

Plataformas digitais na educação: aspectos midiáticos e sociais do estudar conectado¹

Bianca S. BIADENI²

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo origina-se de um interesse sobre os modos de estudar no ambiente das plataformas digitais. Observamos, a partir de uma pesquisa exploratória inicial, as semelhanças nos modos comunicativos entre espaços voltados para a educação como os MOOCs, e os direcionados ao entretenimento. Com foco no campo da comunicação, nos distanciamos de uma problematização sobre a qualidade ou a eficiência do ensino. Nosso objetivo é discutir as questões sobre acessibilidade, privacidade e entretenimento midiático que integram esse formato educacional. Para isso, propomos uma discussão teórico-analítica partir da ótica de autores como Van Dijck e Poell (2018), Srnicek (2017), Boyd e Ellison (2013), Orozco Gómez (2002) e Moran (2002, 2009).

PALAVRAS-CHAVE: plataformas digitais; educação online; MOOCs; redes sociais digitais; comunicação.

Para além dos espaços físicos

Estudar online independe de estar matriculado em uma instituição de ensino, isso porque os recursos de aprendizagem não estão apenas ligados a educação formal. Segundo dados do estudo *Video Viewers*³, feito pela empresa Google, a maior parte dos acessos à plataforma YouTube são de usuários em busca de alguma forma de aprender sobre temas de interesse. Nas últimas décadas, o fator de aprendizado também ganhou espaço online com estratégias *gamificadas*⁴ como os sites Kahoot!⁵ e o Quizlet⁶, e em aplicativos de mensagens instantâneas como o *Whatsapp*⁷ e o *Telegram*⁸.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM SP. e-mail: biancabiadeni@gmail.com.

³ Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/> (acesso em junho de 2020)

⁴ Mastrocola (2013, p.26) define gamificação como: “[...] o uso de elementos dos *games* e técnicas de *game design* (como pontos, barra de progressão, níveis, troféus, fases, medalhas, *quests* etc.) dentro de contextos que não são *games*”.

⁵ Disponível em: <https://kahoot.it/> (acesso em setembro de 2020)

⁶ Disponível em: <https://quizlet.com/pt-br> (acesso em setembro de 2020)

⁷ Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones.

⁸ Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones.

Articulando com a percepção dessas mudanças, este trabalho dá sequência à perspectiva do uso do Instagram como espaço para trocas de materiais educacionais. Em uma pesquisa inicial, ao analisar os *studygrams*⁹, observamos o compartilhamento de temas voltadas aos estudos formais, como a preparação para o Enem¹⁰, vestibulares e concursos públicos, atrelados a certas formas de consumo cultural e modos de ser e viver (CASTRO e BIADENI, 2019). O uso de uma plataforma de rede social como um local de disseminação de, entre outras coisas, conteúdos para quem busca aprovação em provas e aprimorar algum tipo de conhecimento, despertou o interesse em compreender como a comunicação e o consumo estão presentes com aplicações semelhantes, tanto em espaços diretamente ligados a educação, quanto nos que, embora voltados ao entretenimento, trabalhem conteúdo dessa temática.

Neste contexto, percebemos que os modos de estudar online vêm passando não apenas pela possibilidade de trocas educacionais a partir da apropriação de canais midiáticos concebidos com outros objetivos, como é o caso do Instagram, mas a criação de espaços pensados como meios para aprendizagem também têm incluído recursos comunicativos e modos de funcionamento semelhante ao que é utilizado em plataformas de redes sociais.

Outro fator de interesse acerca dos usos desses recursos para o aprendizado online está nas relações culturais e sociais com os dispositivos de acesso. Ao tratar da idealização de plataformas digitais para educação, acreditamos que seja necessário também o olhar sobre as diferentes condições de acessibilidade para esses canais.

Em tempos de uma educação que forçadamente acontece via serviços de conferência remotos como *Zoom*, *Microsoft Teams*, *Hangout* e tantos outros, observar quais métodos de estudo online já estavam em uso, qual a efetividade, acertos e adversidades encontradas no ensino por meio deles pode auxiliar no planejamento de novos modos de comunicação entre professores e alunos. Da mesma forma, aprofundar o olhar para as questões mercadológicas e de privacidade acerca desses processos é essencial para garantir a qualidade e os direitos individuais no que diz respeito ao ensino remoto.

⁹ Contas de estudantes no Instagram dedicadas a compartilhar conteúdos como resumos de matérias, dicas de como organizar os estudos, técnicas de caligrafia, artigos de papelaria dentre outros.

