

**UEM**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO**

**CLÉBER DOS SANTOS GONÇALVES**

**DISCURSO PUBLICITÁRIO DE IES PRIVADAS DO ESTADO DO  
PARANÁ SOBRE EAD: UM ESTUDO A RESPEITO DAS  
REGULARIDADES DISCURSIVAS A PARTIR DAS  
PRERROGATIVAS GERADAS PELAS POLÍTICAS PÚBLICAS  
BRASILEIRAS PARA OFERTA E EXPANSÃO DA MODALIDADE**

**CLÉBER DOS SANTOS GONÇALVES**

**MARINGÁ  
2019**

**2019**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO**

**DISCURSO PUBLICITÁRIO DE IES PRIVADAS DO ESTADO DO  
PARANÁ SOBRE EAD: UM ESTUDO A RESPEITO DAS  
REGULARIDADES DISCURSIVAS A PARTIR DAS  
PRERROGATIVAS GERADAS PELAS POLÍTICAS PÚBLICAS  
BRASILEIRAS PARA OFERTA E EXPANSÃO DA MODALIDADE**

**CLÉBER DOS SANTOS GONÇALVES**

**MARINGÁ  
2019**

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G643d      Gonçalves, Cléber dos Santos  
Discurso publicitário de IES privadas do Estado do Paraná sobre EAD : um estudo a respeito das regularidades discursivas a partir das prerrogativas geradas pelas políticas públicas brasileiras para oferta e expansão da modalidade/ Cléber dos Santos Gonçalves. - Maringá, 2019.  
152 f. : il. color.

Orientador (a): Prof.a Dr.a Maria Luisa Furlan Costa.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Educação, 2019.

1. Educação a distância. 2. Políticas públicas. 3. Publicidade. 4. Análise do discurso. 5. Educação superior. I. Costa, Maria Luisa Furlan, orient. II. Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Educação. III. Título.

CDD 21.ed. 371.35

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO**

**DISCURSO PUBLICITÁRIO DE IES PRIVADAS DO ESTADO DO PARANÁ  
SOBRE EAD: UM ESTUDO A RESPEITO DAS REGULARIDADES  
DISCURSIVAS A PARTIR DAS PRERROGATIVAS GERADAS PELAS  
POLÍTICAS PÚBLICAS BRASILEIRAS PARA OFERTA E EXPANSÃO DA  
MODALIDADE**

Dissertação apresentada por CLÉBER DOS SANTOS GONÇALVES, ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá, como um dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Educação.  
Área de Concentração: EDUCAÇÃO.

Orientador(a):  
Prof<sup>(a)</sup>. Dr(a). MARIA LUISA FURLAN  
COSTA

MARINGÁ  
2019

CLÉBER DOS SANTOS GONÇALVES

DISCURSOS PUBLICITÁRIOS DE IES PRIVADAS DO ESTADO DO PARANÁ  
SOBRE EAD: UM ESTUDO A RESPEITO DAS REGULARIDADES  
DISCURSIVAS A PARTIR DAS PRERROGATIVAS GERADAS PELAS  
POLÍTICAS PÚBLICAS BRASILEIRAS PARA OFERTA E EXPANSÃO DA  
MODALIDADE

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Luisa Furlan Costa (Orientadora) – UEM

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Patrícia Lakchmi Leite Mertzig Gonçalves de  
Oliveira – Unoeste – Presidente Prudente

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Fernanda Amorim Accorsi – UEM

Dedico este trabalho aos meus pais, Arlete e Francisco, motivos de minhas inspirações e coragem, por serem exemplos de doação, investimento, cuidado, honestidade e trabalho.

Aos meus tantos amigos e familiares que transferem a mim confiança e credibilidade.

## AGRADECIMENTOS

Quanto mais difícil é a tarefa de encontrar, no vocabulário disponível, os recursos suficientes para expressar nossos agradecimentos, maior é a certeza da graça que nos envolve. O encerramento desta etapa é um desses momentos de extrema gratidão, no qual me perco entre a necessidade de agradecer e a incapacidade de fazê-lo à altura daqueles que estiveram ao meu lado nesta caminhada. Ainda assim, atrevo-me.

