

DOI: <http://dx.doi.org/10.18316/rcd.v15i36.10404>

## **“AJUDANDO A PREPARAR A PRÓXIMA GERAÇÃO”: RACIONALIDADE NEOLIBERAL, GOOGLE E A EAD NO BRASIL**

*“HELPING TO PREPARE THE NEXT GENERATION”:  
NEOLIBERAL RATIONALITY, GOOGLE AND DISTANCE  
EDUCATION IN BRAZIL*

---

### **Felipe Ramos da Silva**

Universidade Luterana do Brasil – ULBRA

E-mail: [feliperamos.rs.29@gmail.com](mailto:feliperamos.rs.29@gmail.com)

### **Rodrigo Lemos Simões**

Universidade Luterana do Brasil – ULBRA

E-mail: [rodrigo.simoese@ulbra.br](mailto:rodrigo.simoese@ulbra.br)

---

### **RESUMO**

Este texto tem por objetivo analisar a *Google for Education* para além de uma plataforma, e sim, como um veículo promotor de pedagogias culturais no âmbito educacional. Interessa-nos compreender como este tipo de agente digital se posiciona no contexto da educação a distância, mais especificamente, a maneira como representa a si e aos seus produtos diante das expectativas geradas pelo atual momento da educação no Brasil. A maneira como esta passou a ser percebida, a partir do crescimento das chamadas *Big Techs*, gigantescos conglomerados de tecnologia com influência e alcance global, tem relação com a expansão da racionalidade neoliberal e do capitalismo informacional que embasam os discursos e representações sobre a educação a distância. Neste sentido, nos propomos a analisar as peças publicitárias da *Google for Education*, como elas ensinam a educar a distância, em uma lógica mercadológica, vinculando através de imagens e discursos os seus produtos à ideia de qualidade e garantia de excelência na educação. Para tanto, utilizaremos da metodologia de Fairclough (2001), chamada de Análise de Discurso Textualmente Orientada, naquilo em que ela nos permite compreender em termos de conexão entre recursos linguísticos utilizados em textos reais, e os mecanismos simbólicos de poder. Ao término do texto, buscamos demonstrar o impacto causado pelo avanço da lógica neoliberal sobre os sistemas educacionais no Brasil.

**Palavras-chave:** Educação a distância; Neoliberalismo; Google.

### **ABSTRACT**

This paper aims to analyze Google for Education not just as a platform, but as a means of fostering cultural pedagogies in the realm of education. We are interested in understanding how this kind of digital agent places itself in the Distance Education (DE) context, more specifically, the way it represents itself and its products in the face of the expectations generated by the current moment of education in Brazil. The way it has come to be perceived, from the growth of the so-called Big Techs, giant technology conglomerates with global influence and range, is related to the expansion of neoliberal rationality and informational capitalism that underlie the discourses and representations about DE. In this sense, we propose to analyze Google for Education advertisements, how they teach distance education, in a market logic, linking through images and discourses their products to the idea of quality and guarantee of excellence in education. For this, we will use the methodology of Fairclough (2001), called Text-Oriented Discourse Analysis, in what it allows us to understand in terms of the connection between linguistic resources used in real texts, and the symbolic mechanisms of power. Finally, we seek to demonstrate the impact caused by the advance of neoliberal rationale on educational systems in Brazil.

**Keywords:** Distance Education; Neoliberalism; Google.

## Introdução

A revolução digital do início do século XXI, causada pela popularização da internet e o avanço das tecnologias de comunicação, vem modificando a educação tanto no eixo metodológico, com a chegada de novas possibilidades de se ascender ao conhecimento trazidas por estas tecnologias, como também no eixo cultural, ressignificando o seu papel em nossa sociedade. A maneira como a educação passou a ser percebida, o que se espera da escola e das Instituições de Ensino Superior (IES), assim como o papel a ser desempenhado pelas grandes empresas de tecnologia em relação à educação, são algumas das situações que mais têm instigado os pesquisadores da área educacional, uma vez que são observadas transformações significativas neste setor nas duas últimas décadas.

Diante deste cenário, destaca-se no Brasil a modalidade de Educação a distância (EaD), que ao longo do tempo vem acompanhando a evolução e o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação de âmbito global. Segundo Passos (2018, p. 11), o desenvolvimento desta modalidade de ensino atende às demandas governamentais e de instituições privadas, tendo sido amplamente implantada visando “[...] proporcionar crescente acesso a oportunidades de aprendizado e treinamento; gerar oportunidades para atualizar aptidões.”

Conforme os dados divulgados pelo Censo da Educação Superior 2020, (BRASIL, 2020), naquele ano o número de matrículas realizadas na EaD já superava ao das matrículas em cursos presenciais. Dos 3,7 milhões de ingressantes, mais de 2 milhões (53,4%) realizaram matrícula na modalidade à distância. Quando analisados os números dos últimos dez anos, observa-se que a modalidade cresceu 428,2%, sendo que destes, 89,8% se deram na rede privada. No ano de 2020, das 2.457 IES em atividade no Brasil, a rede privada de ensino correspondia a 2.153 estabelecimentos, (87,6%), e registrou 3,2 milhões de ingressantes (86%). Se comparado com o ano de 2019, a oferta de vagas na EaD cresceu 30% (13,5 milhões), sendo que, das 19,6 milhões de vagas ofertadas, 18,7 milhões (95,6%) delas estavam nas instituições privadas.

Portanto, a EaD tornou-se a modalidade de ensino superior mais popular do país, com o custo de mensalidades menor se comparada com os cursos presenciais, além de seduzir os estudantes pela facilidade em conciliar os estudos com as outras tarefas do dia, graças à flexibilidade dos horários para a realização das atividades. Além disso, Mendonça (2014) explica que a EaD permite uma descentralização capaz de dar conta das necessidades dos estudantes espalhados pelo interior de todo o território nacional, que desejam se qualificar, mas não teriam condições de sair de suas cidades para frequentar o ensino presencial.