¹⁰ Exame Nacional do Ensino Médio

No que diz respeito às pesquisas acerca do tema, ao fazer um levantamento bibliométrico sobre os estudos relacionados aos MOOCs¹¹ (*Massive Open Online Course*) feitos entre 2008 e 2018, Carmo, Araújo, Abbad e Menezes (2019) apontaram que este ainda é um tema pouco explorado pela produção científica brasileira. De acordo com os autores, a maior parte dos trabalhos é de caráter exploratório, voltados a diferentes campos do saber, apontando uma demanda por estudos mais aprofundados incluindo no que diz respeito aos interesses comerciais dos criadores desses sites.

Neste artigo nosso objetivo é refletir sobre a educação a distância realizada de modo online por meio de plataformas digitais. Esta reflexão passa pelas condições de acessibilidade, questões relacionadas a privacidade a capitalização dos dados e sobre as semelhanças entre os modos de funcionamento desses espaços educacionais com os voltados para o entretenimento

No campo da comunicação e do consumo, nos chama a atenção as semelhanças entre os modos de funcionamento das plataformas digitais educacionais com as de conteúdo voltado para redes sociais de entretenimento, além das questões sociais que envolvem a ideia de se estudar a distância por meio de recursos digitais. Partindo desse pensamento, esse artigo traz uma discussão teórico-analítica partir dos aportes de autores como Van Dijck e Poell (2018), Srnicek (2017), Boyd e Ellison (2013), Orozco Gómez (2002) e Moran (2002, 2009).

Aspectos sociotécnicos de uma educação remota

Conforme definido por Moran (2002, p.1), a “educação a distância é o processo de ensino-aprendizagem mediado por tecnologias, onde professores e alunos estão separados espacial e/ou temporalmente”. As aulas a distância (usualmente referidas pela sigla EAD) costumam estar hospedadas em uma plataforma tecnológica que pode ter sido criada pela instituição de ensino, ou fornecida por empresas de tecnologia terceiras como Canvas¹², Blackboard¹³ e Moodle¹⁴.

¹¹ Curso Online Aberto e Massivo

¹² O Canvas é um sistema de gestão da aprendizagem lançado em 2011, pela Instructure, uma empresa de tecnologias educacionais. <https://www.instructure.com/canvas/pt-br>

¹³ Blackboard Learn é um sistema de gerenciamento de aprendizagem: <https://www.blackboard.com/pt-br>

¹⁴ Moodle é um software livre, de apoio à aprendizagem, executado num ambiente virtual: <https://moodle.org/>

Estudar a distância não é uma novidade: desde a década de 1990 os chamados cursos por correspondência já passavam a ser realizados em computadores via CD-ROM e com a maior disseminação da conexão em banda larga e da conectividade algumas atividades como textos científicos e exposições se tornaram acessíveis na internet. Desde então as formas de estudar online vêm se popularizando e mudando de formato.

Segundo dados do Censo da Educação Superior, realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP¹⁵), a procura da modalidade de ensino a distância (EAD) mostrou um aumento, assim como o número de cursos ofertados que cresceu 51% em apenas um ano. As informações divulgadas em 2019¹⁶, apontaram que o número de ofertas de vagas de graduação a distância no Brasil já superou o da modalidade presencial. No período em que foi realizado o censo, as instituições educacionais haviam oferecido sete milhões de vagas remotas e seis milhões em sala de aula. Embora esses dados tenham sido coletados em um contexto anterior, o momento atual de instituições de ensino fechadas configura uma ocasião de especial relevância para refletirmos sobre esta modalidade de ensino.

Desta forma, antes de abordar os usos educacionais das tecnologias de comunicação e informação, convém relatar que, no ano em que essa pesquisa está sendo desenvolvida, o mundo vive uma situação de pandemia de COVID-19. Com a circulação de um perigoso vírus, sem uma medicação de cura imediata ou uma vacina, a forma de evitar um contágio ainda maior da população mundial se tornou pedir às pessoas que evitem sair de casa. Empresas, escolas e locais de circulação pública foram fechados, instaurando a ideia de que todos que pudessem trabalhar ou estudar remotamente, e com o uso de internet poderiam continuar suas atividades.

A ideia de transferir rapidamente a educação para um formato remoto por meio da internet esbarra em obstáculos pedagógicos e sociais que não podem ser ignorados. Estudar a distância vai além de possuir computadores ou uma boa conexão à internet - elementos que, como veremos a seguir, não são a realidade de toda a população brasileira. Para estudar em casa os alunos enfrentam questões como a falta de suporte em famílias com baixa escolaridade, visto que os familiares não têm domínio do conteúdo das aulas para auxiliar o aluno em suas dúvidas, residências com muitos habitantes e pouco espaço.