Minha gratidão, em primeiro lugar, a Deus, quem soprou sobre mim o fôlego de vida e quem representa, para mim, a força vital que diariamente encontro na natureza, como expressão da paz e do amor.

Aos meus pais, Arlete e Francisco, matérias por meio das quais vim ao mundo cumprir minha missão, também registro meus agradecimentos. A vocês, que são minha base, minha admiração pelos exemplos de seres humanos. Obrigado por acreditarem em mim e, mesmo não concordando com algumas de minhas escolhas, me encorajarem sempre a seguir o meu caminho. Minhas trajetórias acadêmica e profissional, das quais muito me orgulho, encontram ligações com as vossas mãos calejadas, unhas sujas de terra e as marcas do Sol que marcam vossos rostos, expressões da luta incansável para que eu chegasse até aqui. Jamais esquecerei os trabalhos extras na roça, para que eu, pequeno, pudesse ter materiais escolares de qualidade; a abertura ao diálogo; a pré-disposição a me socorrer sempre que preciso; as palavras sábias e amigas; os risos, abraços e o amor incondicional que sinto por vocês.

Aos demais familiares que sempre estiveram ao meu lado, entre eles meus queridos irmãos Cleison, Cleiton, Cledilson, Cleonice e Cleide, também sou grato. Sou feliz por dizer que somos uma grande família – não apenas no aspecto quantitativo, mas principalmente por toda a ligação que nos une.

Minha eterna gratidão à minha orientadora. Você, Luisa, reforçou de modo gigante a ideia que eu sempre procurei guardar sobre nossa passagem por esse mundo, neste curto espaço de tempo que chamamos de vida: a de que podemos fazer coisas grandiosas quando se há determinação, coragem e foco. Obrigado por peitar desafios ao meu lado; por acreditar em mim; por ser mais que orientadora: uma amiga da qual muito me orgulho; por guiar, com tanta muita sabedoria, nessa caminhada, esse cara teimoso, insistente, com tantas ocupações e com tantos sonhos. Você é uma peça muito importante em minha construção.

Ah... E o que dizer de todas as amizades com as quais fui presenteado ao longo desse caminho? São tantos seres humanos incríveis torcendo por mim que, aqui sim, não me atrevo a nominá-los. Agradeço por tudo o que representam, cada qual com suas peculiaridades e características. Pautado na reflexão de George Eliot, de que *“A amizade é o conforto indescritível de nos sentirmos seguros com uma pessoa, sem ser preciso pensar o que se pensa, nem medir o que se diz”*, agradeço-lhes por me quererem por perto do jeitinho que eu sou; também os quero do mesmo modo.

Preciso agradecer, ainda, ao meu companheiro, André, que, durante esta jornada, esteve ao meu lado, me conquistou, encantou e envolveu com sua maturidade, simplicidade, verdade, compreensão e dedicação. A calma que encontrei em seu abraço foi a dose certa de ânimo em tantos momentos de minha rotina apertada. Obrigado por me incentivar, compreender e aceitar. Obrigado por me permitir amar e ser amado.

Registro meus agradecimentos, também, a todos os professores que passaram por minha vida, bem como às professoras Patrícia e Fernanda, que assumiram a missão de compor a banca de avaliação e contribuir para a conclusão deste trabalho. Aqui, faço menção à professora Ana Cristina Teodoro da Silva, que, durante a fase de qualificação, teceu bastantes contribuições a esta pesquisa. Em um momento em que a figura docente sofre tantos ataques e deturpações em nome de ascensões políticas, nunca é demais registrar que vós, educadores, são os nossos verdadeiros heróis e que, a despeito das palavras más, jamais poderão ser substituídos.

Obrigado, GPEaDTEC, por compartilharmos tantos anseios, medos, conhecimentos e sonhos, durante nossos estudos e pesquisas. Obrigado, UEM, pela formação de qualidade. Por transformar a vida de tantas pessoas, como a minha. Que sigas gloriosa, valorizando as diferenças e defendendo a igualdade de condições na atenção dispensada a seus pupilos.