Neste contexto, compreendemos que dois importantes fatores se destacam, e nos ajudam a elucidar o aumento expressivo pela procura da EaD no ensino superior: 1) por ser esta uma modalidade abrangente e de mais fácil acesso, chegando a um público novo, que não teria acesso ao ensino superior de forma presencial; 2) os estudantes optam pela modalidade a partir do engajamento criado por meio de representações e discursos que a naturalizam, através de um formato de marketing digital voraz em que a Ead é apresentada como solução e oportunidade de crescimento pessoal e profissional.

É no contexto de novas práticas socioculturais, em um mundo marcado pelo crescimento das comunidades virtuais que emergem da rede mundial de computadores (*World Web Wide - WWW*), que a educação é interpelada. Para Moran (2009 apud ALVES, 2011), a EaD tem por característica ser uma modalidade onde professores e alunos estão separados fisicamente no espaço e/ou no tempo, podendo ou não existir uma troca entre as duas partes, ou seja, professor e aluno não necessariamente precisam se relacionar diretamente. Exemplos disso são os cursos ministrados online através de plataformas conhecidas como *Learning Management System (LMS)* que funcionam tanto com recursos síncronos como assíncronos. Para o autor esta modalidade se efetiva a partir do intenso uso de tecnologias de informação e comunicação.

Em um cenário de confluência de interesses sobre a educação, alavancado pelo crescimento exponencial da Ead no ensino privado, mas não só nele, é que se configura a expansão das *Big Techs* no setor. Trata-se de gigantescos conglomerados de tecnologia com influência e alcance global, que possuem plataformas de mídia em que podem ao mesmo tempo ser um espaço para colher dados comportamentais de

seus consumidores, como também ser uma plataforma onde outras empresas que se utilizaram desses dados de predição (ZUBOFF, 2021), vendem seus produtos e serviços, dentre eles, os programas de EaD. Estas plataformas acabam por se tornar locais pedagógicos em que se desenvolvem relações de poder a partir de pedagogias culturais, tendo em vista que, segundo Steinberg (1997, p. 101) “[...] a educação ocorre numa variedade de locais sociais, incluindo a escola, mas não se limitando a ela.” Ao tratarem da articulação dos Estudos Culturais em Educação com outros campos de conhecimento, e do uso do conceito de pedagogias culturais para discutir a relação entre artefatos da cultura e processos educativos, Andrade e Costa (2015), destacam o fato de que:

A hibridação entre Educação e Comunicação tem contribuído para uma significativa discussão sobre pedagogias, uma vez que é destacada a implicação de artefatos que compõem o que tem sido denominado de cultura da mídia na formação de sujeitos hoje. Textos televisivos, jornalísticos, radiofônicos, publicitários, fotográficos, fílmicos, assim como aqueles das assim chamadas novas mídias, conectadas a **World Web Wide**, são apenas alguns componentes desse universo midiático sempre em expansão. O próprio entendimento dos media tem sido afetado por esse fenômeno contemporâneo. Beatriz Sarlo (1997), autora cujos escritos têm dado atenção especial às transformações culturais do nosso tempo, investiga esses espaços em que a comunicação se associa, por exemplo, a interesses mercantis para criar territórios comunicacionais persuasivos, que convocam e conduzem os sujeitos a atos de consumo (ANDRADE; COSTA, 2015, p. 52, grifo do autor).

Portanto, consideramos ser relevante explorarmos as representações feitas sobre a modalidade Ead através dos discursos veiculados nas peças comerciais da plataforma Google e a sua suíte de ferramentas para educação, chamada *Google for Education* (GfE). Estas acabam por ser produtoras de pedagogias culturais, em meio a um acelerado processo de diáspora pedagógico digital pelo mundo globalizado. Logo, interessa-nos compreender quais são estas representações e estes discursos nela produzidos. Estes, segundo Bezerra, Capurro e Schneider (2017), são postos como regimes de verdade e poder, tomando grandes proporções no contexto de hiperinformação que se desvela na atual era digital, tornando-se impactantes no sistema de ensino como um todo.

## Os novos ambientes de aprendizagem e a educação

A ampliação da noção de lugares de aprendizagem é o ponto de partida que nos leva ao entendimento a respeito do que é uma pedagogia cultural. Nesta direção, passamos a conceber que a pedagogia não está presa ou cerceada em um território institucionalizado como a escola, mas sim, ressignificada em várias instâncias que operam no sentido da construção de identidades, promovendo valores e condutas, suscitando prescrições (BORTOLAZZO, 2020). Desta forma podemos pensar em pedagogias, no plural, a partir de diversas concepções que partem da forma como se olha para a pedagogia.

A pedagogia cultural produzida pelo GfE influencia os rumos da EaD no Brasil, através de representações e discursos alinhados com uma lógica neoliberal, expressa através de um capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2012), via tecnologia da informação. Conforme Sampaio, Furbino e Bocchino (2021), a Google é pioneira neste modelo e na utilização da *Big Data*, dominando o capitalismo de vigilância com o seu mecanismo que transforma atividades do cotidiano – comprar, comunicar, trabalhar, estudar, etc. – em capital. Conforme Zuboff (2021, p. 327), empresas de diferentes setores, entre elas as instituições educacionais, seguem este fluxo e direcionam-se cada vez mais “[...] para as receitas de vigilância, seduzidas pelo magnetismo do crescimento e lucro desmedidos e a promessa da pródiga recompensa que somente os mercados financeiros são capazes de proporcionar”.