¹⁵ Os dados foram coletados pelo instituto antes do início da pandemia: <http://portal.inep.gov.br/censo-da-educacao-superior> (Acesso em 10/05/2020).

¹⁶ Censo Nacional da Educação Superior <http://inep.gov.br/censo-da-educacao-superior> (acesso junho de 2020)

Além disso, as instituições de ensino são, por vezes, o local de alimentação dos alunos que contam apenas com a merenda escolar. Os professores, por sua vez, enfrentam as mesmas questões com falta de aparato tecnológico em suas residências e de treinamento, uma vez que ministrar aulas online requer um outro formato de apresentação de conteúdo e uma nova dinâmica em salas de aula remotas.

Segundo o levantamento realizado pelo site *GI*¹⁷, portal de notícias do grupo Globo, desde o fechamento das escolas por conta da pandemia, 15 estados decretaram férias ou recesso e pelo menos sete estados declararam que não devem utilizar a educação remota como carga horária do período letivo. A reportagem mostrou que não houve uma resposta coordenada da educação básica ao período de isolamento social. Todos os estados brasileiros adotaram algum tipo de atividade remota com os alunos, mas cada um à sua maneira, entre elas o repasse de conteúdo como exercícios e apostilas por plataformas digitais, sites e até mesmo em grupos de *Whatsapp*.

As questões que abrangem a transposição da educação formal para o ambiente digital existem muito antes da situação atual. Como apontado por Orozco Gómez (2002, p.65) “o tecnicismo da oferta educativa por si só não garante uma melhor educação”. Na perspectiva proposta pelo autor, não se trata de simplesmente adaptar o mesmo conteúdo e transpor para um formato digital; é preciso compreender as características do material nesse formato e definir estratégias para sua utilização. O autor defende que é dever do Estado criar um modelo pedagógico que faça essa intersecção.

Eu acredito que a resposta que os Ministérios da Educação estão tendo em relação a esse fenômeno é totalmente instrumental, insuficiente e equivocada. Insuficiente porque unicamente está atendendo a um projeto de introduzir máquinas nas escolas e isso não é suficiente. Seria importante desenvolver uma metodologia para essa interação, para que realmente se aproveite o potencial dessas máquinas. (OROZCO GÓMEZ, 2005, p. 18).

O período atual, de necessária resposta rápida ao modelo educacional, mostra a importância de uma visão crítica ao discurso de que todas as atividades podem simplesmente migrar para um contexto digital em um momento de crise. É importante lembrar, ainda, que mesmo em um ano no qual muito se fala em educação remota de forma digital, essa não é uma realidade possível para toda a população brasileira devido

¹⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/05/21/estudantes-pais-e-professores-narram-apagao-do-ensino-publico-na-pandemia-em-7-estados-e-no-df-atividade-remota-nao-vai-contar-para-o-ano-letivo.ghtml> (Acesso em 25/05/2020)

às desigualdades que persistem nesse país, inclusive do que diz respeito ao acesso à internet.

Segundo a pesquisa TIC Educação 2019¹⁸, a dificuldade de acesso ainda é um dos principais desafios para a educação no Brasil: 39% dos estudantes de escolas públicas urbanas não têm computador ou tablet em casa. Dos alunos da escola pública que possuem acesso à internet 21% só o fazem pelo celular. Já nas escolas rurais¹⁹, 40% das instituições possuem ao menos um computador com acesso à Internet e 9% têm acesso à rede por meio de outros dispositivos.

Além da conexão e dos dispositivos para um acesso a distância, estudar de forma remota também requer um ambiente adequado para o estudo. Mas em um país em que 13,5 milhões de pessoas se encontram no critério adotado pelo Banco Mundial para identificar a condição de extrema pobreza, com renda mensal per capita inferior a R\$ 145, não seria realista supor que com escolas fechadas, ainda que tenham acesso à internet em banda larga ou pré-paga via celular, todos os jovens, crianças e adolescentes possuem em casa um local adequado para assistir aulas, ler e estudar de forma geral.

Outras limitações estão presentes na adequação a uma educação a distância online, como o formato de aulas ou o suporte aos alunos, uma vez que aprender é um processo que vai muito além da leitura de conteúdos em formatos de *slide*. Se torna mandatório admitir que a desigualdade social afeta, em muito, a educação. Assumir que a resolução desse problema, seja em um contexto de crise ou no cotidiano, seria simplesmente migrar a sala de aula para o ambiente virtual é fugir à dura realidade dos fatos. Como ressaltado por Orozco Gómez:

As novas tecnologias, ao serem inseridas e definidas pelas leis do mercado, fazem, de maneira, inevitável dentro dessa lógica, que uma de suas principais consequências seja a exclusão de muitos e a inclusão de poucos (OROZCO GÓMEZ, 2002, p. 62).

