmartPLS*, o procedimento *Bindfolding* permitiu a obtenção do valor de Q^2 . Para o cálculo, foi considerado valor da distância de omissão como sendo 8. Nesse sentido, Hair *et al* (2014) sugerem um valor da distância de omissão entre 5 e 10.

Os dados no PLS-SEM foram processados seguindo as recomendações de Sarstedt, Ringle e Hair (2017). Considerou-se, portanto, $1e-07$ para a tolerância crítica e 300 para o número máximo de iterações. Nesse sentido, os autores assinalam que se espera uma solução estável quando o PLS-SEM convergir em até 300 iterações. Na pesquisa, a convergência foi atingida na nona iteração. O critério de parada, ou seja, a tolerância crítica, foi atingida antes do número máximo de iterações determinado. O nível de significância adotado em todos os testes foi de 0,05. O modelo estrutural final da pesquisa é apresentado na Figura 3.

Figura 3 – Modelo Final da Pesquisa



Fonte: Software *SmartPLS 3.0*®

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente capítulo busca verificar se foi atingido o objetivo proposto pela pesquisa. O estudo visa propor e testar um modelo que identifique os efeitos da experiência de fluxo sobre a percepção da imagem das IES, e os efeitos desta imagem na lealdade dos alunos da EaD. Para tal verificação, foram tomados como base os resultados obtidos no capítulo anterior e a análise das hipóteses de pesquisa estabelecidas para o estudo.

Aghaz, Hashemi e Sharifi Atashgah (2015) e Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018) sinalizaram a necessidade de as IES identificarem os elementos que colaboram positivamente na percepção da imagem da instituição em que os discentes se encontram matriculados. Por sua vez, Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) argumentam que a experiência de fluxo desperta atitudes positivas no ambiente de aprendizagem virtual.

Nesse sentido, os resultados do presente estudo apontam ser a experiência de fluxo um desses elementos. Os resultados sugerem que a experiência de fluxo explica 32,5% da variação (R^2) da imagem das IES, tendo como base a percepção dos alunos de EaD. Tal resultado suporta a hipótese **H1** levantada para a presente pesquisa, de que a experiência de fluxo vivenciada pelos alunos de EaD influencia positiva e significativamente a imagem das IES. Além disso, reforça os estudos de Liao (2006), Guo *et al* (2016) e Drengner, Jahn e Furchheim (2018). Os autores indicaram ser possível alunos vivenciarem a experiência de fluxo na execução de atividades no ambiente virtual de aprendizagem.

O conceito de experiência de fluxo envolve a ideia de ser algo positivo para o indivíduo (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a). Por sua vez, a imagem é resultante do somatório de impressões formadas na mente do indivíduo (KUO; TANG, 2013). Tais observações ajudam a compreender a relação positiva encontrada na análise dos dados da pesquisa ao se observar os impactos da experiência de fluxo sobre a imagem das IES. O coeficiente de caminho entre os construtos EF e IMA apresentou um resultado positivo no valor de 0,570, o que indica que o primeiro sendo percebido positivamente, melhora o desempenho do segundo. Ao mesmo tempo, tal resultado respalda os estudos de Drengner, Gaus e Jahn (2008) que propõem ser possível a experiência de fluxo manipular a imagem percebida de um objeto.

Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018) indicam que os alunos estão em busca de experiências que extrapolem a formação acadêmica, sendo necessário explorar como essas experiências ocorrem e como podem ser relevante para as IES. À vista disso, os resultados assinalam que é necessário explorar as possibilidades de fazer o aluno experienciar o fluxo na realização de suas atividades e nas interações com o ambiente de aprendizagem, uma vez que a amostra indicou ser possível a ocorrência da experiência de fluxo na EaD.

A análise dos dados evidencia, portanto, a importância da promoção da experiência de fluxo no ambiente virtual de aprendizagem, pois ela impacta na imagem das IES. Para Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a), a experiência aumenta a disposição do aluno em perceber positivamente a IES que oferta o serviço a ele. Para Esteban-Millat *et al* (2018), a experiência de fluxo é entendida como elemento importante a ser considerado no entendimento das interações ocorridas no ambiente virtual de aprendizagem. Os resultados suportam tais observações.

É importante observar que a imagem é percebida por meio de um processo em que redes de associações são desenvolvidas pelo indivíduo para sua elaboração, distinguindo a organização das demais (DOÑA-TOLEDO; LUQUE-MARTÍNEZ; DEL BARRIO-GARCÍA, 2017). Em tal processo há um *feedback* constante, sendo o indivíduo influenciado pelas realidades criadas pela instituição e esta, pelo indivíduo (ALCAIDE-PULIDO; ALVES; GUTIÉRREZ-VILLAR, 2017). A análise da amostra evidenciou que a experiência de fluxo favorece a percepção do fenômeno imagem das IES.

Os resultados também sinalizam que 46% da variação (R^2) da lealdade dos alunos é explicada pela imagem das IES. Mesmo sendo o ambiente on-line potencialmente menos favorável à lealdade no contexto dos serviços, uma vez que não envolve interações físicas (MARTÍNEZ-ARGUELLES; BATALLA-BUSQUETS, 2016), foi possível identificar a relação entre os construtos IMA e LEA.

Tem-se, portanto, o suporte para a hipótese **H2** desenvolvida para a pesquisa. A hipótese considera que a imagem das IES influencia positiva e significativamente a lealdade dos alunos de EaD. O resultado dá sustentação aos estudos de Alves e Raposo (2010), Ali *et al* (2016) e Masserini, Bini e Pratesi (2018), entre outros. Os autores explanam sobre o impacto positivo de uma imagem favorável das IES sobre a lealdade dos discentes.

A imagem influencia respostas comportamentais e afetivas no contato com a instituição (DRYDAKIS, 2015). Especificamente no campo da educação, a imagem influencia diretamente a lealdade dos alunos das IES, sendo um importante antecedente desse construto (ARRIVABENE; VIEIRA; MATTOSO, 2019). No presente estudo, os dados sinalizam haver um coeficiente de caminho positivo entre os construtos IMA e EF no valor de 0,678. Dessa forma, pode-se inferir que a lealdade é uma das respostas afetivas e comportamentais geradas pela imagem.

A importância do resultado manifestado na amostra estudada em relação ao impacto positivo da imagem da IES sobre a lealdade dos alunos de EaD se dá em função do que é observado por Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a). Os autores sublinham a dificuldade de tornar um aluno leal no ambiente da EaD, defendendo que isso impõe às IES o entendimento e adoção de estratégias potenciais que contribuam para manutenção desses alunos.

Os estudantes são um importante ativo para as IES, pois estes divulgam a imagem das instituições em que estão matriculados para outros setores da sociedade (AZOURY; DAOU; KHOURY, 2014). Assim sendo, o estabelecimento de uma imagem positiva da IES pode ser usado como uma estratégia que contribuirá para a manutenção do aluno de EaD, se transformando numa vantagem competitiva. Portanto, os efeitos da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos não podem ser ignorados (DAUD; AMIN; KARIM, 2020).

Csikszentmihalyi (1990) observou que a ocorrência da experiência de fluxo é reflexo da fusão de nove dimensões. O presente estudo confirma tal observação, tendo sido apresentada significância entre todas as relações da experiência de fluxo com suas dimensões. Para além, o estudo revalida a visão de Hoffman e Novak (2009) de que a experiência de fluxo é uma construção de ordem superior, sendo refletida em diferentes dimensões.

Os dados da pesquisa sugerem que no caso dos alunos de EaD, a EF é refletida mais intensamente nas dimensões relacionadas ao *feedback* imediato, ao senso de controle e à fusão entre ação e consciência. Os resultados do impacto da EF nos construtos de primeira ordem apresentaram, respectivamente, os valores 0,784, 0,762 e 0,761. Por outro lado, a perda da autoconsciência, a distorção do tempo e a experiência autotélica, foram as dimensões menos

afetadas. As dimensões apresentaram valores de 0,592, 0,632 e 0,684 no que diz respeito aos impactos sofridos por alterações no fluxo experienciado.

Há ainda a defesa da necessidade de se mensurar todas as dimensões para que a experiência de fluxo seja capturada (KAUR; DHIR; RAJALA, 2016). Nesse sentido, pode-se considerar que a experiência de fluxo foi capturada, uma vez considerando os dados da pesquisa, todas as suas dimensões se manifestaram no modelo de forma significativa e positiva.

A percepção da imagem se baseia no que é observado pelo público da instituição por meio da comparação e avaliação das características desta com outras do ambiente (GÜNALAN; CEYLA, 2014). Os alunos são o principal público a ser considerado na compreensão do processo de percepção da imagem das IES (GUILBAULT, 2016). E sua mensuração envolve, em outras palavras, a resposta à pergunta: “como a empresa está sendo percebida agora?” (BALMER; GRAYSER, 2006). Tais pontos foram capturados no estudo por meio da mensuração das três variáveis observáveis da imagem. A significância e relevância dos indicadores do construto IMA mensurados na pesquisa, evidenciam que eles contribuem para a formação do construto, como foi apresentado nas Tabelas 25 e 26.

Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a) destacam a dificuldade de desenvolver a lealdade de um aluno no ambiente da EaD. Por sua vez, os resultados apontam que uma imagem favorável colabora na manutenção dos alunos na esfera da EaD. Pode-se inferir, portanto, que a pesquisa indica um caminho possível para consolidar a lealdade dos alunos nesta modalidade, reduzindo a dificuldade apontada pelos autores supracitados. Além disso, pode-se inferir que os resultados corroboram a observação de Mondini *et al* (2014), que indicam ser a imagem das IES um elemento-chave na gestão dos cursos a distância.

Considerando a amostra, especificamente sobre o construto lealdade, os resultados dão indícios que a visão composta da lealdade pode ser suportada, conforme defende Rather (2018). Segundo o autor, as medidas de comportamento e atitude relacionadas à lealdade permitem sua observação holística.

A amostra obtida na investigação apresentou valores de confiabilidade do indicador variando entre 0,756 a 0,867, confiabilidade do construto de 0,663 e validade convergente de 0,922 para confiabilidade composta e 0,898 para o alpha de Cronbach. Todos os valores

apresentados estão acima do mínimo estabelecido para a validade das medidas, conforme proposto por Hair *et al* (2019). Os resultados, portanto suportam os estudos de Rather (2018), Raza *et al* (2020) e Sop e Kozak (2019).