Todos foram importantes para que eu chegasse até aqui. Foram quase 60 mil km percorridos para participar das atividades do mestrado, o equivalente a quase uma volta e meia na Terra, pela circunferência do Equador [rs] – aliás, obrigado, minha amiga Fátima, por abrir as portas de sua casa na Cidade Canção a este eterno viajante. Não posso dizer que tudo isso tenha sido uma tarefa fácil. Mas hoje me sinto mais grato, realizado e próximo de meus objetivos. Há muito para ser comemorado, mas muito mais a ser conquistado ainda.

*Salve os caboclos de julho  
Quem foi de aço nos anos de chumbo  
Brasil, chegou a vez  
De ouvir as Marias, Mahins, Marielles,  
malês.*

Deivid Domênico e Cia  
(Trecho do Samba-Enredo “História pra  
Ninar Gente Grande” da Escola de Samba  
Primeira Estação da Mangueira – 2019)

GONÇALVES, Cléber dos Santos. **DISCURSOS PUBLICITÁRIOS DE IES PRIVADAS DO ESTADO DO PARANÁ SOBRE EAD: UM ESTUDO A RESPEITO DAS REGULARIDADES DISCURSIVAS A PARTIR DAS PRERROGATIVAS GERADAS PELAS POLÍTICAS PÚBLICAS BRASILEIRAS PARA OFERTA E EXPANSÃO DA MODALIDADE.** 153 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Maringá. Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Luisa Furlan Costa. Maringá, 2019.

## RESUMO

As reformulações políticas e ideológicas ocorridas no Brasil a partir da década de 1990 no campo educacional instituíram, entre outras mudanças, a formalização da Educação a Distância (EaD) no país. Desde então, apesar de estar prevista a diferentes etapas de ensino, guardadas as devidas proporções e restrições, a modalidade representou recurso inegável para a expansão da educação superior no Brasil, sendo a responsável, atualmente, por mais de 21,2% das matrículas nesse nível de ensino. Nesse cenário, assumem papel de destaque as Instituições de Educação Superior (IES) vinculadas à iniciativa privada, majoritariamente a responsável pelas vagas ofertadas. Sendo assim, a educação superior posiciona-se como uma alternativa mercadológica altamente rentável, para a qual se faz uso das prerrogativas legais. Nessa esteira, a publicidade passa a constituir-se recurso indispensável para a delimitação no espaço educacional e, ao mesmo tempo, para a conquista de volumoso número de alunos, vistos também, sob esse viés, como clientes. Por essa razão, o presente trabalho tem como objetivo geral **Identificar regularidades discursivas na publicidade de cursos da EaD na iniciativa privada, como expressões da flexibilização legal à oferta de cursos da modalidade.** Para isso, explora marcos legais que contribuíram para a regulamentação de cursos e a maneira pela qual as IES passaram a fazer uso de prerrogativas legais para divulgação e expansão da oferta de cursos e, a partir disso, propõe, uma análise, com contribuições da teoria Análise do Discurso (AD) Francesa, de 14 comerciais publicitários produzidos a partir de maio de 2017, quando do início da vigência do último decreto voltado a regulamentar a LDBEN em relação à modalidade, pelas instituições com sede no estado do Paraná que ofertam cursos a distância na educação superior e mantinham, até o final de 2018, mais de 100 mil alunos matriculados – Unopar, Uninter e Unicesumar. Os gestos analíticos relacionaram aspectos legais, ideológicos e mercadológicos nos crescentes números de ofertas e matrículas em EaD. Da análise, depreendeu-se que os discursos presentes nas produções midiáticas apresentam dois aspectos principais: valem-se das garantias das legislações brasileiras para reforçar a validade da formação em território nacional e buscam convencer o público-alvo com um discurso que aponta para uma certa facilidade no processo de formação.