Para docentes e discentes, o ambiente EAD difere em muito da sala de aula, tanto no que diz respeito às formas de lecionar por meio de recursos visuais e tecnológicos quanto no que se refere aos estudantes acompanharem os cursos nas suas residências ou em outros locais, para além das instituições de ensino. Segundo a pesquisa TIC Educação 2019, pelo menos 53%

¹⁸ Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/educacao/indicadores/> (acesso junho de 2020)

¹⁹ A pesquisa TIC Educação 2019 não coletou dados de alunos das escolas rurais.

dos professores criticaram a ausência de cursos específicos para o uso das tecnologias online em sala de aula.

Ainda que os modos de estudar utilizando ferramentas tecnológicas estejam em constante construção, o formato dos ambientes educacionais está diretamente ligado aos modos de funcionamento das plataformas como Instagram, Facebook e YouTube. Como veremos neste artigo, as dinâmicas desses espaços trabalham com sistemas de interação por vídeo, fotos, legendas e popularidade, recursos comunicativos que também promovem certos tipos de consumo cultural.

Na educação a distância, elementos tecnológicos e da comunicação estão diretamente relacionados. Os formatos de aula são variáveis, podendo ocorrer videoaulas, ao vivo ou gravadas, atividades gamificadas ou por escrito a serem entregues via e-mail, além de conteúdo em formato *powerpoint*²⁰ e ou em vídeo. Moran (2009, p.21) destaca que há “três modelos principais de EAD no ensino superior no Brasil, com algumas variáveis e combinações: o modelo teleaula, o modelo videoaula e o modelo *web*”. Passaremos a discorrer sobre cada um deles a seguir.

Como descrito pelo autor, as teleaulas acontecem em transmissões ao vivo. Após as aulas, um tutor fica disponível em polos, que são pontos de atendimento presenciais nas instituições, para solucionar dúvidas, organizar *chats* e grupos de atendimento, podendo também auxiliar na pesquisa em laboratórios. Na versão online, o conteúdo é disponibilizado inteiramente no ambiente digital por meio das plataformas como Moodle e o Blackboard. Já o modelo videoaula compreende produções gravadas em estúdio e reproduzidas nos *campi* ou via *web*, acompanhado de atividades que são entregues para um tutor online. Tanto na versão *web* quanto na videoaula, os encontros presenciais acontecem apenas para avaliação.

A respeito da integração entre aulas no formato digital com a educação presencial, Moran (2009, p.32) afirma que a “flexibilização é inevitável”. Para o autor:

Dependendo do projeto pedagógico do curso, da instituição, da idade do aluno haverá diferentes formatos de curso, níveis de flexibilidade, de orientação. Mas todos terão muito menos presença física do que há hoje, menos horários rígidos como acontece atualmente. (MORAN, 2009, p.32-33)

²⁰ Programa da Microsoft para criação e exibição de apresentações gráficas.

O pesquisador acredita que o modelo semipresencial (também chamado de híbrido) é o que melhor viabiliza uma educação integrada, uma vez que rompe com a obrigatoriedade de que os alunos estejam todo o tempo em sala de aula, integra as mídias e conexões e, para as instituições, reduz custos com infraestrutura. Mas, se para Moran o foco está em construir espaços e formatos pedagógicos que acompanhem as mudanças tecnológicas e as formas como os indivíduos se relacionam com as mídias atuais, é também preciso observar que esses aparatos midiáticos tão comuns na sociedade do compartilhamento e das curtidas não apenas seguem evoluções da tecnologia, mas comportam também grandes interesses comerciais.

Se as plataformas digitais em todo o mundo estão sob o domínio de um pequeno grupo de empresas²¹, no Brasil a educação a distância segue o mesmo modelo de concentração de mercado. Mais de 80% dos alunos da modalidade EAD²² estão concentrados em apenas 20 instituições de ensino superior, sendo que apenas 5 concentram mais da metade desses alunos: Pitágoras Unopar, Anhanguera (que pertence ao antigo grupo Kroton Educacional, que em 2019 tornou-se uma *holding* chamada Cogna Educação), Unip, Unisselvi e Uninter²³. Até 2018, a rede internacional Laureate (cujas principais instituições em São Paulo são FMU, Universidade Anhembi Morumbi, UniRitter) ocupava quarto lugar entre as empresas de ensino superior no País²⁴.