Na esfera da educação a lealdade compreende um compromisso profundo que envolve uma escolha consistente refletida na inscrição na IES, além da recomendação do serviço a terceiros, encorajando o seu uso (DOÑA-TOLEDO; LUQUE-MARTÍNEZ, 2020). Além disso, a comunicação boca a boca e a intenção de repetição do comportamento de compra estão fortemente ligados ao construto lealdade (BORRAZ-MORA; HERNANDEZ-ORTEGA; MELGUIZO-GARDE, 2020). Os resultados da pesquisa suportam tais estudos e considerações. As cargas externas das variáveis observáveis apresentaram valores acima de 0,756. Todas apresentaram valor $p < 0,05$.

Ainda sobre a lealdade na esfera da EaD, segundo Flavián, Longás e Lozano (2013), ela não está voltada somente às questões sobre participação no setor educacional, mas também à sobrevivência das IES, havendo necessidade de melhor gerenciamento desta lealdade. Considerando que na pesquisa a mensuração da lealdade envolveu os aspectos mencionados no parágrafo anterior, a pesquisa corrobora Flavián, Longás e Lozano (2013). Gerir bem a lealdade contribuirá para o boca-boca positivo, aumento da possibilidade do aluno manter-se matriculado na IES, realizar outros cursos na instituição ou incentivar seus amigos a fazê-lo.

Por fim, os resultados foram avaliados considerando os alunos de EaD. As relações entre os construtos se mostram positivos e significativos para a amostra. Baseado em Huang, Rauch e Liaw (2010), pode-se dizer que a experiência torna o uso da tecnologia mais agradável para o aluno, ocasionando um favorecimento à aprendizagem intermediada pelos ambientes de aprendizagem virtuais. Tal fato, já responde à demanda apresentada por Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2017) da necessidade de se identificar os efeitos da experiência de fluxo no contexto da EaD.

Sob este prisma, a pesquisa suporta outros estudos que buscaram o entendimento do comportamento dos alunos no ambiente online. Podem ser citados Guo *et al* (2016) que sugeriram haver um impacto da experiência de fluxo sobre percepção dos discentes no ambiente online; e Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016a), que propuseram ser a imagem impactada pela experiência de fluxo nas vivências da EaD.

6. CONCLUSÃO

O setor educacional tem sofrido alterações em sua estrutura nos últimos anos em função das mudanças tecnológicas ocorridas. As novas tecnologias permitiram a expansão do serviço ofertado pelas IES, criando uma nova estrutura universitária em que cursos de ensino superior a distância se fazem presentes.

A ampliação da oferta de cursos superiores na modalidade EaD atraíram não só novos usuários, mas também novos competidores. Em tal cenário, cabe às IES adotarem estratégias que resultem em vantagem competitiva no campo em que atuam. Nessa perspectiva, e tendo o aluno como principal foco, o presente trabalho propôs e testou um modelo para identificar os efeitos da experiência de fluxo sobre a percepção da imagem das IES, e os efeitos desta imagem na lealdade dos alunos da EaD.

Partindo do entendimento de que a experiência de fluxo pode ser experienciada pelos alunos em ambientes virtuais de aprendizagem (GUO *et al*, 2016); que tal experiência é um estado psicológico altamente agradável (CSIKSZENTMIHALYI, 2014b); que exerce influência nas percepções resultantes da interação homem-computador (RODRÍGUEZ-ARDURA; MESEGUER-ARTOLA, 2014), o objetivo da pesquisa foi atingido.

Os resultados sinalizam haver uma influência positiva e significativa da experiência de fluxo sobre a imagem das IES. Da mesma forma, os resultados sugerem haver um impacto positivo e significativo da imagem das IES sobre a lealdade dos alunos de EaD. Com isso, a questão norteadora da pesquisa: “De que forma a experiência de fluxo impacta na percepção da imagem das IES, e esta impacta na lealdade dos alunos da EaD?”, foi respondida.

A imagem está vinculada ao objeto em análise e esta é resultante de todas as impressões captadas pelo indivíduo durante a interação com o que é observado. Em consequência, ao ser elaborada na mente do indivíduo, a imagem percebida distingue o objeto observado dos demais. Por sua vez, ao experienciar o fluxo, o indivíduo se vê envolvido em uma atmosfera positiva. A imersão ocasionada pela experiência de fluxo provoca um estado psicológico altamente prazeroso.

Sendo a imagem um fenômeno que envolve a percepção, pode-se inferir que as sensações positivas geradas pela experiência do fluxo na realização das atividades colaboram para a percepção positiva da imagem da IES com a qual o aluno interage. O modelo criado e testado possibilita ir mais além. Ele dá indícios de que a percepção da imagem pode ser manipulada em função do fluxo experienciado no desenvolvimento das atividades no ambiente on-line.

Trazendo a discussão para o âmbito da EaD, experienciando o fluxo ao interagir com as atividades ofertadas nos ambientes on-line, os alunos poderão se sentir mais envolvidos, apresentando respostas positivas, resultando em percepções mais favoráveis a respeito da imagem da IES. Com isso, há a possibilidade de que um valor adicional seja acrescido à imagem da IES por meio da elaboração de uma imagem distinta, resultando numa vantagem competitiva para a instituição.

Se a experiência de fluxo afeta positivamente a percepção da imagem da IES, os resultados evidenciados no modelo, também apontam que a imagem da IES afeta positivamente a lealdade dos alunos de EaD. A percepção da imagem envolve a opinião do aluno, bem como sua percepção acerca da opinião dos outros usuários, e a comparação da imagem da IES em relação aos concorrentes.

É reconhecido o papel crucial da imagem no estabelecimento da lealdade do aluno com relação à IES (MASSERINI; BINI; PRATESI, 2018). Os resultados apontam a necessidade de se elaborar uma imagem que seja positiva e dissemelhante de outras instituições do setor aos olhos de seu público. Para tanto, sugere-se que estratégias de marketing sejam elaboradas nessa direção, evidenciando aspectos positivos da IES em relação aos concorrentes.

A imagem da IES é uma impressão geral resultante de sucessivos *feedbacks* baseados nas percepções geradas em cada interação do aluno com a instituição. Sendo diferenciadas as interações entre os alunos do ensino presencial e os alunos de EaD (KAUFFMAN, 2015), é indicado que as estratégias elaboradas para cada uma das duas audiências sejam diferenciadas.

Nesse sentido, para elaboração das estratégias voltadas aos alunos de EaD, é indicado buscar o entendimento de como o ambiente virtual interfere na percepção do aluno acerca da instituição. A importância de tal aspecto se apresenta, tendo em vista que no caso dos alunos de EaD a maior parte das interações ocorridas com a IES se dá nesse espaço virtual.

A IES que mantém uma imagem positiva reforça a percepção dos alunos de que a escolha pela instituição foi correta, o que colabora para o aumento da lealdade dos alunos. Alunos leais são menos propensos a mudanças. O resultado da pesquisa a respeito dos efeitos da imagem da IES sobre a lealdade pode colaborar no enfrentamento da competição que emerge no setor educacional, com a criação de novas IES e cursos superiores voltados à EaD.

Sendo a experiência de fluxo um estado psicológico positivo (CSIKSZENTMIHALYI, 2014a), o reconhecimento de que alunos de EaD podem experienciá-lo, permitiu um melhor entendimento do que pode positivamente impactado no comportamento dos discentes ao executarem suas atividades nas plataformas de aprendizagem virtuais. Os resultados da pesquisa sinalizam que a experiência de fluxo, quando vivenciada pelos alunos de EaD, se reflete mais intensamente nas dimensões a respeito do *feedback* imediato e senso de controle.

Sob essa perspectiva, a manifestação da experiência de fluxo impacta de forma positiva nos alunos de EaD, favorecendo a realização das tarefas em execução no ambiente virtual. Por um lado, o reflexo positivo sobre o *feedback* imediato permitiria que os alunos de EaD identifiquem melhor o seu grau de desempenho durante a execução das atividades, verificando se foi obtido sucesso na tarefa. Por outro, o impacto positivo sobre a dimensão a respeito do senso de controle sugere que os alunos sob o efeito da experiência de fluxo, apresentarão maior controle sobre suas ações e pensamentos.

Os resultados da pesquisa permitem inferir que a tese da presente pesquisa foi suportada. Foi defendida a visão de que a experiência de fluxo impacta a percepção da imagem das IES, e que, por sua vez, a imagem das IES impacta a lealdade dos alunos de EaD. O resultado esperado de que os impactos entre as construções fossem de natureza positiva, também foi confirmado.

A pesquisa convergiu com outros estudos. Foi possível verificar a ocorrência da experiência de fluxo ao serem executadas atividades com a utilização dos ambientes de aprendizagem virtual, como identificado por Liao (2006), Guo *et al* (2016) e Drengner, Jahn e Furchheim (2018). Verificou-se também que a vivência da experiência de fluxo manipula favoravelmente a imagem do objeto percebido, repetindo o resultado obtido por Drengner, Gaus e Jahn (2008).

A relação entre os construtos imagem da IES e lealdade dos alunos também apresentou resultado que vai ao encontro de outras investigações, como as de Ali *et al* (2016), Masserini, Bini e Pratesi (2018) e Teeroovengadum *et al* (2019). Por fim, os resultados apontaram no sentido de que a experiência de fluxo é refletida em nove dimensões, como já abordado por Csikszentmihalyi (1990).

6.1. CONTRIBUIÇÕES

O estudo e seus resultados oferecem uma contribuição para o preenchimento de lacunas observadas no campo de estudos relacionados à imagem das IES. A revisão sistemática não identificou a presença de pesquisas em que os construtos imagem institucional e experiência de fluxo se fizessem presentes em pesquisas sobre as IES. Da mesma forma, não foram verificados estudos que reunisse os construtos imagem das IES, experiência de fluxo e lealdade dos alunos, de forma integrada, no ambiente da EaD.

À vista disso, buscou-se colocar a imagem como o foco central do estudo, verificando os efeitos da experiência de fluxo sobre ela, e dela sobre a lealdade dos alunos de EaD. Para tanto, uma das contribuições do estudo foi a proposição e testagem de um modelo que demonstra como os três construtos se comportam de forma integrada. O modelo permitiu a identificação da natureza positiva dos impactos da experiência de fluxo sobre a imagem das IES, bem como desta, sobre a lealdade dos alunos de EaD.

A revisão sistemática sinalizou que, após uma fase inicial de entendimento da própria IES, seguida de uma outra cujo intuito é a compreensão das dimensões que se associam a sua imagem, uma nova fase de estudos sobre a imagem da IES está emergindo. Essa terceira fase de estudos sobre a imagem da IES tem como objetivo principal averiguar o relacionamento da imagem da IES com outros construtos. Os resultados da pesquisa contribuem em direção à exploração desse novo campo de pesquisa, permitindo avançar no debate que envolve o entendimento dos construtos que se relacionam à imagem da IES.

