

LEARNING ANALYTICS COMUNICACIONAL: ANÁLISE DO DISCURSO E DA PROSÓDIA COMO SUPORTE À GESTÃO NA IDENTIFICAÇÃO DE SOFT SKILLS E PERSONALIZAÇÃO DA APRENDIZAGEM CORPORATIVA

Ana Paula Alves Bleck Duque¹; Sérgio Roberto Montoro²

¹ Fatec Pindamonhangaba. (apbduque@gmail.com).

² Fatec Pindamonhangaba. (montoro.sergio@gmail.com).

Resumo: A crescente digitalização dos processos educacionais tem impulsionado o uso de Learning Analytics como ferramenta para monitorar e otimizar experiências de aprendizagem em ambientes virtuais. No contexto da educação corporativa, essa abordagem tem sido amplamente utilizada para acompanhar indicadores de desempenho e engajamento, baseando-se predominantemente em dados quantitativos, como acesso a conteúdos, progressão em atividades e resultados em avaliações. Contudo, essa perspectiva apresenta limitações na compreensão de dimensões qualitativas da aprendizagem, especialmente no que se refere ao desenvolvimento de competências socioemocionais, cada vez mais valorizadas no contexto organizacional contemporâneo. Diante desse cenário, este estudo propõe discutir a ampliação do Learning Analytics a partir da incorporação de dados comunicacionais, com foco na análise do discurso e da prosódia como ferramentas capazes de identificar indicadores de soft skills em ambientes de aprendizagem online. Parte-se do pressuposto de que as interações discursivas em plataformas digitais, como fóruns, chats, feedbacks e atividades colaborativas, constituem fontes relevantes de dados qualitativos que refletem processos cognitivos, níveis de engajamento e padrões de interação social. Complementarmente, a análise prosódica, ao considerar aspectos como entonação, ritmo e intensidade da fala, pode fornecer pistas sobre estados emocionais e atitudes comunicativas, contribuindo para uma compreensão mais ampla das competências socioemocionais. A pesquisa caracteriza-se como um estudo teórico de natureza exploratória, desenvolvido por meio de revisão e articulação de literatura nas áreas de Learning Analytics (fundamentada no paradigma do Multimodal Learning Analytics - MMLA), análise do discurso, prosódia, educação corporativa e gestão da inovação. O objetivo é analisar de que maneira a integração desses elementos pode contribuir para a identificação de soft skills e para a personalização da aprendizagem em plataformas corporativas, ampliando o modelo tradicional de análise centrado em desempenho para uma perspectiva mais abrangente e centrada no humano. Como contribuição, o estudo propõe uma reflexão conceitual sobre o potencial da análise discursiva e prosódica como mecanismos de inovação na aprendizagem corporativa, destacando suas implicações para o desenvolvimento de talentos, a personalização de trilhas formativas e o fortalecimento de estratégias organizacionais orientadas à aprendizagem contínua. Os resultados, amparados na análise da literatura, indicam que a incorporação de dados discursivos e prosódicos amplia o escopo do Learning Analytics ao integrar dimensões comunicacionais e socioemocionais à análise da aprendizagem. Observa-se que padrões comunicacionais podem funcionar como indicadores de

competências como comunicação, engajamento, colaboração e pensamento crítico, oferecendo subsídios para processos de gestão de talentos e identificação de perfis comportamentais. Evidencia-se ainda o potencial dessa abordagem para apoiar a personalização de trilhas formativas, alinhando estratégias de aprendizagem às necessidades individuais dos colaboradores. Como contribuição, propõe-se uma abordagem conceitual de Learning Analytics comunicacional, destacando a análise discursivo-prosódica como inovação no uso de dados educacionais na educação corporativa, proposta sustentada pela perspectiva Human-Centered Learning Analytics (HCLA), que prioriza o desenvolvimento humano sobre a simples métrica de produtividade. Espera-se, assim, contribuir para o avanço das discussões sobre o uso estratégico de dados comunicacionais na educação e para a construção de abordagens mais integradas e sensíveis às dimensões humanas da aprendizagem.

Palavras-chave: Learning Analytics; Análise discursivo-prosódica; Gestão; Inovação; Educação Corporativa.