Em maio de 2020, o site do jornal *Folha de S. Paulo* divulgou informações obtidas pela agência de notícias *Pública*, de que os alunos da plataforma digital da rede de educação internacional Laureate em São Paulo passaram a ter as atividades em texto avaliadas por um *software* de inteligência artificial²⁵, sem a anuência dos professores. Em nota oficial à reportagem, a instituição informou que estava acompanhando as tendências do setor:

Em um mundo em constante evolução, a Laureate Brasil acompanha e analisa as tendências do segmento educacional para disponibilizar à sua comunidade acadêmica o que há de mais moderno e inovador no mercado, incluindo a adoção de diversas tecnologias da informação e da comunicação, que apoiem as atividades pedagógicas e potencializem ainda mais a qualidade do ensino, como o uso de inteligência artificial. Comprometida com o propósito de transformar vidas promovendo o

²¹ A saber: Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft

²² Abreviação comum para Educação a Distância

²³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2019/09/cursos-a-distancia-sobem-51-no-ensino-superior-e-numero-de-vagas-supera-o-de-modalidade-presencial.shtml> (Acesso em maio/2020)

²⁴ Dados baseados no Censo da Educação Superior 2018, divulgados em 2019. Até a data de realização de nossa pesquisa (setembro de 2020) não foram divulgadas atualizações

²⁵ <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/05/faculdades-da-laureate-substituem-professores-por-robo-sem-que-alunos-saibam.shtml>

saber e a empregabilidade, a organização reforça que faz parte da autonomia universitária de suas instituições encontrar recursos para melhorar a aprendizagem de seus alunos, tendo o professor como parte fundamental nesse processo. Todas as decisões estão pautadas nas diretrizes do Ministério da Educação (MEC), bem como seguem em conformidade com a legislação brasileira em vigor. (DOMECINI, 2020)

A atual gestão do Ministério da Educação não possui regras específicas para o uso de determinadas tecnologias educacionais como os MOOCs, assim como ainda não há regulamentações para o uso de inteligências artificiais no atendimento a distância por parte de instituições de ensino superior no Brasil. No que diz respeito à integração entre tecnologia e educação, embora os avanços venham ocorrendo de forma rápida na última década, a educação formal pelos meios digitais ainda parece estar em uma fase de experimentação e adaptação. Como apontado por Van Dijck e Poell:

A educação online tornou-se um complexo campo de batalha por envolver interesses privados, corporativos e públicos em uma economia onde a interoperabilidade tecnológica é acelerada por tendências sociais maiores, como privatização e globalização. É provável que essas disputas tenham um impacto substancial na definição da educação como um bem público. (VAN DIJCK e POELL, 2018, p.1)

Como pesquisadores do campo da comunicação, não nos cabe olhar para a educação a distância com o propósito de tecer julgamentos ou mesmo de avaliar sua eficácia ou déficit em relação ao ensino presencial. Conforme argumenta Citelli (2011, p. 206), referência no campo de estudos em comunicação e educação, "a EAD conheceu, e continua conhecendo críticos e defensores, ambos com argumentos fortes para enlevá-la ou desqualificá-la". Sendo assim, nos interessa observar os fluxos comunicacionais na construção desses espaços de aprendizagem que se assemelham a plataformas de redes sociais em seus modos de funcionamento e em suas articulações com as lógicas de consumo.

Estudando com plataformas digitais

Com a implantação de uma política de isolamento social, passaram a circular chamadas em sites informativos com cursos online e gratuitos para fazer durante o período de quarentena. Nas listas divulgadas era possível ver alguns sites de universidades, mas uma grande quantidade de MOOCs, um tipo de curso aberto e gratuito

oferecido em ambientes virtuais como as plataformas Coursera, Udacity, Udemy, edX e mesmo na brasileira Veduca.

O formato comunicacional dos MOOCs se assemelha ao de redes sociais digitais voltadas ao entretenimento como Facebook e Instagram. Em sua apresentação inicial, o Coursera²⁶, por exemplo, instruí o usuário a: apresentar-se; seguir tópicos e fóruns; criar um perfil de preferência com foto; postar e dar a própria opinião; interagir com outros usuários os quais ele acredite que vão se interessar sobre o conteúdo compartilhado. Para esclarecer, Danah Boyd e Nicole Ellison (2013) definem sites de redes sociais como:

uma plataforma de comunicação em rede na qual os participantes: 1) têm perfis de identificação única que consistem em conteúdo fornecido pelo usuário, conteúdo fornecidos por outros usuários e / ou dados fornecidos ao sistema; 2) pode articular publicamente conexões que podem ser visualizadas e percorridas por outros; e 3) pode consumir, produzir e / ou interagir com fluxos de conteúdo gerado pelo usuário por meio de suas conexões no site (ELLISON & BOYD, 2013).²⁷