Foi identificado um novo elemento que afeta a percepção da imagem da IES na esfera da EaD, no caso, a experiência de fluxo. Na revisão sistemática realizada para o estudo não foram identificados estudos que considerem tal relação. Tal resultado sinaliza não ser comum o desenvolvimento de estudos visando o entendimento da relação entre os dois construtos.

Em adição, a identificação da influência da experiência de fluxo sobre a imagem da IES se deu sob a ótica dos alunos de EaD. Dessa forma, o impacto sobre imagem considerou as interações ocorridas nos ambientes virtuais de aprendizagem. Lafuente-Ruiz-Sabando, Zorrilla e Forcada (2018) já haviam destacado a necessidade de realizações de pesquisas combinando a imagem da IES com os ambientes virtuais.

Tendo em vista a escassez de estudos sobre imagem das IES considerando o universo da EaD, conforme indicado na revisão sistemática feita, a investigação ajuda a cobrir tal lacuna. A pesquisa contribui também, na redução da escassez de estudos sobre a experiência de fluxo no ambiente da EaD, lacuna identificada por Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019). Soma-se a isso o fato de estarem em estágio inicial as pesquisas no contexto de serviços envolvendo a experiência de fluxo, como sinalizado por Drengner, Jahn e Furchheim (2018). A pesquisa realizada colaborou para melhor entendimento do construto no ambiente de serviços.

Ainda sobre a experiência de fluxo, a revisão sistemática sugere que poucos estudos sobre EaD abordaram simultaneamente as nove dimensões da experiência de fluxo, identificadas por Csikszentmihalyi (1990). O preenchimento dessa lacuna permite que sejam identificadas as dimensões da experiência que mais fortemente se manifestam entre os alunos de EaD na execução de suas atividades e na interação com as IES. Além disso, possibilita que os resultados obtidos sejam comparados com outras investigações, necessidade sublinhada por Kaur, Dhir e Rajala (2016) em seus estudos.

Considerando os resultados sobre lealdade, a revisão sistemática identificou que a maior parte dos estudos envolvendo o entendimento da relação entre imagem da IES e a lealdade dos alunos concentra-se na esfera do ensino presencial. Há um indicativo, então, da necessidade de se explorar mais tal relacionamento sob a ótica dos alunos de cursos on-line.

Assim sendo, os resultados apresentados colaboram para o enriquecimento do arcabouço teórico acerca da imagem das IES, experiência de fluxo, lealdade dos alunos e interações ocorridas no contexto da EaD. Além disso, embasado na teoria, o estudo fornece um modelo de mensuração que possibilita identificar a importância relativa de cada um dos construtos em análise na esfera da EaD, aprofundando os conhecimentos a respeito da relação entre eles.

A execução do presente trabalho contribui no desenvolvimento de políticas e implementação de estratégias para que os efeitos positivos da imagem das IES na esfera da EaD sejam potencializados. Por consequência, permitiu ampliar os entendimentos dos elementos que contribuem para a lealdade dos alunos em tal modalidade.

Ademais, foi feita a contribuição para que os conhecimentos de marketing possam favorecer à esfera educacional por meio da utilização de seus conceitos associados à realidade das IES. Por fim, a investigação evidenciou de que forma é possível utilizar conceitos sobre a teoria do fluxo em favor das IES com cursos de EaD, oferecendo subsídios para pesquisas futuras sobre o assunto.

6.2. IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

É recomendado que o aluno não seja visto como sujeito passivo do processo. Sugere-se, então, que sejam estabelecidas atividades que permitam ao aluno se envolver no processo, realizando ações que exijam diferentes e combinados níveis de desafios e habilidades. É importante que o aluno se sinta no controle da situação do que é proposto a ser realizado. Para que o fluxo possa ser experienciado pelos alunos, orienta-se que as atividades elaboradas tenham objetivos claros a serem atingidos e que ele obtenha *feedback* a respeito de seu desempenho durante a execução da atividade.

Além disso, propõem-se que as interações promovidas nas atividades sejam interessantes na ótica do aluno, ao ponto de favorecer a manutenção do foco no que está sendo executado. Tendo o foco mantido na realização de atividades desafiadoras, é possível que o aluno esqueça do mundo à sua volta, que a passagem do tempo seja percebida de forma diferente, que o aluno se sinta imerso e a tarefa seja executada automaticamente, a ponto da execução da tarefa se tornar altamente prazerosa.

Para tanto, é necessário que as IES utilizem as novas tecnologias em seu benefício, expandindo e inovando o formato do ensino ofertado aos seus alunos, desenvolvendo atividades combinando áudios, vídeos e outras estratégias elaboradas de forma a manter o interesse do aluno. É importante que os ambientes virtuais de aprendizagem sejam desenhados de forma a comportar tais instrumentos de aprendizagem.

Por sua vez, a respeito da imagem das IES, é necessário manter, aos olhos de sua audiência, uma imagem distinta e mais favorável que a dos demais concorrentes. Nesse sentido, para se capturar a imagem da IES no presente estudo, considerou-se não só a percepção do aluno acerca da organização, mas também a comparação com outras IES, além de sua percepção a respeito da opinião de outros usuários sobre a IES. Observa-se, então, que a percepção da imagem das IES, mesmo sendo feita sob a ótica de um indivíduo ou grupo, envolve as suas diversas audiências.

À vista disso, propõem-se que sejam planejadas estratégias que proporcionem às diversas audiências da IES vivenciar momentos agradáveis nos contatos com a instituição. Isso possibilitaria a elaboração de uma imagem positiva na mente desse público. Programas que permitam a aproximação da IES com a sociedade, como a elaboração de programas ambientais, ou programas de patrocínio a eventos, podem ser exemplos. Já na esfera do serviço educacional, o contato com a instituição deve facilitar ao atendimento das necessidades, tanto do seu público interno, quanto do seu público externo.

É recomendado que as estratégias voltadas aos alunos de EaD considerem aspectos como a maior necessidade de flexibilidade, tanto de tempo, para a realização das atividades, quanto da forma de disponibilização de materiais e instrumentos para a realização das tarefas. Em outras palavras, as estratégias para a manutenção de uma imagem positiva para as IES com cursos de EaD poderiam ressaltar o aspecto assíncrono do curso e as possibilidades da utilização de meios diversos para execução do processo de ensino-aprendizagem.

Outra estratégia relevante a ser sugerida é a busca pela diferenciação e maior efetividade dos ambientes virtuais de aprendizagem e de sua estrutura acadêmica. É indicado que as IES desenvolvam para os alunos de EaD plataformas de aprendizagem que promovam ambientes mais envolventes. Os relacionamentos com alunos, seja de apoio às atividades acadêmicas ou administrativas, devem ser ágeis, pois o fator tempo é um dos elementos preponderantes que balizam a escolha dos estudantes que aderem à EaD.

Todas essas atitudes podem colaborar na percepção do aluno a respeito de sua escolha. O aluno deve perceber que escolheu para seus estudos a melhor opção de IES entre as ofertadas no setor. Isso poderá resultar no aumento da lealdade para os alunos de EaD.

Tendo um aluno leal, as consequências para as IES serão uma publicidade gratuita, por meio do boca-boca positivo impulsionado pelos alunos das instituições, o que pode colaborar na atração e recrutamento de novos alunos. Assim, a IES apresentaria uma vantagem competitiva em relação às outras, melhorando o seu posicionamento no setor em que atua.

6.3. LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES DE INVESTIGAÇÕES FUTURAS

A pesquisa foi direcionada com base nos resultados obtidos nas três revisões sistemáticas realizadas. Considerando os estudos sobre imagem das IES, experiência de fluxo e lealdade dos alunos, é possível que outras oportunidades de pesquisa sejam descobertas àqueles que realizarem a revisão. Mesmo seguindo os critérios estabelecidos para inclusão e exclusão de artigos, em alguns momentos a revisão sistemática é subjetiva e influenciada pelo objetivo do estudo aqui apresentado.

Tendo em vista que parte das decisões dessa fase do presente trabalho foi baseada nas percepções do pesquisador, é importante reconhecer que outros caminhos poderiam ter sido descobertos e seguidos. Para pesquisas futuras, é sugerido que sejam explorados os pontos relevantes identificados na revisão sistemática a respeito dos construtos e não abordados no presente estudo.

Outra limitação diz respeito à amostra. Apesar do número de respondentes ter sido suficiente para a análise dos dados, uma amostra mais robusta tornaria os resultados mais expressivos. Outra observação é com relação às características dos respondentes. Na amostra obtida para o estudo, quase 80% eram do sexo feminino, um pouco mais de 60% dos participantes, da rede pública de ensino, e 34% do curso de licenciatura em pedagogia. Uma amostra mais diversificada eliminaria a possibilidade da prevalência da visão de tais grupos sobre os demais nos resultados obtidos na pesquisa. Isso deve ser observado em pesquisas futuras.

A análise de dados para a etapa relacionada ao modelo de mensuração reflexivo apresentou valores fora dos padrões considerados como aceitáveis em algumas situações. Como resultado, uma variável observável relacionada à experiência de fluxo foi eliminada do modelo. Os resultados sugerem haver necessidade de um refinamento na adaptação da escala da experiência de fluxo ao universo da EaD. Essa é uma limitação que deve ser observada para pesquisas futuras.

Especificamente sobre o modelo, uma vez que foi sinalizada a influência da experiência de fluxo sobre a imagem das IES, sugere-se que outras pesquisas busquem investigar se a experiência pode ser analisada considerando algumas de suas dimensões como antecedente, núcleo e consequente da experiência. Assim, seria possível um maior apuro a respeito do entendimento do relacionamento entre o construto experiência de fluxo e suas dimensões, sob a ótica dos alunos da EaD.

Outra sugestão de pesquisa futura envolve a realização do estudo em outros países, para se comparar os resultados aqui obtidos. A realização de uma pesquisa reunindo alunos de EaD de diferenciados países reduziria os efeitos de questões culturais que possam influenciar, tanto no processo de percepção da imagem, quanto na lealdade dos alunos.

Uma vez que a revisão sistemática não identificou estudos envolvendo a relação entre a imagem das IES e a experiência de fluxo, sugere-se que o modelo seja aplicado considerando como audiência, alunos do ensino presencial. Com isso, poderia ser verificado se a experiência também se manifesta entre tal público, e comparar os resultados obtidos.