A EaD, mediada pela internet, nas palavras de Mendonça (2014, p. 16), “[...] passou a ser considerada uma prática pedagógica aceita, reconhecida e com potencialidade para crescimento, pois está imbricada a uma certa racionalidade que se constitui na Contemporaneidade”. Para ele, os processos de subjetivação articulados no discurso se estabelecem como regimes de verdade, neste caso, construídos para atender a governamentalidade neoliberal. Segundo Saraiva, toma curso na sociedade contemporânea um determinado tipo de organização social e sistema produtivo que se entrelaça com a educação. Conforme observa a autora, “[...] escolas, e também as instituições de ensino superior, vêm sendo bombardeadas por todos os lados para que transformem suas práticas” (SARAIVA, 2013, p. 18). Ao problematizar as verdades produzidas acerca das práticas educacionais

contemporâneas, entre elas as que se referem a EaD, destaca a sua emergência e constituição, inserindo-se em uma governamentalidade neoliberal, produzindo modos de subjetivação, “[...] tomando os sistemas educativos como uma estratégia de governo, ou seja, uma estratégia de condução das condutas, que visa produzir sujeitos bem inseridos na organização social de seu tempo (SARAIVA, 2013, p. 13). Nesta direção, adverte que:

[...] trabalhos acadêmicos, livros e revistas destinados aos professores; e reportagens midiáticas indicam, de modo quase unânime, que a educação só poderá melhorar se a rigidez dos sistemas disciplinares for substituída por desenhos curriculares e metodologias que priorizem uma aprendizagem mais autônoma e flexível, com ênfase nos interesses dos sujeitos. Temas como currículos orientados por competência, projetos de aprendizagem e interdisciplinaridade vão nessa direção (SARAIVA, 2013, p. 18).

Diante do contexto de adequação aos novos ambientes de aprendizagem, a educação encontra-se em uma encruzilhada, local oportuno para que as *Big Techs*, entre elas a Google, passem a atuar preenchendo os espaços em aberto deixados pela escola dita tradicional, considerando que esta já não atenderia aos novos modelos de ensino e aprendizagem ora preconizados. Nesta direção, Bernardo (2009 apud ALVES, 2011, p. 84) considera que a EaD é “uma forma industrializada de ensinar e aprender”, ou seja, uma forma racional de partilhar conhecimento através dos meios de comunicação, tornando possível alcançar um grande número de estudantes.

Essa característica fundamental liga os interesses das *Big Techs*, em sua lógica mercadológica, aos das instituições de ensino, pois a EaD, aliada ao avanço das tecnologias de comunicação, possibilita a criação de cursos digitais com alcance global, exigindo pouco investimento se comparado ao retorno obtido. Por exemplo, ao invés de um grande número de docentes qualificados para diversas turmas, uma plataforma de EaD necessita de poucos professores para criarem um curso que será replicado para milhares (ou até milhões) de alunos, dessa forma o maior investimento fica destinado à estrutura tecnológica e publicitária para que estes cursos cheguem ao público-alvo.

Em cenários como este, em que se verifica transformações sensíveis no âmbito educacional, Morozov (2018) alerta sobre o que chama do solucionismo tecnológico replicado nos discursos das grandes empresas do setor como a Google,

onde sempre encontraremos a propaganda de um mundo melhor, e a busca pelo preenchimento das nossas necessidades através da tecnologia. Conforme Henriques (2021, p. 882), este tipo de discurso “[...] posiciona a tecnologia - no lugar do Estado, lento e burocrático, cada vez mais restringido pelas políticas neoliberais - como a forma mais eficiente de solucionar problemas”. A isto, Bernardes acrescenta que, se por um lado os aplicativos da GfE se propõem a otimizar os processos de uma sala de aula e tornar o aprendizado mais eficiente, por outro, funcionam como mecanismo de controle, uma vez que ao utilizá-los, temos mapeado o nosso ambiente, podendo os seus dispositivos “[...] gerar informações úteis para o mercado estabelecer padrões sobre nossos comportamentos, desejos, deslocamentos, sendo possível predizê-los ou controlá-los, a partir do que se acessa (BERNARDES, 2019, p. 156).

Morozov (2018) nos fala que estas empresas de tecnologia mantêm modelos dadocêntricos, que convertem cada aspecto da vida cotidiana em algo rentável. Seus aplicativos possuem uma regulação algorítmica, que pode funcionar como um filtro de spam, porém selecionando aquilo que você irá ou não assistir, consumir, aprender ou até mesmo ser levado a pensar. É neste sentido que tal solucionismo na prática não passa de um “conto de fadas”, como diz o autor. Uma vez que empresas como a Google passam a ter o acesso das mais diversas informações sobre os usuários, gerando conteúdos publicitários altamente direcionados, cria-se um desequilíbrio entre a liberdade e o cerceamento de escolha. Para ele, esse gerenciamento poderá inclusive afetar o nosso futuro político, na medida em que os aplicativos passem a produzir informações a serem utilizadas na condução das questões sociais. Teremos então um regime onde decisões serão tomadas por empresas de tecnologia e burocratas estatais, que passam a gerir a vida através de metadados. Para Bernardes:

[...] através da utilização dos aplicativos da Google for Education, podemos estar vulneráveis a que nossas informações, como de onde acessamos, nossa rede de interações, com quais máquinas ou serviços nos conectamos, quem interage conosco, características de nossas máquinas ou dispositivos móveis, sejam coletadas e vendidas através de metadados por milhões à empresas de publicidade e propaganda, que utilizarão essas informações valiosas para nos influenciar e manipular sem que percebamos (BERNARDES, 2019, p. 161).

Conforme Morozov (2018), essa lógica neoliberal agressiva coloca em risco a própria democracia, ou a concepção ocidental que se fazia dela até o início do século XXI. A ideia de uma automatização baseada em dados para a solução de problemas sociais, rumo a uma objetividade universalizada, é um risco para a liberdade individual. Empresas como a Google podem se utilizar dos metadados de seus milhões de usuários ao redor do mundo para criar e direcionar as suas peças publicitárias aos possíveis consumidores que ela definir como sendo os mais suscetíveis. Ou seja, seguindo a lógica do capitalismo de vigilância, ela transforma dados comportamentais em produtos de predição, conforme argumento de Zuboff (2021). Trata-se, portanto, de um modelo unilateral bastante eficiente que se expande sobre o sistema educacional brasileiro em plataformas como a da GfE. Desenhada para atender as expectativas de qualificação da educação, ela está alinhada a uma racionalidade neoliberal que passa a embasar os discursos e representações sobre a EaD, prometendo acelerar, melhorar e desenvolver o conhecimento, colocando-o ao alcance de todos.