**Palavras-chave:** Educação a Distância; Políticas Públicas; Publicidade; Análise do Discurso; Educação Superior.

GONÇALVES, Cléber dos Santos. **ADVERTISING SPEECHES OF PRIVATE INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION OF THE STATE OF PARANÁ ON DISTANCE EDUCATION: A STUDY ABOUT THE DISCURSIVE REGULARITIES FROM THE PREROGUES GENERATED BY THE BRAZILIAN PUBLIC POLICIES FOR THE OFFERING AND EXPANSION OF THE MODALITY.** 153 f. Dissertation (Master in Education). State University of Maringá. Advisor: Prof. Dr. Maria Luisa Furlan Costa. Maringá, 2019.

## **ABSTRACT**

The political and ideological reforms that took place in Brazil since the 1990s in the educational field have instituted, among other changes, a formalization of Distance Education in the country. Since then, even though different stages of education are planned, and due to the proportions and restrictions, this modality was an undeniable resource for the expansion of higher education in Brazil and is now responsible for more than 21.2% of enrollments in this level of education. In this scenario, Higher Education Institutions linked to the private sector play a prominent role, mainly responsible for vacancies offered. Thus, higher education positions itself as a highly profitable marketing alternative, for which legal prerogatives are used. In this wake, advertising becomes an indispensable resource for the delimitation in the educational space and, at the same time, for the conquest of many students, also seen, under this bias, as clients. For this reason, the present work aims to identify discursive regularities in the advertising of distance education courses in the private sector, as expressions of the legal flexibility to offer courses in the modality. To this end, it explores legal frameworks that have contributed to course regulations and the way in which higher education institutions have made use of legal prerogatives for the dissemination and expansion of course offerings and, from this, proposes, an analysis with contributions of the French Discourse Analysis theory of 14 advertising commercials produced as of May 2017, when the last decree aimed at regulating the Law of Directives and Bases of National Education in relation to the modality, by the institutions with headquarters in the state of Paraná that offer distance education courses in higher education and maintained until the end of 2018 more than 100 thousand enrolled students - Unopar, Uninter and Unicesumar. The analytical gestures related legal, ideological and market aspects in the growing numbers of offers and registrations in Distance Education. From the analysis, it was concluded that the discourses present in media productions have two main aspects: they use the guarantees of Brazilian legislation to reinforce the validity of training in national territory and seek to convince the target audience of the ease in the training process.

**Keywords:** Distance Education; Public policy; Publicity; Discourse analysis; University education.

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>ABED</b>	Associação Brasileira de Educação a Distância
<b>ABMES</b>	Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior
<b>AD</b>	Análise do Discurso
<b>Art.</b>	Artigo
<b>Banespa</b>	Banco do Estado de São Paulo
<b>BM</b>	Banco Mundial
<b>CIM</b>	Comunicação Integrada de Marketing
<b>CNT</b>	Central Nacional de Televisão
<b>CPs</b>	Condições de produção
<b>EaD</b>	Educação a Distância
<b>EJA</b>	Educação de Jovens e Adultos
<b>Facinter</b>	Faculdade Internacional de Curitiba
<b>Fatec</b>	Faculdade de Tecnologia de Curitiba
<b>FD</b>	Formações discursivas
<b>FMI</b>	Fundo Monetário Internacional
<b>FUNDEB</b>	Fundo de Desenvolvimento da Educação Básica
<b>GPEaDTEC</b>	Grupo de Pesquisa Educação a Distância e Tecnologias Educacionais
<b>GT</b>	Grupo de trabalho
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas
<b>IES</b>	Instituições de Educação Superior
<b>IGC</b>	Índice Geral de Cursos
<b>Inep</b>	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa Anísio Teixeira

<b>IOEB</b>	Índice de Oportunidades da Educação Básica
<b>LDBEN</b>	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
<b>MEC</b>	Ministério da Educação
<b>MPP</b>	Meio Primeiro Plano
<b>ONGs</b>	Organizações não governamentais
<b>PCF</b>	Partido Comunista Francês
<b>PM</b>	Plano Médio
<b>Pnad</b>	Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios
<b>Pnadc</b>	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua
<b>SBT</b>	Sistema Brasileiro de Televisão
<b>Semesp</b>	Sindicato das Mantenedoras de Ensino Superior
<b>Senac</b>	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
<b>Seres</b>	Supervisão da Educação Superior
<b>SNE</b>	Sistema Nacional de Educação
<b>TICs</b>	Tecnologias da Informação e da Comunicação
<b>TVs</b>	Transcrições verbais
<b>UEM</b>	Universidade Estadual de Maringá
<b>Unicesumar</b>	Centro Universitário de Maringá
<b>Uninter</b>	Centro Universitário Internacional
<b>Unopar</b>	Universidade do Norte do Paraná
<b>USA</b>	Estados Unidos da América
<b>USP</b>	Universidade de São Paulo