Tendo sido sinalizada a importância da experiência de fluxo na percepção da imagem das IES, seria interessante analisar, no ambiente de EaD, o que favorece ao aluno experienciar o fluxo. Tal descoberta poderia favorecer o desenho de cursos mais envolventes nessa modalidade na ótica dos discentes. Por fim, tendo em vista a importância da imagem das IES para o enfrentamento da concorrência e atração de novos estudantes, sugere-se acrescentar ao modelo outros construtos que possam agir sobre a sua percepção no campo da EaD.

As limitações e sugestões de pesquisas futuras apresentadas poderão possibilitar um avanço no entendimento do relacionamento entre os construtos apresentados na pesquisa. Além disso, permitirá a melhoria do modelo proposto no presente estudo, visando que seja possível elaborar uma imagem mais positiva da IES, com cursos de EaD.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

AGHAZ, A.; HASHEMI, A.; SHARIFI ATASHGAH, M. S. Factors contributing to university image: the postgraduate students' points view. **Journal of Marketing for Higher Education**. v. 25, n. 1, p. 104-126. 2015.

AGUINIS, H.; EDWARDS, J. R. Methodological wishes for the next decade and how to make wishes come true. **Journal of Management Studies**. v. 51, n. 1, p. 143-174. 2014.

AHRHOLDT, D. C.; GUDERGAN, S. P.; RINGLE, C. M. Enhancing service loyalty: The roles of delight, satisfaction, and service quality. **Journal of Travel Research**. v. 56, n. 4, p. 436-450. 2017.

AKROUSH, M. N.; MAHADIN, B. K. An intervariable approach to customer satisfaction and loyalty in the internet service market. **Internet Research**. 2019.

ALCAIDE-PULIDO, P.; ALVES, H.; GUTIÉRREZ-VILLAR, B. Development of a model to analyze HEI image: a case based on a private and a public university. **Journal of Marketing for Higher Education**. v. 27, n. 2, p. 162-187. 2017.

ALEXANDER, D.C. A construct of the image and a method of measurement. **Journal of Communication**. v.21, n. 2, p. 170-178. 1971.

ALI, F. et al. Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty? **Quality Assurance in Education**. v 24, n. 1, p. 70-94. 2016.

ALLEN, I. E.; SEAMAN, C. A. Likert scales and data analyses. **Quality Progress**., v. 40, n. 7, p. 64. 2007.

ALVES, H.; RAPOSO, M. The influence of university image on student behaviour. **International Journal of Educational Management**. v. 24, n. 1, p. 73-85. 2010.

ALWI, S. F. S.; KITCHEN, P. J. Projecting corporate brand image and behavioral response in business schools: cognitive or affective brand attributes? **Journal of Business Research**. v.67, p. 2324-2336. 2014.

AMIN, M. Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. **International journal of bank marketing**. v. 34, n. 3, p. 280-306. 2016.

ARIFINE, G.; FELIX, R.; FURRER, O. Multi-brand loyalty in consumer markets: a qualitatively-driven mixed methods approach. **European Journal of Marketing**. 2019.

ARKORFUL, V.; ABAIDOO, N. The role of e-learning, advantages and disadvantages of its adoption in higher education. **International Journal of Instructional Technology and Distance Learning**. v. 12, n. 1, p. 29-42. 2015.

ARPAN, L. M.; RANEY, A. A.; ZIVNUSKA, S. A cognitive approach to understanding university image. **Corporate Communications: an International Journal**. v.8, n.2, p. 97-113. 2003.

ARRIVABENE, L. S.; VIEIRA, P. R. C.; MATTOSO, C. L. Q. Impact of service quality, satisfaction and corporate image on loyalty: A study of a publicly traded for-profit university. **Services Marketing Quarterly**. v. 40, n. 3, p. 189-205. 2019.

AZOURY, N.; DAOU, L.; KHOURY, C.E. University image and its relationship to student satisfaction – case of the Middle Eastern private business schools. **International Strategic Management Review**. v.2, n.1, p. 1-8. 2014.

BALMER, J. M. T.; GRAYSER, S. A. Corporate marketing integrating corporate identity, corporate branding, corporate communications, corporate image and corporate reputation. **European Journal of Marketing**. v. 40, n. 7/8, p. 730-741. 2006.

BARCLAY, C.; DONALDS, C.; OSEI-BRYSON, K. investigating critical success factors in online learning environments in higher education systems in the Caribbean. **Information Technology for Development**. v. 24, n. 3. p. 1-30. 2018.

BIDO, D. S.; SILVA, D. Smartpls 3: Especificação, Estimacão, Avaliacão e Relato. **Administracão: Ensino e Pesquisa–RAEP**. v. 20, n. 2, p. 465-513. 2019.

BORRAZ-MORA, J.; HERNANDEZ-ORTEGA, B.; MELGUIZO-GARDE, M. The influence of generic-academic competences on satisfaction and loyalty: the view of two key actors in higher education. **Journal of Higher Education Policy and Management**. v. 42, n. 5, p. 563-578. 2020.

BRASIL. Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017. Regulamenta o art. 80 da Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9057.htm>. acesso em 26 nov. 2018.

BRASIL. Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016. Revoga a Portaria MEC nº 4.059 de 10 de dezembro de 2004, e estabelece nova redacão para o tema. Disponível em: <<https://abmes.org.br/arquivos/legislacoes/Port-MEC-1134-2016-10-10.pdf>>. acesso em 04 mai. 2020.

BRAUN, J.; ZOLFAGHARIAN, M. Student participation in academic advising: Propensity, behavior, attribution and satisfaction. **Research in Higher Education**. v. 57, n. 8, p. 968-989. 2016.

BROWN, R. M.; MAZZAROL, T. W. The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. **Higher Education**. v.1, n.58, p. 81–95. 2009.

BRUTUS, S.; AGUINIS, H.; WASSMER, U. Self-reported limitations and future directions in scholarly reports: Analysis and recommendations. **Journal of Management**. v. 39, n. 1, p. 48-75. 2013.

- BUIL, I.; CATALÁN, S.; MARTÍNEZ, E. Exploring students' flow experiences in business simulation games. **Journal of Computer Assisted Learning**. v. 34, n. 2, p. 183-192. 2018.
- CALLI, L. et al. Identifying factors that contribute to the satisfaction of students in e-learning. **Turkish Online Journal of Distance Education**. v. 14, n.1. 2013.
- CHANDRA, T. et al. The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty. **Benchmarking: an International Journal**. v. 26, n. 6. p. 1533-1549. 2019.
- CHANG, C. C. Examining users' intention to continue using social network games: A flow experience perspective. **Telematics and Informatics**. v. 30, n. 4, p. 311-321. 2013.
- CHIOU, J.; DROGE, C. Service quality, trust, specific asset investment, and expertise: Direct and indirect effects in a satisfaction-loyalty framework. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 34, n. 4, p. 613-627. 2006.
- CHOI, D. H.; KIM, J.; KIM, S. H. Erp training with a web-based electronic learning system: the flow theory perspective. **International Journal of Human-Computer Studies**. v. 65, n. 3, p. 223-43. 2007.
- CHOI, Y. G.; HYUN, S. S. Relationships between brand experiences, personality traits, prestige, relationship quality, and loyalty. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. v. 29, n. 4, p. 1185-1202. 2017.
- CHUN, R. Corporate reputation: Meaning and measurement. **International Journal of Management Reviews**. v. 7, n. 2, p. 91-109, 2005.
- CLARKE, S. G.; HAWORTH, J. T. Flow experience in the daily lives of sixth-form college students. **British Journal of Psychology**. v. 85, n. 4, p. 511-523. 1994.
- COSTA, F. R.; PELISSARI, A. S. Corporate image: Influencing factors from the viewpoint of students of distance learning courses. **BBR. Brazilian Business Review**. v. 14, n. 1, p. 108-130. 2017.
- da COSTA, F. R.; PELISSARI, A. S. Factors affecting corporate image from the perspective of distance learning students in public higher education institutions. **Tertiary Education and Management**. v. 22, n. 4, p. 287-299. 2016.
- da COSTA, F. R.; PELISSARI, A. S.; GONZALEZ, I. V. D. P. Corporate image of public higher education institutions: Relevant factors to distance learning students. **Turkish Online Journal of Distance Education**. v. 19, n. 1, p. 117-135. 2018.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. **Flow: The psychology of optimal experience**. New York, NY: Harper and Row. 1990.
- _____. **Flow and the psychology of discovery and invention**. New York: Harper Collins, 1996.

_____. **Finding flow: The psychology of engagement with everyday life.** Basic books. 1997.

_____. **Flow and the foundations of positive psychology.** New York: Springer. 2014a.

_____. **Applications of flow in human development and education.** Dordrecht: Springer. 2014b.

DAUD, Y. R.; AMIN, M. R.; KARIM, J. Antecedents of Student Loyalty in Open and Distance Learning Institutions: An Empirical Analysis. **The International Review of Research in Open and Distributed Learning.** v. 21, n. 3, p. 18-40. 2020.

DEHGHAN, A. et al. The antecedents of student loyalty in online programs. **International Journal of Educational Management.** v. 28, n. 1, p. 15-35. 2014.

DEL-CASTILLO-FEITO, C.; BLANCO-GONZÁLEZ, A.; GONZÁLEZ-VÁZQUEZ, E. The relationship between image and reputation in the Spanish public university. **European Research on Management and Business Economics.** v. 25, n. 2, p. 87-92. 2019.

DENYER, D.; TRANFIELD, D. Producing a systematic review. In: BUCHANAN, D. A.; BRYMAN, A. **The Sage Handbook of Organizational Research Methods.** Sage Publications Ltda. 2009.

DICHTER, E. What's in an image? **Journal of Consumer Marketing.** v. 2, n. 1, p. 75-81, 1985.

DICK, A. S.; BASU, K. Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. **Journal of the Academy of Marketing Science.** v. 22, n. 2, p. 99-113. 1994.

DLAČIĆ, J. et al. Exploring perceived service quality, perceived value, and repurchase intention in higher education using structural equation modelling. **Total Quality Management & Business Excellence.** v. 25, n. 1/2, p. 141-157. 2014.

DOBNI, D.; ZINKHAN, G. M. In search of brand image: A foundation analysis. **Advances in Consumer Research.** v. 17, n. 1, p. 110-119. 1990.