Monteiro chama a atenção para a lógica mercantil de exploração comercial de metadados feita pelas *Big Techs*. Ele nomeia a prática de exploração comercial de dados e metadados feita pela Google como sendo uma infoespoliação. Esta prática caracteriza-se pelo “processo de captura e produção de metadados, ou seja, de informações sobre aquelas informações que são extraídas (espoliadas) dos processos informacionais interativos” (MONTEIRO, 2013, p. 6). Portanto, o mecanismo da infoespoliação envolve o processo de transformar os dados dos usuários que utilizam os serviços da Google, em metadados estratégicos, extraíndo “[...] da própria interatividade da rede, ativos capazes de dar-lhe sustentação e lucratividade” (MONTEIRO, 2013, p. 8). Na mercantilização da informação, esses dados são utilizados principalmente no *webmarketing*, em um formato que atende a lógica do capitalismo de vigilância, buscando predizer o comportamento dos usuários, identificando aqueles que estão mais suscetíveis a determinados tipos de informação.

## **Solucionadores de problemas criativos e colaboradores eficientes**

Ao longo da história, a escolarização das massas esteve muito ligada à reprodução das necessidades dos sistemas produtivos, por meio da disciplina e da vigilância, tornando os corpos dóceis, a fim de atender a diferentes demandas, entre elas as do capitalismo industrial em desenvolvimento (FOUCAULT, 2004). A este respeito, Saraiva (2013, p. 14) enfatiza que “Essa modalidade de exercício de poder organizou as formas predominantes de escolarização e do sistema produtivo na Modernidade”. Porém, conforme é exposto por Veiga-Neto e Saraiva (2009), enquanto o capitalismo industrial está relacionado ao modelo dominante da fábrica, ao liberalismo e às relações sólidas, na contemporaneidade, o desenvolvimento de um tipo de capitalismo cognitivo se estabelece como o modelo dominante das empresas, do neoliberalismo e das relações líquidas. Ao abordar o que acreditam ser “uma possível articulação entre as transformações do mundo do trabalho e a educação” (VEIGA-NETO; SARAIVA, 2009, p. 199), argumentam que:

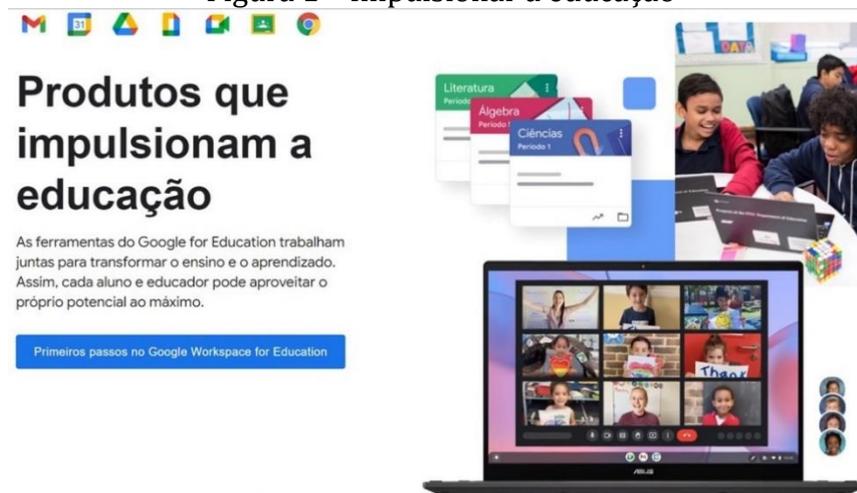
[...] o modelo de trabalho privilegiado na Modernidade líquida é o trabalho imaterial, focado na cooperação entre cérebros e capaz de produzir as inovações que mobilizam o capitalismo cognitivo. A segurança da rotina da fábrica moderna foi substituída pela impermanência e pelos acontecimentos. O conhecimento torna-se ultrapassado quase no mesmo momento em que é produzido. [...] Esse cenário aponta em dois sentidos diferentes, mas não excludentes (eles talvez até mesmo se complementem): um deles diz respeito às novas configurações do trabalho docente; o outro, às concepções sobre o papel da educação escolar nos dias de hoje (VEIGA-NETO; SARAIVA, 2009, p. 199).

Como podemos observar, a Google nasce e se beneficia da mudança de uma sociedade capitalista industrial de produção, para uma sociedade capitalista cognitiva de consumidores. Não mais comprar e produzir, mas pertencer e consumir. No capitalismo cognitivo o trabalhador disciplinado já não é o suficiente, agora o que se busca é o indivíduo que se adapta rápido às mudanças. Como plataforma de ensino, a GfE traz em seu discurso uma visão de EaD que mobiliza integração, agilidade e eficiência, através de uma proposta que diz poder ajudar a preparar as novas gerações, e dessa forma preencher as lacunas deixadas pelos sistemas tradicionais de ensino. Na concepção de Almeida:

[...] a racionalidade técnico-científica tem seguido o seu curso de ocupação de todos os espaços da existência humana. Ela alcança agora a educação de forma mais enfática, não apenas como uma tecnologia ortopédica de condicionamento dos corpos para se obter os melhores resultados (como foi o papel da tecnologia escolar no século XIX e XX), mas como estratégia de produção de subjetividades para a eficiência e eficácia da sociedade global, em rede, e digital (ALMEIDA, 2021, p. 110).

A GfE foi criada no ano de 2006 como um serviço que oferece uma plataforma de produtos Google, podendo ser acessados via *Chromebooks*, computadores pessoais que utilizam o *Google Chrome OS*, ou através do *G suite for education* que inclui aplicações *web* com funcionalidades semelhantes à de outros pacotes *office*, como os da Microsoft. Sua versão gratuita também é chamada de *Google workspace for education fundamentals* e faz parte de um serviço dividido em quatro pacotes de serviços, sendo o primeiro uma versão com ferramentas básicas, porém gratuito, e o restante das versões pagas, com maior oferta de produtos. Nas peças publicitárias da Google encontramos duas representações que constantemente são veiculadas: o solucionismo tecnológico onde o digital torna-se a solução para os problemas da educação, e também o discurso neoliberal que remete ao empresariamento de si, em que o aluno é responsável pelo seu sucesso, e como uma empresa, precisa estar constantemente se aprimorando para manter-se competitivo no mercado (Fig. 1).

Figura 1 – Impulsionar a educação



Fonte: GOOGLE (2022).