Nota-se que a lógica comunicativa é semelhante. A ideia é que o usuário esteja conectado, produzindo e compartilhando conteúdo, gerando os dados que serão capitalizados e aumentando as interações sociais nesses espaços. Ainda que o estudante se conecte a plataforma para adquirir algum conhecimento técnico, sua participação ativa em fóruns, disseminando informações com colegas ou mesmo divulgando os cursos em outras redes, como no currículo online disponibilizado no LinkedIn²⁸, impulsionará o alcance da popularidade desses sites.

Entendemos que ao assemelhar a linguagem desses ambientes com a de redes sociais digitais voltadas ao entretenimento, seus criadores buscam também se aproximar de um formato comunicacional que o usuário já conhece. No entanto, ainda que conheça plataformas como Facebook, Twitter e tantas outras, será que o estudante conseguiria estudar formalmente e fixar o conteúdo desta forma? Ao problematizar dinâmicas de ensino deste tipo não propomos reduzir a importância de promover informação útil em formatos atualizados, mas de chamar a atenção para o uso de determinadas estratégias

²⁶Disponível em: <https://coursera.community/community-help-questions-40/getting-started-in-the-coursera-community-63> (acesso em setembro de 2020)

²⁷ No original: A social network site is a networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-level data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site. (Tradução nossa)

²⁸ Plataforma voltada para relacionamentos entre profissionais e empresas

mediáticas. Se nem todo conteúdo das redes sociais digitais nos prende a atenção para ser visto até o final, as aulas online nesse formato vão enfrentar as mesmas barreiras. Isso pode ser apontado em suas estatísticas, mesmo com estratégias comunicativas diversificadas e prometendo facilidades que a educação presencial não possui, os MOOCs também sofrem com a evasão. Um estudo publicado em 2018, pela Universidade de Columbia, com foco nas plataformas EdX e Coursera indicou que os programas com certificação baseados em MOOC tinham taxas de conclusão de 15% ou menos²⁹.

Desenvolvidas em sua maioria por universidades privadas de grande reputação internacional como o MIT, Harvard e Stanford, essas plataformas possuem cursos gratuitos, em formato de videoaulas acompanhadas por exercícios, mas também há opções pagas para quem deseja obter certificados. Para Van Dijck e Poell (2018, p.8), tal formato visa atrair o público-alvo estudantes e jovens profissionais cujas informações têm o maior valor para as indústrias de dados. A política da plataforma Coursera, por exemplo, deixa claro que os dados enviados pelos estudantes podem ser coletados, mas não informa se eles são comercializados.

Embora alguns cursos estejam abertos sem necessidade de pagamento, esses espaços não são gratuitos. Ao definir o que são as plataformas digitais, Srnicek (2017, p. 254) afirma que são modelos de negócios que reúnem “anunciantes, empresas e usuários comuns”. Esses espaços tecnológicos são projetados com mecanismos que podem coletar, armazenar, processar e, embora não informado oficialmente em diversos casos, capitalizar os dados. Desta forma, o modelo de MOOCs e de plataformas de entretenimento se assemelha não apenas na comunicação, mas nos modos como ela direcionada ao capitalismo de dados.

Como explicado por West (2017), o capitalismo de dados é um sistema no qual a comercialização de dados “permite uma redistribuição assimétrica de poder que é ponderada para os atores que têm acesso e a capacidade de compreender as informações”³⁰. Esse conceito tem seus alicerces na teoria do capitalismo de vigilância, apresentada por Zuboff (2015), que afirma tratar-se de um regime institucional em rede onipresente que registra, modifica e comercializa a experiência cotidiana (...) com vista a

²⁹ Disponível em: https://docs.wixstatic.com/ugd/cc7beb_5803e625ebee463ebc6f4796027366f1.pdf (acesso em setembro de 2020)

³⁰ No original: Data capitalism is a system in which the commoditization of our data enables an asymmetric redistribution of power that is weighted toward the actors who have access and the capability to make sense of information. (Tradução nossa)

estabelecer novos caminhos para a monetização e o lucro” (ZUBOFF, 2015, p. 81)³¹. Os usuários acessam essas plataformas que se apresentam como gratuitas, mas o pagamento é feito a partir dos dados que eles compartilham ao se inserirem nesses espaços, informações como localização, religião, preferências alimentares, amizades e outros tantos elementos da intimidade que podem ser estudados para usos comerciais.