DOÑA TOLEDO, L.; LUQUE MARTÍNEZ, T. How loyal can a graduate ever be? The influence of motivation and employment on student loyalty. **Studies in Higher Education.** v. 45, n. 2, p. 353-374. 2020.

DOÑA-TOLEDO, L.; LUQUE-MARTÍNEZ, T.; DEL BARRIO-GARCÍA, S. Antecedents and consequences of university perceived value, according to graduates: the moderating role of higher education involvement. **International Review on Public and Nonprofit Marketing.** v. 14, n. 4, p. 535-565. 2017.

DOROBĂȚ, I.; CORBEA, A. M. I.; MUNTEAN, M. Integrating student trust in a conceptual model for assessing learning management system success in higher education: An empirical analysis. **IEEE Access.** v. 7, p. 69202-69214. 2019.

DOWLING, G. R. Managing your corporate images. **Industrial Marketing Management**. v.15, n.2, p. 109-115. 1986.

DRENGNER, J.; GAUS, H.; JAHN, S. Does flow influence the brand image in event marketing? **Journal of Advertising Research**. v. 48, n. 1, p. 138-147, 2008.

DRENGNER, J.; JAHN, S.; FURCHHEIM, P. Flow revisited: process conceptualization and a novel application to service contexts. **Journal of Service Management**. v. 29, n. 4, p. 703-734. 2018.

DRYDAKIS, N. Economics applicants in the UK labour market: University reputation and employment outcomes. **International Journal of Manpower**. v. 36, n. 3, p. 296-333. 2015.

DUARTE, P. O.; ALVES, H. B.; RAPOSO, M. B. Understanding university image: A structural equation model approach. **International Review on Public and Nonprofit Marketing**. v.7, n.1, p. 21-36. 2010.

ELSHARNOUBY, T. H. Student co-creation behavior in higher education: The role of satisfaction with the university experience. **Journal of Marketing for Higher Education**. v. 25, n. 2, p. 238-262. 2015.

ENGESER, S.; SCHIEPE-TISKA, A. Historical lines and an overview of current research on flow. In: **Advances in flow research**. Springer, New York, NY, 2012. p. 1-22.

EOM, S. B.; ASHILL, N. J. A system's view of e-learning success model. **Decision Sciences Journal of Innovative Education**. v. 16, n. 1, p. 42-76. 2018.

ESTEBAN-MILLAT, I. et al. Modelling students' flow experiences in an online learning environment. **Computers & Education**. v. 71, p.111-123. 2014.

_____. An extension of the technology acceptance model for online learning environments. **Interactive Learning Environments**. v. 26, n. 7, p. 895-910. 2018.

FAUL, F. et al. Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. **Behavior Research Methods**. v. 41, p. 1149 – 1160, 2009.

FERNANDES, T.; PEDROSO, R. The effect of self-checkout quality on customer satisfaction and repatronage in a retail context. **Service Business**. v. 11, n. 1, p. 69-92. 2017.

FLAVIÁN, C.; LONGÁS, L.; LOZANO, J. Market orientation: the key to the future of virtual universities. **International Journal of Management in Education**. v. 7, n. 3, p. 313-327. 2013.

FONG, C. J.; ZALESKI, D. J.; LEACH, J. K. The challenge–skill balance and antecedents of flow: A meta-analytic investigation. **The Journal of Positive Psychology**. v. 10, n. 5, p. 425-446. 2015.

FOURNIER, J. et al. French translation of the Flow State Scale-2: Factor structure, cross-cultural invariance, and associations with goal attainment. **Psychology of Sport and Exercise**. v.8, n.6, p. 897-916. 2007.

FU, F. L.; SU, R. C.; YU, S. C. EGameFlow: A scale to measure learners' enjoyment of e-learning games. **Computers & Education**. v.52 n. 1. p. 101-112. 2009.

FRANCESCHET, M.; COSTANTINI, A. The first Italian research assessment exercise: A bibliometric perspective. **Journal of Informetrics**. v. 5, n. 2, p. 275-291. 2011.

GHANI, J. A.; DESHPANDE, S. P. Task characteristics and the experience of optimal flow in human-computer interaction. **The Journal of Psychology**,. v. 128, n. 4, p. 381-391. 1994.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas S.A. 2008.

GONG, T.; YI, Y. The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. **Psychology & Marketing**. v. 35, n. 6, p. 427-442. 2018.

GRAY, J. A.; DILORETO, M. The effects of student engagement, student satisfaction, and perceived learning in online learning environments. **International Journal of Educational Leadership Preparation**. v. 11, n. 1, p. 98-119. 2016.

GREENER, S. **Business research methods**. BookBoon, 2008.

GUILBAULT, M. Students as customers in higher education: Reframing the debate. **Journal of Marketing for Higher Education**. v. 26 n. 2, p. 132-142. 2016.

GÜNALAN, M.; CEYLAN, A. The mediator role of organizational image on the relationship between jealousy and turnover intention: A study on health workers. **The Journal of Social Sciences Institute**. v.17, n. 31, p.133-156. 2014.

GUO, Y. M.; RO, Y. K. Capturing flow in the business classroom. **Decision Sciences Journal of Innovative Education**. v. 6, n. 2, p. 437-462. 2008.

GUO, Z. et al. Promoting online learners' continuance intention: An integrated flow framework. **Information & Management**. v. 53, n. 2, p. 279-295. 2016.

HA, Y.; IM, H. The role of an interactive visual learning tool and its personalizability in online learning: flow experience. **Online Learning**. v. 24, n. 1, p. 205-226. 2020.

HAIR, J. F. et al. **Multivariate data analysis**. 7th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2009.

_____. **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. Sage Publication. 2014.

_____. When to use and how to report the results of PLS-SEM. **European Business Review**. v. 31, n.1. p. 2-24. 2019.

HAIR J. F.; HOWARD, M. C.; NITZL, C. Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. **Journal of Business Research**. v. 109, p. 101-110. 2020.

HAIR, J. F.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. PLS-SEM: indeed a silver bullet. **Journal of marketing Theory and Practice**. v.18, n.2, p.139-152. 2011.

- HELGESEN, O.; NESSET, E. Images, satisfaction and antecedents: Drivers of student loyalty? A case study of a Norwegian university college. **Corporate Reputation Review**. v. 10, n. 1, p. 38-59. 2007.
- HENNIG-THURAU, T.; GWINNER, K. P.; GREMLER, D. D. Understanding relationship marketing outcomes: an integration of relational benefits and relationship quality. **Journal of Service Research**. v. 4, n. 3, p. 230-247. 2002.
- HENNIG-THURAU, T.; LANGER, M. F.; HANSEN, U. Modeling and managing student loyalty: An approach based on the concept of relationship quality. **Journal of Service Research**. v. 3, n. 4, p. 331-344. 2001.
- HENSELER, J.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. **Journal of the Academy of Marketing Science**. v. 43, n. 1, p. 115-135. 2015.
- HERMAN, H. Loyalty, trust, satisfaction and participation in Universitas Terbuka ambience: Students' perception. **Turkish Online Journal of Distance Education**. v. 18, n. 3, p. 84-95. 2017.
- HEUTTE, J. et al. The eduflow model: a contribution toward the study of optimal learning environments. **Flow Experience**. Springer. 2016.
- HO, L.; KUO, T. How can one amplify the effect of e-learning? An examination of high-tech employees' computer attitude and flow experience. **Computers in Human Behavior**. v. 26, n. 1, p. 23-31. 2010.
- HOFFMAN, D.L.; NOVAK, T.P. Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations. **Journal of Marketing**, v. 60,n. 3, p. 50–68. 1996.
- _____. Flow online: lessons learned and future prospects. **Journal of Interactive Marketing**. v. 23, n. 1, p. 23-34. 2009.
- HSU, C. L. et al. The mediating effect of flow experience on social shopping behavior. **Information Development**. v. 33, n. 3, p.243-256. 2017.
- HUANG, H. M.; RAUCH, U.; LIAW, S. S. Investigating learners' attitudes toward virtual reality learning environments: Based on a constructivist approach. **Computers & Education**. v. 55, n. 3, p. 1171-1182. 2010.
- HWANG, Y. Understanding the different influences of online trust on loyalty by risk takers and avoiders. **International Journal of Human-Computer Interaction**. v. 30, n. 12, p. 977-984. 2014.
- HWANG, Y.; CHOI, Y. Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. **Social Behavior and Personality: an International Journal**. v. 47, n. 2, p. 1-12. 2019.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo demográfico 2010: características da população e dos domicílios – Resultados do universo. Rio de Janeiro, RJ, 2011.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Censo da educação superior 2017. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <www.inep.gov.br>. Acesso em: 252 nov2018.

ISMAIL, A.; YUNAN, Y. M. Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. **LogForum**. v. 12, n. 4, p. 269-283. 2016.

IVY, J. Higher education institution image: a correspondence analysis approach. **The International Journal of Educational Management**. v. 15, n.6, p. 276-82. 2001.

JACKMAN, P. C.; CRUST, L.; SWANN, C. Systematically comparing methods used to study flow in sport: A longitudinal multiple-case study. **Psychology of Sport and Exercise**. v. 32, p. 113-123. 2017.

JACKMAN, P. C. et al. Flow states in exercise: a systematic review. **Psychology of Sport and Exercise**. v. 45 101546. 2019.

JACKSON, S. A.; EKLUND, R. C. Assessing flow in physical activity: The flow state scale–2 and dispositional flow scale–2. **Journal of Sport and Exercise Psychology**. v. 24, n. 2, p. 133-150. 2002.

JACKSON, S. A.; MARSH, H. W. Development and validation of a scale to measure optimal experience: The Flow State Scale. **Journal of sport and exercise psychology**, v. 18, n. 1, p. 17-35, 1996.

JACKSON, S. A.; MARTIN, A. J.; EKLUND, R. C. Long and short measures of flow: The construct validity of the FSS-2, DFS-2, and new brief counterparts. **Journal of Sport and Exercise Psychology**. v. 30, n. 5, p. 561-587. 2008.

JACOBY, J.; KYNER, D. B. Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior. **Journal of Marketing Research**. v. 10, n. 1, p. 1-9. 1973.

JOO, Y. J.; JOUNG, S.; KIM, J. Structural relationships among self-regulated learning, learning flow, satisfaction, and learning persistence in cyber universities. **Interactive Learning Environments**. v. 22, n. 6, p. 752-770. 2014.

JOO, Y. J.; LIM, K. Y.; KIM, S. M. A model for predicting learning flow and achievement in corporate e-learning. **Journal of Educational Technology & Society**. v. 15, n. 1, p. 313. 2012.