Du Gay *et al.* (1997) adverte que os produtores de conteúdos não dominam ou controlam os seus consumidores, por isso precisam de marketing, design e propaganda, a fim de criar significados para os produtos com os quais os

consumidores se identifiquem. Portanto, os significados não são inerentes aos objetos, e sim construídos através da forma como são representados na linguagem, tanto oral como visual. Neste sentido, destaca a importância de pensarmos a relação e o papel desempenhado pela cultura na contemporaneidade, diante das estratégias que passam a ser desenvolvidas pelas grandes empresas de âmbito global. Conforme o autor:

O crescimento dos meios de comunicação, novos sistemas e fluxos de informação global, e novas formas visuais de comunicação têm tido - e continuam a ter - um profundo impacto nas maneiras como nossas vidas são organizadas e nas formas pelas quais nós compreendemos e nos relacionamos com os outros e conosco mesmos<sup>1</sup> (DU GAY *et al.*, 1997, p. 1, tradução nossa).

Logo, entendemos que as peças publicitárias produzidas pela Google com objetivo comercial servem como veículos de reprodução de certos tipos de discursos, e desta forma são potentes artefatos culturais para análise. Ao abordarmos os textos veiculados nos sites da Google, em especial os anúncios da GfE, passamos a compreender a maneira como representam a si e aos seus produtos, e o que dizem sobre a EaD diante das expectativas geradas pelo universo informacional. Em seus trabalhos, Fairclough (2001), define o texto como unidade do discurso e da comunicação que se integra funcionalmente ao sistema aberto da vida social, representando as relações de luta e conflito na sociedade, ao mesmo tempo em que age sobre ela através de processos de transformação. Sobre as práticas discursivas, as toma como sendo constitutivas do conhecimento, sendo o discurso “[...] um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90).

Como plataforma de ensino, a GfE traz em seu discurso uma visão de EaD que mobiliza integração, agilidade e eficiência, através de uma proposta que diz poder ajudar a preparar a nova geração de trabalhadores (Fig. 2), e dessa forma, preencher uma lacuna deixada pela própria escola tradicional. A este respeito, em uma das suas peças publicitárias temos os seguintes enunciados sobre a sua atuação: “Ajudando a

---

<sup>1</sup> The growth of the mass media, new global information systems and flows, and new visual forms of communication have had - and continue to have - a profound impact on the ways our lives are organized and on the ways in which we comprehend and relate to one another and to ourselves.

preparar a próxima geração com habilidades futuras” (GOOGLE, 2022). E também, quando sentencia que: “Mais de 65% dos alunos terão empregos que ainda não existem hoje. Queremos prepará-los para esse futuro mostrando o que a ciência da computação pode fazer por eles” (GOOGLE, 2022). A GfE assume então o papel de preparar a futura força de trabalho, com as habilidades necessárias aos empregos do futuro, através da EaD.

Figura 2 – Ajudando a preparar a próxima geração

#### Ajudando a preparar a próxima geração com habilidades futuras

Mais de 65% dos alunos terão empregos que ainda não existem hoje. Queremos prepará-los para esse futuro mostrando o que a ciência da computação pode fazer por eles. Estamos criando programas e [apoiando parceiros](#) que alcançam milhões de alunos todos os anos, com foco em meninas e outras pessoas com pouca representatividade nessa área atualmente.

Estamos oferecendo subsídios para organizações sem fins lucrativos, criando programas para ampliar o acesso ao ensino de ciência da computação e ajudando a treinar mais jovens garotas e de pouca representatividade em pensamento computacional. Nosso objetivo é preparar todos os alunos com as habilidades adaptáveis necessárias para enfrentar os maiores desafios do futuro.

Saiba mais



Fonte: GOOGLE (2022).

Neste sentido, as peças publicitárias das GfE trazem nos enunciados a relação entre os seus cursos e a preparação da força de trabalho, visando atender as exigências de um novo modelo de educação. Essa força de trabalho precisa então corresponder às expectativas da “próxima geração” do capitalismo cognitivo ao qual a GfE está alinhada. Ela é ao mesmo tempo produtora de necessidades (como empresa demandante), como também produtora de tecnologias de subjetivação (como produtora EaD), e também se torna um instrumento da noopolítica (LAZZARATO, 2006), estabelecendo relações de poder que capturam à distância, a memória e a atenção. Conforme Saraiva (2008, p. 18):

[...] o noopoder que hoje atravessa as instituições e reorganiza as relações de poder, apresenta-se como elemento de fundamental importância para compreendermos como a EaD mediada pela web pode ser concebida e ter crescente aceitação na sociedade atual. Segundo aquilo que desenvolvi, podemos entender que os vetores que compõem o diagrama de forças da EaD multiplicam o número de vetores da educação tradicional, ao mesmo tempo que reduzem sua dimensão ao nível das nanotecnologias. Poderes múltiplos, invisíveis e onipresentes, que dessas características tiram sua potência. A EaD estaria sendo constituída como uma modalidade

educacional cujas relações de poder que aí se desenvolvem são, predominantemente, da ordem da noopolítica.

A estrutura textual das peças publicitárias veiculadas pela GfE são produzidas de forma a incitar o leitor a realizar uma atividade que promova a aprendizagem: “Saiba como as ferramentas e os recursos do Google ajudam os alunos e professores a criar, colaborar e desenvolver habilidades digitais para o futuro” (GOOGLE, 2022). O leitor é conduzido à ideia de que os possíveis problemas para a educação podem ser solucionados através das ferramentas e recursos oferecidos pelo GfE. Contudo, o problema propriamente dito fica subentendido no texto, e como não é apresentado, o leitor é induzido a encontrá-lo em um link que o direciona para os produtos do GfE. Neste caso, a publicidade feita sobre tais produtos utiliza-se de um vocabulário que busca definir as soluções trazidas pela plataforma (Fig. 3), chamando de forma recorrente o usuário para a ação: “Descubra uma abrangente seleção de aplicativos, atividades, planos de aula, ferramentas de alfabetização digital e jogos para melhorar a aprendizagem na sala de aula, como excursões virtuais, lições sobre programação e muito mais” (GOOGLE, 2022). Ou ainda: “Acelere a aprendizagem em sala de aula; amplie as possibilidades nas faculdades e universidades” (GOOGLE, 2022).