Ao tecer considerações sobre as plataformas digitais de uso educacional, Van Dijck e Poell (2018, p.10) afirmam que tais plataformas afetam não apenas processos de aprendizagem, mas “impactam as maneiras pelas quais a educação é organizada em uma sociedade cada vez mais orientada por dados e baseada em plataforma”³². De acordo com os pesquisadores, plataformas desse tipo visam chegar em um futuro com uma certificação e um sistema de créditos acadêmicos que possam ser compartilhados mundialmente, o que ostensivamente tornaria a educação superior um mercado como qualquer outro, com instituições privadas validando a aprendizagem. Mas o que essa orientação a interesses mercadológicos pode significar para a educação de nível superior?

Cada país tem atualmente seu próprio sistema de avaliação acadêmica. Embora haja acordos internacionais vigentes que regulamentam o trânsito de estudantes entre diferentes instituições de ensino superior, teme-se que a ideia de validar os créditos obtidos em cursos oferecidos por estas plataformas digitais viria a retirar a individualidade de cada instituição e a liberdade educacional das nações, levando a uma mercantilização da educação superior, sua completa colonização pelas lógicas de mercado.

Se os MOOCs definirão os padrões mundiais para cursos e certificados ainda é incerto, mas como afirmado por Van Dijck e Poell (2015) elas parecem seguir os mesmos caminhos de modelos de negócio como Facebook, Uber e Airbnb.

A proposta dos MOOCs é tão convincente porque se encaixa na lógica política e econômica do ecossistema dominante: o aprendizado (assim como “tonar-se amigo”, “gostar”, “compartilhar” e “tendências”) se tornará o próximo verbo passando por uma metamorfose por *design* (VAN DIJCK e POELL, 2015, p.14)³³.

³¹ No original: It is a ubiquitous networked institutional regime that records, modifies, and commodifies everyday experience, all with a view to establishing new pathways to monetization and profit. (Tradução nossa)

³² No original: *Online platforms do not only affect basic processes of learning and teaching, but also impact the ways in which education is organized in a society that is increasingly data-driven and platform-based.* (Tradução nossa)

³³ No original: *The xMOOC proposition is so compelling because it fits the political and economic logic of the dominant ecosystem: learning (like friending, liking, sharing, and trending) will become the next verb undergoing a metamorphosis by design.* (Tradução nossa)

Outro argumento nesta discussão sobre as plataformas digitais na educação é que modelos educacionais deste tipo também influenciam o que os alunos esperam que as instituições de ensino ofereçam, como “a mesma qualidade e conveniência das ferramentas online que eles podem acessar gratuitamente na infraestrutura operada comercialmente, onde os dados são a nova moeda” (VAN DIJCK e POELL 2015, p.13).

Como já argumentamos, plataformas não são gratuitas; se as instituições educacionais adotarem modelos semelhantes de disponibilização de conteúdo, é possível também que se aproximem do mesmo modelo de negócios para capitalizar esse investimento em conteúdo, tecnologia e publicidade. Além disso, essa ideia de um modelo para ensino digital traz uma padronização do ensino, deixando de lado questões culturais e da individualidade no ciclo de aprendizagem.

A partir do pensamento proposto por Van Dijck e Poell e tomando-se como base um contexto brasileiro em que as instituições de ensino públicas sofrem com sucessivos cortes de verbas educacionais, tais recursos implicariam em parcerias com empresas privadas que poderiam ser custeados não apenas com recursos financeiros, mas com o capital de dados dos estudantes. Uma vez que esses formatos em geral se integram com empresas como Google e Facebook, as escolas disponibilizariam sua base dados para empresas que coletam e monetizam preferências na rede. Se a educação a distância é dominada por um pequeno núcleo empresarial, tais informações poderiam ser repassadas em campanhas de marketing direcionado, vendas de produtos específicos e outras ações. O conteúdo lecionado por docentes também poderia ser questionado e modulado a partir das lógicas das plataformas, que, como vimos até agora, estão sempre atreladas ao lucro.

Considerações

Abordar os efeitos das plataformas de redes sociais na educação seria um questionamento muito amplo a se desenvolver, por essa razão, inicialmente buscamos entender quais são as lógicas midiáticas que regem esses espaços. Esse olhar é importante, pois ainda que plataformas online nunca venham a substituir as salas de aulas formais, esses ambientes digitais impactam nos modelos educacionais, mesmo fora do contexto atual de isolamento social.