JOO, Y. J.; OH, E.; KIM, S. M. Motivation, instructional design, flow, and academic achievement at a Korean online university: A structural equation modeling study. **Journal of Computing in Higher Education**. v. 27, n. 1, p. 28-46. 2015.

KARAOSMANOGLU, E.; MELEWAR, T. C. Corporate communications, identity and image: A research agenda. **Journal of Brand Management**. v. 14, n. 1-2, p. 196-206. 2006.

- KAUFFMAN, H. A Review of predictive factors of student success in and satisfaction with online learning. **Research in Learning Technology**. v.23. 2015.
- KAUR, H.; SOCH, H. Satisfaction, trust and loyalty: investigating the mediating effects of commitment, switching costs and corporate image. **Journal of Asia Business Studies**. v. 12, n. 4, p. 361-380. 2018,
- KAUR, P. et al. Flow in context: Development and validation of the flow experience instrument for social networking. **Computers in Human Behavior**. v. 59, p. 358-367. 2016.
- KAUR, P.; DHIR, A.; RAJALA, R. Assessing flow experience in social networking site based brand communities. **Computers in Human Behavior**. v. 64, p. 217-225. 2016.
- KELLER, K. L. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **Journal of Marketing**. v. 57, n. 1, p. 1-22. 1993.
- KENNEY, M. G.; KHANFAR, N. M. Antecedents of repurchase intention: propositions towards using marketing strategy to mitigate the attrition of online students. **Services Marketing Quarterly**. v. 30, n. 3, p. 270-286. 2009.
- KHALIFA, B.; MAHMOUD, A. B. What forms university image? An integrated model from Syria. **Business: Theory and Practice**. v. 17, n. 1, p. 46-55. 2016.
- KHAN, I. U. et al. Assessing the determinants of flow experience in the adoption of learning management systems: the moderating role of perceived institutional support. **Behaviour & Information Technology**. v. 36, n. 11, p. 1162-1176. 2017.
- KIM, D.; KO, Y. J. The impact of virtual reality (VR) technology on sport spectators' flow experience and satisfaction. **Computers in Human Behavior**. v. 93, p. 346-356. 2019.
- KIM, H. J.; HONG, A. J.; SONG, H. D. The roles of academic engagement and digital readiness in students' achievements in university e-learning environments. **International Journal of Educational Technology in Higher Education**. v. 16, n. 1, p. 1-18. 2019.
- KLOOSTER, P. M.; VISSER M.; DE JONG, M. D.T. Comparing two image research instruments: The Q-sort method versus the Likert attitude questionnaire. **Food Quality and Preference**. v. 19, n. 5, p. 511-518. 2008.
- KOTHARI, C. R. Research methodology: Methods and techniques. **New Age International**. 414p. 2004.
- KUCZMAN, O. et al. Effects of stirring on cassava effluent treatment in an anaerobic horizontal tubular pilot reactor with support medium—A Review. **Renewable and Sustainable Energy Reviews**. v. 77, p. 984-989, 2017.
- KUO, C.; TANG, M. Relationships among service quality, corporate image, customer satisfaction, and behavioral intention for the elderly in high speed rail services. **Journal of Advanced Transportation**. v. 47. n. 5. p. 512-525. 2013.

- LAFUENTE-RUIZ-DE-SABANDO, A.; ZORRILLA, P.; FORCADA, J. A review of higher education image and reputation literature: knowledge gaps and a research agenda. **European Research on Management and Business Economics**. v. 24, n. 1, p. 8-16. 2018.
- LAMBERT, J.; CHAPMAN, J.; LURIE, D. Challenges to the four-channel model of flow: primary assumption of flow support the moderate challenging control challenge". **Journal of Positive Psychology**. v. 8, n. 5, p. 395-403. 2013.
- LANDRUM, R.; TURRISI, R.; HARLESS, C. University image: the benefits of assessment and modeling. **Journal of Marketing for Higher Education**. v.9, n.1, p.53-68. 1998.
- LATIF, K. F.; LATIF, I.; FAROOQ SAHIBZADA, U.; ULLAH, M. In search of quality: measuring higher education service quality (HiEduQual). **Total Quality Management & Business Excellence**. v. 30, n. 7, p. 768-791. 2017.
- LEE, M. Explaining and predicting users' continuance intention toward e-learning: An extension of the expectation–confirmation model. **Computers & Education**. v. 54, n. 2, p. 506-516. 2010.
- LEE, Y. J.; HA, S.; JOHNSON, Z. Antecedents and consequences of flow state in e-commerce. **Journal of Consumer Marketing**. v. 36, n. 2, p. 264-275. 2019.
- LEMMINK, J.; SCHUIJF, A. STREUKENS, S. The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions. **Journal of Economic Psychology**. v.24, n.1, p. 1-15. 2003.
- LIAO, L. A flow theory perspective on learner motivation and behavior in distance education. **Distance Education**. v. 27, n. 1, p. 45-62. 2006.
- LI, E. C.; LUH, D. Effect of game motivation on flow experience and companionship: the online pet games as the example. **Interaction Studies**. v. 18, n. 1, p. 95-115. 2017.
- LI, Z.; CHENG, Y.; LIU, C. A constructionism framework for designing game-like learning systems: Its effect on different learners. **British Journal of Educational Technology**. v. 44, n. 2, p. 208-224. 2013.
- LIU, C.; CHENG, Y.; HUANG, C. The effect of simulation games on the learning of computational problem solving. **Computers & Education**. v. 57, n. 3, p. 1907-1918. 2011.
- LIU, M. T. et al. Applying consumer-based brand equity in luxury hotel branding. **Journal of Business Research**. v. 81. p.192-202. 2017.
- LUQUE-MARTÍNEZ, T.; BARRIO-GARCÍA, S. Modelling university image: The teaching staff viewpoint. **Public Relations Review**. v.35, n.3, p. 325–327. 2009.
- MACROBERTS, Michael H.; MACROBERTS, Barbara R. Problems of citation analysis: A study of uncited and seldom-cited influences. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**. v. 61, n. 1, p. 1-12. 2010.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3ª. Ed. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall. 492 p. 2011.

MANATOS, M. J.; SARRICO, C. S.; ROSA, M. J. The integration of quality management in higher education institutions: a systematic literature review. **Total Quality Management and Business Excellence**. v. 28, n. 1/2, p. 159-175. 2017.

MARTIN, A. J.; JACKSON, S. A. Brief approaches to assessing task absorption and enhanced subjective experience: Examining 'short' and 'core' flow in diverse performance domains. **Motivation and Emotion**. v. 32, n. 3, p. 141-157. 2008.

MARTÍNEZ-ARGÜELLES, M. J.; BATALLA-BUSQUETS, J. M. Perceived service quality and student loyalty in an online university. **International Review of Research in Open and Distributed Learning**. v. 17, n. 4, p. 264-279. 2016.

MARTÍNEZ-CARO, E.; CERGARRA-NAVARRO, J. G.; CEPEDA-CARRIÓN, G. Na application of the performance-evaluation model for e-learning quality in higher education. **Total Quality Management & Business Excellence**. v. 26, n. 5/6, p. 632-647. 2015.

MASSERINI, L.; BINI, M.; PRATESI, M. Do quality of services and institutional image impact students' satisfaction and loyalty in higher education? **Social Indicators Research**. v. 146, n. 1-2, p. 91-115. 2018.

MONDINI, V. E. D. et al. Instituições de ensino superior a distância: análise dos motivos de escolha. **Revista Meta: Avaliação**. v.6, n.16, p. 71-84. 2014.

MORGAN, R. M.; HUNT, S. D. The commitment-trust theory of relationship marketing. **Journal of Marketing**. v. 58, n. 3, p. 20-38. 1994.

NAH, F. F.; ESCHENBRENNER, B.; DEWESTER, D. Enhancing brand equity through flow and telepresence: A comparison of 2D and 3D virtual worlds. **MIs Quarterly**. p. 731-747, 2011.

NGUYEN, H. et al. Individual investors' satisfaction and loyalty in online securities trading using the technology acceptance model. **International Journal of Management and Decision Making**. v. 19, n. 2, p. 239-266. 2020.

NGUYEN, N.; LEBLANC, G. Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. **International Journal of Educational Management**. v.15, n.6, p. 303-311. 2001.

NOVAK, T. P.; HOFFMAN, D. L.; YUNG, Y. Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. **Marketing Science**. v. 19, n. 1, p. 22-42. 2000.

OECD. **Education at a Glance 2016: OECD Indicators**. OECD. 2016.

OLIVER, R. L. Whence consumer loyalty?. **Journal of Marketing**. v. 63, n. 4, p. 33-44. 1999.

- OZKARA, B. Y.; OZMEN, M.; KIM, J. W. Exploring the relationship between information satisfaction and flow in the context of consumers' online search. **Computers in Human Behavior**. v. 63, p. 844-859. 2016.
- PALACIO, A. B.; MENESES, G. D.; PÉREZ, P. J. P. The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. **Journal of Educational Administration**. v.40, n. 5, p. 486-505. 2002.
- PAMPALONI, A. M. The influence of organizational image on college selection: What students seek in institutions of higher education. **Journal of Marketing for Higher Education**. v. 20 n. 1, p. 19-48. 2010.
- PAN, Y.; SHENG, S.; XIE, F. T. Antecedents of customer loyalty: An empirical synthesis and reexamination. **Journal of Retailing and Consumer Services**. v. 19, n. 1, p. 150-158. 2012.
- PANDA, S. et al. University brand image as competitive advantage: a two-country study. **International Journal of Educational Management**. v. 33, n. 2, p. 234- 251. 2019.
- PANIAGUA, K. J. T.; GARCÍA, S. R. Impacto de la implementación del marketing educativo en la gestión de la Universidad Central del Este. **UCE Ciencia. Revista de Postgrado**. v. 3, n. 2. 2015.
- PANTHONG, O. University Image Development for Phranakhon Rajabhat University. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร (Sakon Nakhon Graduate Studies Journal)**. v.13, n. 61, p. 1-14. 2016.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; MALHOTRA, A. ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. **Journal of Service Research**. v. 7, n. 3, p. 213-233. 2005.
- PELET, J.; ETTIS, S.; COWART, K. Optimal experience of flow enhanced by telepresence: Evidence from social media use. **Information & Management**. v. 54, n. 1, p. 115-128. 2017.
- PELLAS, N.; KAZANDIS, I. On the value of second life for students' engagement in blended and online courses: a comparative study from the higher education in Greece. **Education and Information Technologies**. v. 20, n. 3, p. 445-466. 2015.
- PÉREZ, J. P.; TORRES, E. M. Evaluation of the organizational image of a university in a higher education institution. **Contaduría y Administración**. v. 62, n. 1, p. 123-140. 2017.
- PERTTULA, A. et al. Flow experience in game based learning—a systematic literature review. **International Journal of Serious Games**. v. 4, n. 1, p. 57-72. 2017.
- PHAM, C.; VU, N.; TRAN, G. The role of e-learning service quality and e-trust on e-loyalty. **Management Science Letters**. v. 10, n. 12, p. 2741-2750. 2020.
- PHAM, L. et al. Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam. **International Journal of Educational Technology in Higher Education**. v16, n. 1, p. 1-26. 2019.