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01:</b> Ciclo de Políticas Públicas – SECCHI.....	37
<b>Figura 02:</b> Materialização entre Ideologia, Discurso e Linguagem.....	134

## LISTA DE QUADROS

**Quadro 01:** Regulamentação e Políticas da EaD no Brasil.....51

**Quadro 02:** Caracterização dos materiais objetos da pesquisa.....73

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01:</b> Organização acadêmica e categoria administrativa das Instituições de Educação Superior no Brasil.....	60
<b>Gráfico 02:</b> Número de matrículas por iniciativa de 2007 A 2017.....	60
<b>Gráfico 03:</b> Número de ingressantes, ano a ano, por modalidade.....	62
<b>Gráfico 04:</b> Número de instituições com atuação no mercado e na EaD.....	64
<b>Gráfico 05:</b> Instituições e modalidades.....	65
<b>Gráfico 06:</b> Matrículas por grau de ensino.....	65
<b>Gráfico 07:</b> Índices de investimento em EaD – Públicas X Privadas.....	67

## LISTA DE CONJUNTOS DE *FRAMES*

<b>Conjunto de <i>frames</i> 1:</b> Graduação digital, novo EaD.....	81
<b>Conjunto de <i>frames</i> 2:</b> Graduação digital, novo EaD.....	88
<b>Conjunto de <i>frames</i> 3:</b> Tradição e qualidade. Universidade assim é Unopar.....	95
<b>Conjunto de <i>frames</i> 4:</b> Você digital até na hora de estudar.....	99
<b>Conjunto de <i>frames</i> 5:</b> Pode comparar. Universidade assim é Unopar.....	104
<b>Conjunto de <i>frames</i> 6:</b> Sonhar junto é acreditar (1).....	106
<b>Conjunto de <i>frames</i> 7:</b> Sonhar junto é acreditar (2).....	106
<b>Conjunto de <i>frames</i> 8:</b> Sonhar junto é acreditar (3).....	107
<b>Conjunto de <i>frames</i> 9:</b> Pode comparar. EaD assim é Unopar.....	111
<b>Conjunto de <i>frames</i> 10:</b> Graduação e pós-graduação a distância Uninter.....	115
<b>Conjunto de <i>frames</i> 11:</b> Muito prazer, nós somos a Uninter.....	119
<b>Conjunto de <i>frames</i> 12:</b> Nova graduação semipresencial Uninter.....	122
<b>Conjunto de <i>frames</i> 13:</b> Vestibular EaD 2018.....	124
<b>Conjunto de <i>frames</i> 14:</b> EaD Unicesumar faz toda a diferença.....	128
<b>Conjunto de <i>frames</i> 15:</b> Volte a sonhar. Volte a estudar!.....	131