### Figura 3 – Transformar o ensino e o aprendizado Google for Education

Conheça os produtos criados para a educação que ajudam a transformar o ensino e o aprendizado.

[Saiba mais](#)

**Acelere a aprendizagem em sala de aula**

Saiba como as ferramentas e os recursos do Google ajudam alunos e professores a criar, colaborar e desenvolver habilidades digitais para o futuro.

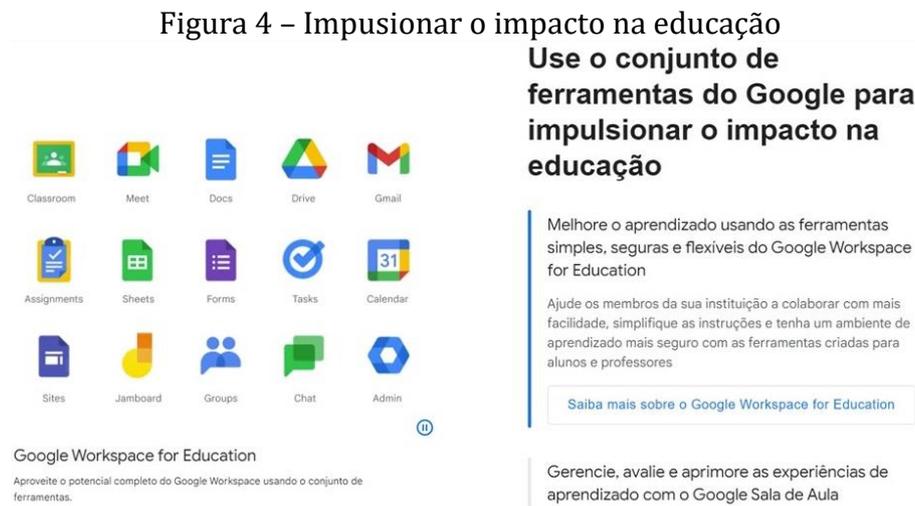
[Leia mais](#)



Fonte: GOOGLE (2022).

Percebe-se, então, que as peças publicitárias do GfE constantemente trazem enunciados muito otimistas sobre o papel da empresa na EaD, colocando-a como solucionadora dos “problemas” da educação (Fig. 4), os quais nunca são explícitos em

seus textos, ficando apenas subentendidos: “Soluções para o ensino fundamental e médio / Soluções para o Ensino Superior” (GOOGLE, 2022). A pergunta que fica é: solução de qual problema? O solucionismo tecnológico então apregoado fica mais evidente em determinadas sentenças, como, por exemplo: “A tecnologia está transformando o ensino e a aprendizagem. Ela ajuda os alunos a aprender no próprio ritmo e a se tornarem solucionadores de problemas criativos e colaboradores eficientes” (GOOGLE, 2022). Junto a ela, é reforçada a ideia do empresariamento de si, típico da governamentalidade neoliberal. Tal perspectiva pode ser encontrada em frases como: “Assim, cada aluno e educador pode aproveitar o próprio potencial ao máximo” (GOOGLE, 2022), ou ainda, através das suas “Histórias de impacto” em que “Alunos, Professores, Líderes Educacionais e Instituições do mundo todo estão alcançando seus objetivos de transformação com a ajuda dos programas e soluções Google para a educação” (GOOGLE, 2022). Em ambos os casos é possível identificar que a tecnologia é oferecida como um investimento no sujeito empreendedor.



Fonte: GOOGLE (2022).

A GfE está cada vez mais presente nas IES de todo o país. Nesta direção, as suas peças publicitárias encontradas no seu site oficial seguem a mesma racionalidade que apresentamos até aqui, sendo possível verificar tipos diversos de “soluções” direcionadas especificamente para este público. Entre elas, destacam-se as que falam sobre o aprimoramento da infraestrutura e da pesquisa através das soluções Google, uma vez que elas “criam a infraestrutura de computação avançada

que mantém o funcionamento das comunidades atuais de ensino superior” (GOOGLE, 2022). O discurso direcionado a este público remete à ideia de aceleração e velocidade, desde a análise de resultados até a própria aprendizagem, direcionada à busca de resultados rápidos e inovadores. Temos, então, o uso constante de palavras como “gestão”, “inovação” e “aceleração”, destacando-se como o principal repertório de mudança e renovação na educação, a partir do que é oferecido pelos aplicativos da GfE, sendo entendidos estes como “novas possibilidades no ensino superior” (GOOGLE, 2022).

Portanto, o enlace entre o discurso a respeito de tais possibilidades de atuação direcionadas a renovação do ensino e os produtos Google evidencia-se através da tríade “inovação”, “aceleração” e “gestão”. Analisando as peças publicitárias veiculadas no site da GfE, encontramos a promessa de tecnologias de comunicação que engajam e tornam a experiência educacional mais imersiva, como a exemplo dos Chromebooks e das tecnologias de realidade virtual. Dá-se a entender que a eficácia dos seus aplicativos qualificam o processo de ensino-aprendizagem por meio da comunicação instantânea, aproximando professores e alunos através de feedbacks rápidos. E também que, com a possibilidade da gestão sobre diferentes dados, torna-se possível, entre outras coisas, oferecer uma experiência personalizada aos estudantes, como por exemplo, identificando suas necessidades de forma rápida e assertiva (Fig. 5).

Figura 5 – Novas possibilidades no ensino superior  
**Criando novas possibilidades no ensino superior**

As faculdades e universidades são ecossistemas vibrantes e complexos de aprendizagem e descoberta em todos os campi e matérias. Veja como o Google for Education ajuda você a gerenciar a complexidade e manter todos conectados e produtivos.

Fale com um especialista

**Aprimorando a infraestrutura e as pesquisas no ensino superior**

As soluções do Google criam a infraestrutura de computação avançada que mantém o funcionamento das comunidades atuais de ensino superior. Os pesquisadores podem acelerar as análises de dias para minutos, trabalhando de forma perfeitamente integrada entre os departamentos e conjuntos de dados. Os alunos e professores podem colaborar com facilidade e segurança em todos os campi e matérias. E a equipe do campus pode trabalhar com mais eficiência e eficácia.