PHAM, L.; WILLIAMSON, S.; BERRY, R. Student perceptions of e-learning service quality, e-satisfaction, and e-loyalty. **International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)**. v. 14, n. 3, p. 19-40. 2018.

PODSAKOFF, P. M. *et al.* Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. **Journal of Applied Psychology**. v. 88, n. 5, p. 879. 2003.

POLAT, S. The relationship between university student's academic achievement and perceived organizational image. **Educational Sciences: Theory & Practice**. v.1, n.11, p. 257-262. 2011.

QUARSHIE, A. M.; SALMI, A.; LEUSCHNER, R. Sustainability and corporate social responsibility in supply chains: The state of research in supply chain management and business ethics journals. **Journal of Purchasing and Supply Management**. v. 22, n. 2, p. 82-97. 2016.

RATHER, R. A. Investigating the impact of customer brand identification on hospitality brand loyalty: A social identity perspective. **Journal of Hospitality Marketing & Management**. v. 27, n. 5, p. 487-513. 2018.

RAZA, A *et al.* An assessment of corporate social responsibility on customer company identification and loyalty in banking industry: a PLS-SEM analysis. **Management Research Review**. v. 43, n. 11, p. 1337-1370. 2020.

RENDA DOS SANTOS, L. M.; OKAZAKI, S. Planned e-learning adoption and occupational socialisation in Brazilian higher education. **Studies in Higher Education**. v. 41, n. 11, p. 1974-1994. 2016.

RINDFLEISCH, A. *et al.* Cross-sectional versus longitudinal survey research: concepts, findings and guidelines. **Journal of Marketing Research**. v. 45, n. 3, p. 261-279. 2008.

RINGLE, C. M.; SILVA, D.; BIDO, D. Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. **Revista Brasileira de Marketing**.v. 13, n. 2, p. 56-73. 2014.

RODRÍGUEZ-ARDURA, I.; MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. J. Another look at 'being there' experiences in digital media: Exploring connections of telepresence with mental imagery. **Computers in Human Behavior**. v. 30, p. 508-518. 2014.

RODRÍGUEZ-ARDURA, I.; MESEGUER-ARTOLA, A. What leads people to keep on e-learning? An empirical analysis of users' experiences and their effects on continuance intention. **Interactive Learning Environments**. v. 24, n. 6, p. 1030-1053. 2016a.

_____. E-learning continuance: The impact of interactivity and the mediating role of imagery, presence and flow. **Information & Management**. v. 53, n. 4, p. 504-516. 2016b.

_____. Flow in e-learning: What drives it and why it matters. **British Journal of Educational Technology**. v. 48, n. 4, p. 899-915. 2017.

_____. Flow experiences in personalised e-learning environments and the role of gender and academic performance. **Interactive Learning Environments**. p. 1-24. 2019.

RUNDLE-THIELE, S. Exploring loyal qualities: assessing survey-based loyalty measures. **Journal of Services Marketing**, . v. 19, n. 7, p. 492-500. 2005.

RYU, K.; LEE, H.; KIM, W. G. The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. v. 24, n. 2, p. 200-223. 2012.

SAHID, D. S. S.; NUGROHO, L. E.; SANTOSA, P. I.. Modeling the flow experience for personalized context aware e-learning. In: **2016 8th International Conference on Information Technology and Electrical Engineering (ICITEE)**. IEEE, p. 1-6. 2016.

SÁNCHEZ-FRANCO, M. J.; PERAL-PERAL, B.; VILLAREJO-RAMOS, Á. F. Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. **Computers & Education**. v. 74, p. 81-97, 2014.

SARSTEDT, M.; RINGLE, C. M.; HAIR, J. F. Partial least squares structural equation modeling. **Handbook of Market Research**. v. 26, n. 1, p. 1-40. 2017.

SARSTEDT, M. et al. On the emancipation of PLS-SEM: A commentary on Rigdon (2012). **Long Range Planning**. v. 47, n. 3, p. 154-160. 2014.

_____. Estimation issues with PLS and CBSEM: Where the bias lies! **Journal of Business Research**. v. 69, n. 10, p. 3998-4010, 2016.

SARSTEDT, M.; RINGLE, C. M.; HAIR, J. F. Partial least squares structural equation modeling. **Handbook of Market Research**. v. 26, n. 1, p. 1-40. 2017.

SCHLESINGER, W.; CERVERA, A.; PÉREZ-CABAÑERO, C. Sticking with your university: The importance of satisfaction, trust, image, and shared values. **Studies in Higher Education**. v. 42, n. 12, p. 2178-2194. 2016.

SHIN, N. Online learner's 'flow' experience: an empirical study. **British Journal of Educational Technology**. v. 37, n. 5, p. 705-720. 2006.

SIEKPE, J. S. An examination of the multidimensionality of flow construct in a computer-mediated environment. **Journal of Electronic Commerce Research**. v. 6, n. 1, p. 31. 2005.

da SILVA TOLENTINO, R. D. S. et al. Avaliação da qualidade na Educação a Distância sob a perspectiva do aluno: proposição e teste de um modelo usando equações estruturais. **REGE-Revista de Gestão**. v. 20, n. 3, p. 347-366. 2013.

SKADBERG, Y. X.; KIMMEL, J. R. Visitors' flow experience while browsing a Web site: its measurement, contributing factors and consequences. **Computers in Human Behavior**. v. 20, n. 3, p. 403-422. 2004.

SKORDIS-WORRALL, J.; HAGHPARAST-BIDGOLI, H.; BATURA, N.; HUGHES, J. Learning online: A case study exploring student perceptions and experience of a course in economic evaluation. **International Journal of Teaching and Learning in Higher Education**. v. 27, n. 3, p. 413-422. 2015.

SLAVEC, A.; DRNOVŠEK, M. A perspective on scale development in entrepreneurship research. **Economic and Business Review**, v. 14, n. 1, p. 39-62, 2012.

SO, K. K. F.; KING, C.; SPARKS, B. Customer engagement with tourism brands: Scale development and validation. **Journal of Hospitality & Tourism Research**. v. 38, n. 3, p. 304-329. 2014.

SOP, S. A.; KOZAK, N. Effects of brand personality, self-congruity and functional congruity on hotel brand loyalty. **Journal of Hospitality Marketing & Management**. v. 28, n. 8, p. 926-956. 2019.

SOUTAR, G. N.; TURNER, J. P. Students' preferences for university: A conjoint analysis. **International Journal of Educational Management**. v. 16, n. 1. p-40-45. 2002.

SUBRAHMANYAM, A. Relationship between service quality, satisfaction, motivation and loyalty. **Quality Assurance in Education**. v. 25, n.2, p. 171-188. 2017.

SUBRAHMANYAM, A.; SHEKHAR, B. R. Where do you find loyalty in the contemporary university scene?. **Journal of Applied Research in Higher Education**. v. 9, n. 3, p. 378-393. 2017.

SUGILAR, S. The Role of Service Quality Management in Students' Re-Enrollment. **Turkish Online Journal of Distance Education**. v. 21, n. 1, p. 45-56. 2020.

SUH, Y. The performance of maximum likelihood and weighted least square mean and variance adjusted estimators in testing differential item functioning with nonnormal trait distributions. **Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal**. v. 22, n. 4, p. 568-580. 2015.

SUNG, M.; YANG; S. U. Toward the model of university image: the influence of brand personality, external prestige, and reputation. **Journal of Public Relations Research**. v.20, n.4, p. 357-376. 2008.

TEEROOVENGADUM, V. et al. Higher education service quality, student satisfaction and loyalty: Validating the HESQUAL scale and testing an improved structural model. **Quality Assurance in Education**. v. 27 n. 4, p. 427-445. 2019.

TRAVERSO CORTÉS, J.; ROMÁN ONSALO, M. L. Análisis de la imagen interna de la institución universitaria: Contrucción de un modelo para la obtención de la imagen bajo la perspectiva del alumno. **Investigaciones Europeas de Dirección de la Empresa (IEDEE)**. v. 13, n. 1, p. 231-246. 2007.

TOUFAILY, E.; FALLU, J. M.; RICARD, L. OCL: Online customer loyalty in the service industries: Scale development and validation. **Journal of Relationship Marketing**. v. 15, n. 4, p. 269-298. 2016.

TOUFAILY, E.; RICARD, L.; PERRIEN, J. Customer loyalty to a commercial website: Descriptive meta-analysis of the empirical literature and proposal of an integrative model. **Journal of Business Research**. v. 66, n. 9, p. 1436-1447. 2013.

TUBILLEJAS, B.; CUADRADO, M.; FRASQUET, M. A model of determinant attributes of corporate image in cultural services. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**. v. 40, n.2, p. 356–376. 2011.

TUCKER, W. T. The development of brand loyalty. **Journal of Marketing research**. v. 1, n. 3, p. 32-35. 1964.

VASKE, J. J.; BEAMAN, J.; SPONARSKI, C. C. Rethinking internal consistency in Cronbach's alpha. **Leisure Sciences**. v. 39, n. 2, p. 163-173. 2017.

VOORHEES, C. M. et al. Discriminant validity testing in marketing: an analysis, causes for concern, and proposed remedies. **Journal of the Academy of Marketing Science**. v. 44, n. 1, p. 119-134. 2016.

WANG, C.; HSU, M. Flow experience and challenge-skill balance in e-learning. In: **Pacific Asia Conference on information Systems**. 2013.

WANG, D. et al. A meta-analysis of satisfaction-loyalty relationship in E-commerce: sample and measurement characteristics as moderators. **Wireless Personal Communications**. v. 103, n. 1, p. 941-962. 2018.

WANG, H. C.; CHIU, Y. F. Assessing e-learning 2.0 system success. **Computers & Education**. v. 57, n. 2, p. 1790-1800. 2011.