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	18
<b>2. DE ROQUETTE-PINTO ÀS BASES LEGAIS DA EAD: O PROCESSO DE INSERÇÃO DA MODALIDADE NAS POLÍTICAS PÚBLICAS BRASILEIRAS</b> .....	30
2.1. Iniciativas de ensino a distância no Brasil até a década de 1990 .....	31
2.2. Formação e formulação de políticas públicas: entre o real e os ideais.....	36
2.3. A década de 1990: Reforma do Estado e a influência nas políticas públicas educacionais.....	41
2.4. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e a inclusão da EaD no Sistema Educacional Brasileiro .....	45
2.5. Regulamentando o Artigo 80 da LDBEN: Os Decretos 2.494/98, 5.622/05 e 9.057/17 .....	47
<b>3. REFLEXOS DAS PRERROGATIVAS LEGAIS: NÚMEROS E PERSPECTIVAS SOBRE A OFERTA DE CURSOS A DISTÂNCIA</b> .....	56
3.1. Princípios e fins da EaD no Brasil.....	56
3.2. A influência da EaD na expansão da educação superior.....	59
3.3. Mercantilização da educação superior e a exploração da publicidade.....	67
<b>4. ANÁLISE DISCURSIVA DE PUBLICIDADES DE INSTITUIÇÕES PRIVADAS QUE OFERTAM CURSOS DA MODALIDADE A DISTÂNCIA NO ESTADO DO PARANÁ</b> .	72
4.1. Delimitação do <i>corpus</i> e considerações gerais sobre o percurso da análise..	72
4.1.1. “Graduação digital, novo EaD”.....	80
4.1.2. “Tradição e qualidade. Universidade assim, só Unopar.” .....	94
4.1.3. “Você digital, até na hora de estudar” .....	98
4.1.4. “Pode comparar. Universidade assim é Unopar/Sonhar junto é acreditar.”.....	104
4.1.5. “Pode comparar. EaD assim é Unopar.” .....	111
4.1.6. “Graduação e pós-graduação Uninter.” .....	114
4.1.7. “Muito prazer, nós somos a Uninter.”.....	118

4.1.8. “Nova graduação semipresencial Uninter” .....	121
4.1.9. “Vestibular EaD 2018” .....	123
4.1.10. “EaD Unicesumar faz toda a diferença” .....	127
4.1.11. “Volte a sonhar. Volte a estudar!” .....	130
4.2. O discurso sobre EaD e a produção de sentidos.....	135
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS: A INCOMPLETUDE DE UM GESTO DE FINALIZAÇÃO .....</b>	<b>138</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>145</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Aos primeiros apitos do celular, por meio do aplicativo que tem a função de despertar, giro-me preguiçosamente em direção ao criado-mudo, para interromper o som abrupto e ativar a função ‘soneca’. Minutos depois, quando o silêncio é insistentemente interrompido, numa clara indicação de que um novo dia começou, decido que preciso dominar o aparelho. Porém, ali mesmo, na cama, o *smartphone* continua a ser uma referência centralizadora.

Ao abrir as primeiras notificações da internet, um anúncio publicitário salta aos olhos: um curso, consultado por meio de um site de pesquisas um dia antes, está sendo oferecido com 30% de desconto naquela data. Naquele momento, o que menos importa são os caminhos e as razões pelos quais a informação me perseguiu; importante é, rapidamente, garantir a compra, motivada pelos convincentes signos que compõem a peça digital.

Verifico a hora. Ainda dá tempo de permanecer na cama por mais alguns minutos e, antes do café da manhã, decido me alimentar de mais informações vindas do aparelho conectado à internet. O aplicativo do site de notícias preferido é aberto e uma chamada praticamente irrecusável leva ao clique intertextual: *“tudo o que você precisa saber para começar o dia”*. Entre os destaques, uma votação polêmica a ser realizada pela comissão parlamentar de Educação e Cultura. Curioso em relação ao assunto, leio a matéria e, não satisfeito, procuro em várias legislações atinentes à temática respaldos para o avanço ou a obstrução da pauta. Uma rápida mudança para as redes sociais e me deparo com um anúncio acerca do mesmo tema sobre o qual lera havia pouco. Em meio aos comentários pró e contrários, posiciono-me, munido de argumentos identificados nos instrumentos legais consultados minutos antes.

Não com muita disposição, levanto-me da cama e caminho lentamente ao banheiro. Enquanto a água escorre pelo corpo, a música ecoa no cômodo, por meio de outro aplicativo do celular. Entre uma canção e outra, mais anúncios – agora sonoros – sobre diferentes produtos e serviços.

Da cozinha, enquanto a cafeteira está ativada, percebo que, por debaixo da porta, o jornal diário foi entregue, acompanhado da revista mensal, da qual tenho

assinatura, e de dois panfletos comerciais. Um dos panfletos vai para o lixo imediatamente, por não chamar a atenção quanto às cores, fontes e ao serviço oferecido. O outro, antes de ter o mesmo destino do primeiro, é fotografado e enviado instantaneamente a um grupo virtual de amigos – não sem, antes, um riso acusador da falta de atenção a um erro de português quase inaceitável.