Fonte: GOOGLE (2022).

Ao intensificar sua atuação no âmbito do ensino superior, através da adoção destas tecnologias educacionais de plataforma, a GfE oferece soluções que se baseiam no tratamento intensivo de dados, um formato alinhado com o modelo Google de mercantilização da informação. Cria-se então, uma situação de ganhos múltiplos para a empresa, pois por intermédio de sua atuação no âmbito educacional ela expande sua plataforma e conseqüentemente aumenta o seu valor, assim como alimenta seu modelo comercial de utilização de dados comportamentais, autamente rentável e de vital importância para o capitalismo de plataforma.

Assim, como podemos observar na análise das peças publicitárias da GfE, o discurso produzido está alinhado a representações que constantemente são veiculadas ao solucionismo tecnológico onde o digital torna-se a solução para os problemas da educação, e também ao discurso neoliberal que remete ao empresariamento de si. Esta é a lógica oferecida em sua plataforma, sendo propagada por meio de um modelo de predição que utiliza dados comportamentais para encontrar possíveis clientes propensos ao consumo. Trata-se de um modelo unilateral bastante eficiente que incide sobre a EaD no Brasil, através de representações e discursos que colocam a Google e a GfE como o melhor caminho para o futuro da educação. Nesta direção, vislumbra-se a promessa de novos formatos de ensino e aprendizagem que se apresentam como sendo mais adequados e condizentes com o atual momento educacional, estando ao alcance de todos. Portanto, a plataforma GfE foi desenhada para atender tais expectativas na perspectiva de uma racionalidade neoliberal. Esta, por sua vez, passa a embasar os discursos e representações sobre a EaD no Brasil.

### **Considerações sobre a lógica neoliberal e a educação a distância**

As *Big Techs* atendem a uma lógica neoliberal que se utiliza de dados públicos e privados como mercadorias. Este modelo está baseado em relações de poder extremamente desiguais, em que os usuários entregam os seus dados comportamentais às empresas que passam a utilizá-los de forma unilateral em seu próprio benefício. Diante disto, as tecnologias do *webmarketing* e a plataformização

do ensino são apresentadas como possibilidades de potencialização da relação ensino-aprendizagem, veiculando discursos de caráter reformista, que prometem uma nova forma de educação, produzindo subjetividades diante deste cenário neoliberal.

Na era do capitalismo de vigilância, tendo como seus principais atores as *Big Techs*, a racionalidade neoliberal está ressignificando o papel da educação em nossa sociedade via plataformização do ensino e das novas tecnologias. Hoje, vivemos em mundo onde produzimos dados diariamente, basta conectar-se à internet ou acessar um smartphone para alimentar o modelo de predição que transforma nossas informações em mercadoria. É nesse contexto que a EaD no Brasil está inserida. Ao longo de sua história, ela esteve ligada a projetos que envolveram a iniciativa privada na busca por atender a necessidade de uma educação que preparasse e profissionalizasse a força de trabalho. Hoje, o alcance e a expansão da lógica mercadológica se intensificaram sobre a EaD.

A guinada neoliberal na educação através da entrada das *Big Techs*, apresentando-se para preencher as lacunas que dizem ter sido deixadas pelo ensino tradicional, encontra sua expressão máxima na Google. Esta, soube fazer uso de um tipo de discurso a respeito de mudanças disruptivas capazes de proporcionar resultados rápidos e inovadores, e expandiu as suas plataformas digitais, ocupando generosos espaços nos sistemas de ensino público e privado, oferecendo soluções, mas também tornando rentáveis para si os dados comportamentais dos seus usuários.

No atual contexto do capitalismo cognitivo, e atrelada a uma racionalidade neoliberal mercadológica que se utiliza dos metadados como uma forma de mercadoria-informação, a Google foi ganhando cada vez mais espaço na educação brasileira. Tal fato se torna evidente na medida em que se observa o avanço da atuação da GfE neste setor, tornando-se um dos modelos mais relevantes para a expansão da lógica neoliberal nas universidades e escolas do Brasil. A Google trabalha no sentido de expandir e naturalizar uma racionalidade técnico-científica de solucionismo digital para a educação, principalmente na modalidade de EaD, projetando alcançar o mercado global. Contudo, o seu discurso salvacionista em relação a educação mascara um modelo unilateral de infoespoliação.

Ao elegermos as suas peças publicitárias como artefatos culturais, compreendemos que elas promovem pedagogias que invocam conhecimentos e reforçam representações que moldam identidades desejáveis em relação ao modelo de governamentalidade neoliberal em vigor. Através das análises identificamos que estes materiais potencializam determinadas representações, criando significados culturais que regulam as práticas sociais, produzindo efeitos nos sujeitos. Estes, interpelados por tais representações veem-se inseridos em uma rede discursiva e sociocultural em que o aluno é responsável pelo seu sucesso, e que, como uma empresa, precisa estar constantemente se aprimorando para manter-se competitivo no mercado.

Neste sentido, estabelecer como e a partir de onde são criados e postos em funcionamento tais processos de subjetivação, e como eles se articulam no discurso acerca das práticas educacionais, se torna um potente instrumento de elucidação do atual momento da educação no Brasil. Na GfE são utilizados diversos espaços digitais para veicular as suas propagandas, e são nestes espaços onde o poder é organizado e difundido que percebemos o seu caráter pedagógico, pois dão evidência a certos tipos de representações que operam na construção de identidades, a partir de valores e de condutas então esperadas. Estamos vivendo em uma era de expansão da racionalidade neoliberal na EaD, isto se dá através das plataformas oferecidas por grandes empresas como a Google. Portanto, a compreensão deste fenômeno é de fundamental importância para analisarmos os rumos da educação brasileira em mundo global e plataformizado.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Everton Vasconcelos de. **Quando você se torna um educador Google: integração de tecnologias digitais ao currículo da educação básica como estratégia neoliberal**. 2021. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Educação, Florianópolis, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/231099>>. Acesso em: 3 jun. 2022.