WANG, S. et al. Assessing Gaussian assumption of PMU measurement error using field data. **IEEE Transactions on Power Delivery**. v. 33, n. 6, p. 3233-3236. 2017.

WEIBEL, D.; STRICKER, D.; WISSMATH, B. The use of a virtual learning centre in the context of a university lecture: factors influencing satisfaction and performance. **Interactive Learning Environments**. v. 20, n. 1, p. 77-87. 2012.

WESTLAND, J. C. Lower bounds on sample size in structural equation modeling. **Electronic Commerce Research and Applications**. v. 9, n. 6, p. 476-487, 2010.

_____. Erratum to Lower bounds on sample size in structural equation modeling [Electron. Commerce Res. Appl., v.9, n.6, p. 476-487, 2010]. **Commerce Research and Applications**, v. 11, n. 4, p. 445, 2012.

WILKINS, S.; HUISMAN, J. Factors affecting university image formation among prospective higher education students: The case of international branch campuses. **Studies in Higher Education**. v. 40. n. 7. p. 1256-1272. 2015.

WOODALL, T.; HILLER, A.; RESNICK, S. Making sense of higher education: Students as consumers and the value of the university experience. **Studies in Higher Education**. v. 39, n. 1, p. 48-67. 2014.

WU, B. Identifying the influential factors of knowledge sharing in e-learning 2.0 systems. **International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)**. v.12, n.1, p. 85-102. 2016.

YAVAS, U.; SHEMWELL, D. Graphical representation of university image: a correspondence analysis. **Journal of Marketing for Higher Education**. v. 7, n. 2, p. 75-84. 1996.

YENER, D. Students' perceived service quality of distance learning course in a dual-mode education system. **Contemporary Educational Technology**. v.4, n.1, p. 50-65. 2013.

YIM, C. K.; CHAN, K. W.; LAM, S. Do customers and employees enjoy service participation? Synergistic effects of self-and other-efficacy. **Journal of Marketing**. v. 76, n. 6, p. 121-140. 2012.

YOO, S. J.; HUANG, W. H.; LEE, D. Y. The impact of employee's perception of organizational climate on their technology acceptance toward e-learning in South Korea. **Knowledge Management & E-Learning: An International Journal**. v.4, n.3, p. 359-378. 2012.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; MALHOTRA, A. Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. **Journal of the Academy of Marketing Science**. v. 30, n. 4, p. 362-375. 2002.

ZHANG, D.; ZHAO, J. L.; ZHOU, L.; NUNAMAKER, J. Can e-learning replace traditional classroom learning - evidence and implication of the evolving e-learning technology. **Communications of the ACM**. v.47, n.5, p. 75-79. 2004.

ZHANG, H. et al. Destination image and tourist loyalty: a Meta-analysis. **Tourism Management**. v. 40, p. 213-223. 2014.

ZHOU, Q. B.; ZHANG, J.; EDELHEIM, J. R. Rethinking traditional Chinese culture: A consumer-based model regarding the authenticity of Chinese calligraphic landscape. **Tourism Management**. v. 36, p. 99-112. 2013.

APÊNDICES

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

OS EFEITOS DA EXPERIÊNCIA DE FLUXO NA PERCEPÇÃO DA IMAGEM DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Você está sendo convidado a ajudar na realização dessa pesquisa desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Espírito Santo. A pesquisa faz parte da tese de doutorado do aluno Fábio Reis da Costa, tendo a orientação do Prof. Dr. Anderson Soncini Pelissari. O objetivo é identificar os elementos comportamentais dos alunos que influenciam a percepção das Instituições de Ensino Superior de Educação a Distância. Pedimos sua colaboração cedendo apenas alguns minutos de seu tempo para responder o questionário.

Sua participação não é obrigatória e a qualquer momento você poderá desistir de participar. Não haverá nenhum risco físico, financeiro ou psicológico e em nenhum momento você será identificado. Todas as questões são de múltipla escolha e os dados coletados serão usados exclusivamente para fins acadêmicos. Em caso de dúvidas, entre em contato por meio do e-mail abaixo. Sua colaboração é essencial para a realização da pesquisa.

Fábio Reis da Costa
e-mail: freis@etejbm.com

Considerando as informações passadas, você aceita participar da pesquisa?

Sim () Não ()

Pergunta Inicial

Você é aluno(a) de curso de graduação a distância? Sim() Não ()

Instruções para o preenchimento

Para cada frase a seguir marque um número correspondente ao seu grau de concordância à afirmativa apresentada. Sua resposta pode variar entre (1) a (7), onde (1) indicará que você discorda totalmente com a frase, e (7) que você concorda totalmente. Quanto mais próximo a (1), menor a sua concordância e quanto mais próximo a (7), maior a sua concordância com relação à sentença.

Pense nos momentos em que você está realizando uma atividade de seu curso de EaD...

1 2 3 4 5 6 7

1 O desafio exigido pela atividade é alto e minhas habilidades nivelam-se a ele.

2 Eu sinto ser competente o suficiente para executar tarefa com um alto

30	Eu acredito que a instituição que estudo possui uma imagem melhor do que outras instituições de ensino superior.								
Sobre sua relação com a instituição que você estuda...		1	2	3	4	5	6	7	
31	Eu recomendaria o curso que faço a quem procurar minha opinião.								
32	Eu incentivo amigos e parentes a estudar na instituição que estudo.								
33	Eu diria coisas positivas sobre a instituição que estudo para outras pessoas.								
34	Eu faria outros cursos (especialização ou pós-graduação) na instituição que estudo, nos próximos anos.								
35	Eu sou fiel à instituição que estudo.								
36	Eu estou disposto a continuar estudando na instituição que estou matriculado.								
PERGUNTAS FINAIS									
Sexo: () Masculino () Feminino									
Que curso você está matriculado?									

Desde quando você estuda na instituição de ensino que está matriculado?									
a) Antes do segundo semestre de 2017									
b) Entre o segundo semestre de 2017 e o segundo semestre de 2019									
c) Desde o primeiro semestre de 2020									
d) Desde o segundo semestre de 2020									

APÊNDICE B – PORTFÓLIO FINAL DE ARTIGOS SOBRE IMAGEM DAS IES

	AUTORES	TÍTULO	PERIÓDICO
1	Nguyen e LeBlanc (2001)	Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions	International Journal of Educational Management
2	Palacio, Meneses e Pérez (2002)	The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students	Journal of Educational Administration
3	Helgesen e Nettet (2007)	Images, satisfaction and antecedents: Drivers of student loyalty? A case study of a Norwegian university college	Corporate Reputation Review
4	Sung e Yang (2008)	Toward the model of university image: The influence of brand personality, external prestige, and reputation	Journal of Public Relations Research
5	Brown e Mazzarol (2009)	The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education	Higher Education
6	Alves e Raposo (2010)	The influence of university image on student behaviour	International Journal of Educational Management
7	Ali <i>et al</i> (2016)	Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty?	Quality Assurance in Education
8	da Costa e Pelissari (2016)	Factors affecting corporate image from the perspective of distance learning students in public higher education institutions	Tertiary Education and Management
9	Alcaide-Pulido, Alves e Gutiérrez-Villar (2017)	Development of a model to analyze HEI image: a case based on a private and a public university	Journal of Marketing for Higher Education
10	Costa e Pelissari (2017)	Corporate image: Influencing factors from the viewpoint of students of distance learning courses	BBR. Brazilian Business Review
11	da Costa, Pelissari e Gonzalez (2018)	Corporate image of public higher education institutions: Relevant factors to distance learning students	Turkish Online Journal of Distance Education
12	Masserini, Bini e Pratesi (2018)	Do quality of services and institutional image impact students' satisfaction and loyalty in higher education?	Social Indicators Research
13	Chandra <i>et al</i> (2019)	The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty	Benchmarking: An International Journal

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

APÊNDICE C – PORTFÓLIO FINAL DE ARTIGOS SOBRE EXPERIÊNCIA DE FLUXO NA EAD

	AUTORES	TÍTULO	PERIÓDICO
1	Liao (2006)	A flow theory perspective on learner motivation and behavior in distance education	Distance Education
2	Shin (2006)	Online learner's 'flow' experience: an empirical study	British Journal of Educational Technology
3	Weibel, Stricker e Wissmath (2012)	The use of a virtual learning centre in the context of a university lecture: factors influencing satisfaction and performance	Interactive Learning Environments
4	Esteban-Millat <i>et al</i> (2014)	Modelling students' flow experiences in an online learning environment	Computers & Education
5	Joo, Oh e Kim (2015)	Motivation, instructional design, flow, and academic achievement at a Korean online university: A structural equation modeling study	Computing in Higher Education
6	Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2016b)	E-learning continuance: The impact of interactivity and the mediating role of imagery, presence and flow	Information & Management
7	Guo <i>et al</i> (2016)	Promoting online learners' continuance intention: An integrated flow framework	Information & Management
8	Esteban-Millat <i>et al</i> (2018)	An extension of the technology acceptance model for online learning environments	Computers & Education
9	Rodríguez-Ardura e Meseguer-Artola (2019)	Flow experiences in personalised e-learning environments and the role of gender and academic performance	Interactive Learning Environments

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

APÊNDICE D – PORTFÓLIO FINAL DE ARTIGOS SOBRE LEALDADE DOS ALUNOS DAS IES NO CONTEXTO DA EAD

	AUTORES	TÍTULO	PERIÓDICO
1	Flavián, Longás e Lozano (2013)	Market orientation: the key to the future of virtual universities	International Journal of Management in Education
2	Sánchez-Franco, Peral-Peral e Villarejo-Ramos (2014)	Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment	Computers & Education
3	Martínez-Argüelles e Batalla-Busquets (2016)	Perceived service quality and student loyalty in an online university	International Review of Research in Open and Distributed Learning
4	Herman (2017)	Loyalty, trust, satisfaction and participation in Universitas Terbuka ambience: Students' perception	Turkish Online Journal of Distance Education
5	Pham, Williamson e Berry (2018)	Student perceptions of e-learning service quality, e-satisfaction, and e-loyalty	International Journal of Enterprise Information Systems
6	Pham <i>et al</i> (2019)	Does e-learning service quality influence e-learning student satisfaction and loyalty? Evidence from Vietnam	International Journal of Educational Technology in Higher Education
7	Pham, Vu e Tran (2020)	The role of e-learning service quality and e-trust on e-loyalty	Management Science Letters
8	Sugilar (2020)	The Role of Service Quality Management in Students' Re-Enrollment	Turkish Online Journal of Distance Education

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)