Não é possível atualmente fazer uma exclusão do papel dos dispositivos midiáticos na educação, seja ao falar do uso da internet ou de outras formas de

comunicação. A mídia está no contexto social desde a primeira infância fornecendo linguagens e informações. No entanto, ao propor a integração da tecnologia à realidade pedagógica, seja ela local ou mundial, não se pode fazê-lo de forma acrítica, sem observar como o mercado se posiciona em seu local de produtor e comerciante destes recursos.

Evidentemente, seria equivocado considerar apenas o lado negativo das plataformas educacionais. Se muito antes do contexto da pandemia estudantes buscavam meios de aperfeiçoar os estudos com estes recursos, podemos perceber que este é um caminho pedagógico que já está em andamento e que, unido a outros métodos, tem atraído o interesse de quem busca aprimorar o aprendizado. No entanto, quando tratamos de plataformas, entendendo que são mecanismos comerciais, é preciso olhar não apenas para as formas de capitalização desse negócio, mas para sua propaganda como “solução educacional”.

No que diz respeito a acessibilidade dos estudantes, como já apontado anteriormente, nos questionamos como afirmar que a resposta para uma educação aberta que chegue a todos de forma igualitária estaria em uma plataforma digital, quando os estudantes não são todos incluídos digitalmente e os que estão inclusos não têm, necessariamente, as mesmas facilidades de uso dessas ferramentas. Há de se considerar que alguns possuem acesso à internet, mas limitado, em aparelhos que nem sempre comportam os sistemas necessários e não possuem ambientes tranquilos que auxiliem na concentração necessária.

Não se trata apenas estar conectado às diversas plataformas educacionais ou de redes sociais que se proliferam na internet, mas de entender como esses mecanismos funcionam para fazer o melhor uso de suas funcionalidades e estabelecer um olhar crítico a respeito das informações que circulam nesses espaços. Não são apenas os fatores sociotécnicos que devem ser observados acerca do contexto em que os estudantes se encontram. É preciso também levar em conta questões como saneamento básico, saúde, alimentação e segurança, pois todos esses fatores têm importância no processo de ensino e aprendizagem.

Por se tratar de uma abordagem inicial, de caráter teórico-analítico essa abordagem não permite generalizações. Pesquisas futuras podem se beneficiar ao explorar os mecanismos de comunicação e sociabilidade se aprofundando no estudo dos MOOCs, direcionando a um comparativo entre as plataformas existentes. Outra questão relevante a ser investigada está no fator de usos desses espaços, questionamentos futuros

poderiam buscar examinar o perfil dos estudantes brasileiros que se utilizam desses espaços e de que maneira acreditam se beneficiar deles.

Referências Bibliográficas

CARMO, E. A, ARAUJO, C. L., ABBAD, G. S., MENEZES, P. P. M.; **O que se diz sobre os MOOCs? A produção científica brasileira sobre os Massive Open On-line Courses nos últimos 10 anos.** RISTI, Porto, n. 33, p. 1-15, set. 2019, Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-98952019000300002&lng=pt&nrm=iso (acesso em 4 de outubro de 2020)

CASTRO, Gisela G. S.; BIADENI, Bianca S. **Studygrams: comunicação, consumo e os novos modos de estudar do estudante conectado.** In: XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, Belém. Anais do Intercom XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Belém, 2019

ELLISON, N., & BOYD, D. (2013). **Sociality through social network sites.** In **W. H. Dutton (Ed.), The Oxford handbook of internet studies** (pp. 151–172). Oxford, UK: Oxford University Press

MORAN, J. M. **O que é educação a distância.** Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/dist.pdf>. acesso em junho de 2020

MORAN, J. M. **O ensino superior a distância no Brasil.** *Educação e Linguagem*, 12(19), 17-35, 2009

OROZCO GÓMEZ, G. **Comunicação, educação e novas tecnologias: tríade do século XXI.** *Comunicação & Educação*, São Paulo, v.23, p.57 – 70, 2002

OROZCO GÓMEZ, G. 2005. **Mídia, recepção e educação.** *Revista FAMECOS*, v. 12, n. 26, p. 16-23, 2005

SRNICEK, N. **The challenges of platform capitalism: Understanding the logic of a new business model.** *Juncture*, Vol. 23, 4, 254—25, 2017

VAN DIJCK, J.; POELL, T. **Higher Education in a Networked World: European Responses to U.S. MOOCs.** *International Journal of Communication* 9: 2674–2692, 2015

VAN DIJCK, J.; POELL, T. **Social media platforms and education.** In: *The SAGE Handbook of Social Media*, 579-591. London: Sage, 2018