ALVES, L. Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. **Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e A Distância**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 83-92, 1 jan. 2011. Disponível em: <[http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista\\_PDF\\_Doc/2011/Artigo\\_07.pdf](http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista_PDF_Doc/2011/Artigo_07.pdf)>. Acesso em: 7 jul. 2022.

ANDRADE, Paula Deporte de; COSTA, Marisa Vorraber. Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação. **Revista Textura**, Canoas, v. 17, n. 34, p. 48-63, maio/ago. 2015. Disponível em: <<http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/viewFile/1501/1140>>. Acesso em: 13 maio 2022.

BERNARDES, L. V. C. Aplicativos do Google for Education: Inovação Pedagógica ou controle o conhecimento? In: SEMINÁRIO INTERLINHAS E DO SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR DE PESQUISA (SIP), 17 a 19 de setembro de 2019, Alagoinhas, BA. **Anais eletrônicos ...** Alagoinhas, BA: Fábrica de Letras, 2019, p.155-163. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/asipc/article/view/7638>. Acesso em: 2 jul. 2022.

BEZERRA, Arthur Coelho; CAPURRO, Rafael; SCHNEIDER, Marco. Regimes de verdade e poder: dos tempos modernos à era digital. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 371-380, nov. 2017. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4073>>. Acesso em: 19 maio 2022.

BORTOLAZZO, Sandro. Os usos do conceito de pedagogias culturais para além dos oceanos: uma análise do contexto Brasil e Austrália. **Momento: diálogos em educação**, v. 29, n. 2, p. 315-336, jan./abr., 2020. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/momento/article/view/8674>>. Acesso em: 22 jun. 2022.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Censo da educação básica 2020: resumo técnico [recurso eletrônico] – Brasília: Inep, 2021. 70 p.: il. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-da-educacao-superior/resultados>. Acesso em: 19 ago. 2022.

DU GAY, Paul et al. **Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman**. London: Sage, 1997.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 29 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

GOOGLE. **Google for Education**. [S.l.: s.n.], 2022. Disponível em: <<https://edu.google.com/>>. Acesso em: maio/jul. 2022.

LAZZARATO, Maurizio. **Políticas del acontecimiento**. Buenos Aires, Argentina: Tinta Limón ediciones, 2006.

HENRIQUES, Thayane de Souza. Materialização do Ciborgue Neoliberal e do Espírito Empreendedor no Jogo “Cozinha Cascuda”. In: VIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MÍDIA E COTIDIANO, 8, 2021, Niterói, RJ. **Anais eletrônicos ...** Niterói, RJ: Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF), 2021, p. 880-889. Disponível em: <[http://designnleitura.net.br/8sipmc/files/Apresentacao\\_Anais\\_do\\_VIII\\_Seminario\\_Internacional\\_de\\_Pesquisas\\_em\\_Midia\\_e\\_Cotidiano.pdf](http://designnleitura.net.br/8sipmc/files/Apresentacao_Anais_do_VIII_Seminario_Internacional_de_Pesquisas_em_Midia_e_Cotidiano.pdf)>. Acesso em: 24 jul. 2022.

MENDONÇA, Patrícia Vanessa Rossato. **Educação continuada nas teias da rede**. 2014. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Luterana do Brasil, Programa de Pós-Graduação em Educação, Canoas, 2014. Disponível em: <<https://servicos.ulbra.br/BIBLIO/PPGEDUM178.pdf>>. Acesso em: 4 maio 2022.

MONTEIRO, Arakin Queiroz. **Google e infoespoliação: internet, informação e acumulação de capital**. 2013. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituição de Ensino, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Marília, 2013. Disponível em: <[https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/101022/monteiro\\_aq\\_dr\\_mar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/101022/monteiro_aq_dr_mar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 9 ago. 2022.

MOROZOV, E. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu, 2018.

PASSOS, Marize Lyra Silva. **Educação a distância: breve histórico e contribuições da Universidade Aberta do Brasil e Rede e-Tec Brasil**. Vitória, ES: edição do autor, 2018. Disponível em: <[http://docs.wixstatic.com/ugd/3cb86b\\_e63622cd8df14473b0246d92ceda4283.pdf](http://docs.wixstatic.com/ugd/3cb86b_e63622cd8df14473b0246d92ceda4283.pdf)>. Acesso em: 24 jul. 2022.

SAMPAIO, J. A. L.; FURBINO M.; BOCCHINO, L. A. Capitalismo de vigilância y tecnopolítica: los derechos fundamentales de privacidad y libertad de expresión bajo ataque. **Opinión Jurídica**, v. 20, n. 42, p. 509-527, 17 sep. 2021. Disponível em:

<[http://www.scielo.org/co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-25302021000200509](http://www.scielo.org/co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25302021000200509)>. Acesso em: 27 abr. 2022.

SARAIVA, Karla. Educação a distância e no poder. **Revista Paidéi@**, Santos, v. 1, n. 2, p. 1-22, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistapaideia.unimesvirtual.com.br>>. Acesso em: 24 jun. 2022.

\_\_\_\_\_. Pensando a educação a distância a partir de lições aprendidas com Foucault. **Muitas Vozes**, Ponta Grossa, v. 2, n. 1, p. 11-29, 2013. Disponível em: <[https://www.academia.edu/47858565/Pensando\\_a\\_educacao\\_a\\_distancia\\_a\\_partir\\_de\\_licoes\\_aprendidas\\_com\\_Foucault](https://www.academia.edu/47858565/Pensando_a_educacao_a_distancia_a_partir_de_licoes_aprendidas_com_Foucault)>. Acesso em: 5 abr. 2022.

STEINBERG, Shirley R. Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações. In: SILVA, Luiz Heron da; AZEVEDO, José Clóvis de; SANTOS, Edmilson Santos dos (Orgs.). **Identidade social e a construção do conhecimento**. Porto Alegre: SMED, 1997, p. 98-145.

VEIGA-NETO, Alfredo; SARAIVA, Karla. Modernidade Líquida, Capitalismo Cognitivo e Educação Contemporânea. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 34, n. 2, p. 187-201, maio-agosto 2009. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/download/8300/5538>>. Acesso em: 1 jul. 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca Ltda, 2021.