Enquanto uma mão leva a xícara com café à boca, a outra percorre as teclas do *laptop*: é hora de responder às mensagens geradas pelas divulgações das páginas de redes sociais que, profissionalmente, administro, esclarecendo informações importantes a clientes. Nesse momento, um novo anúncio de promoção de passagem aérea surge e muda o site visitado: corro para garantir a viagem a um curso que devo ministrar sobre convergências entre as áreas da comunicação e da educação. Antes que o café termine, ainda realizo uma das atividades de uma capacitação ofertada na modalidade a distância na qual me encontro regularmente matriculado. Sigo, então, para um novo dia de trabalho. Da saída da garagem do prédio, percebo que o anúncio do outdoor da esquina mudou. A nova ação de marketing chama atenção e faz com que, pelos próximos minutos, a sua mensagem permaneça na mente.

Será um dia intenso, com atividades que vão desde a produção de conteúdos de comunicação, passando pela preparação de aula e a atividade de docência, e terminando, à noite, com estudos relacionados ao mestrado nas últimas horas do dia e nas primeiras da madrugada do outro que virá.



O relato acima, característico deste autor que se põe na condição de enunciador, oferece subsídios para a compreensão dos caminhos que o levaram a esta pesquisa. E é a partir desse aspecto que pretendo iniciar a introdução e a contextualização deste trabalho. Antes, porém, peço licença para discursar na condição de primeira pessoa.

Meu contato com a área da educação começou muito cedo. Aos 14 anos (em 2005), ingressei no Curso de Formação de Docentes na modalidade integrada ao ensino médio, concluindo-o aos 18 anos (2008). No mesmo mês em que atingia a idade maior, fui convidado a assumir o cargo de Chefe da Divisão

do Fundo de Desenvolvimento da Educação Básica (Fundeb) da pequena cidade de São Tomé, no noroeste do estado do Paraná, onde morava na ocasião. No ano seguinte, dois acontecimentos marcaram a minha trajetória profissional: assumi o primeiro concurso público, como professor do município de Cianorte, no mesmo estado, e ingressei na faculdade de jornalismo, em Maringá.

Apesar de pouco domínio sobre a convergência entre as duas áreas, descobriria, em pouco tempo, a paixão pela integração entre elas. A cada vez em que eu vislumbrava tal possibilidade, sentia-me mais realizado em relação ao caminho escolhido. Dois anos depois, fui convidado a integrar a equipe de comunicação da prefeitura de Cianorte, ficando responsável principalmente pela pasta Educação e Cultura. Foi mais ou menos nesse período também que comecei a me aproximar de temas como tecnologias e educação, mídias educacionais, e, uma das minhas grandes paixões, a educomunicação.

Concluí a faculdade em 2013, sentindo-me convidado à pesquisa, mas sem ter decidido, de forma definitiva, pela área a trilhar. Realizei duas seleções do mestrado em Educação sem ter a certeza da linha escolhida, até que surgiu a possibilidade de ingressar, em 2015, no Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual de Maringá (UEM) como aluno não-regular, na disciplina de Fundamentos e Metodologias da Educação a Distância no Brasil – ministrada pela agora minha orientadora Maria Luisa Furlan Costa. Desde a primeira aula, tive um discernimento do caminho a ser trilhado; apenas alguns ajustes seriam necessários.

Profissionalmente falando, desde 2011, de forma cada vez mais intensa, tenho ministrado cursos de capacitação a profissionais da área do magistério e candidatos de concursos públicos dessa área. Além disso, o trabalho com comunicação nunca parou. Em 2014, assumi um novo concurso na Câmara Municipal de Cianorte, onde trabalhei até o início de 2017 como assessor de comunicação, função que desempenhei dessa época até o final de 2018 na Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina. Em todos esses lugares, me dediquei a projetos que relacionavam as áreas da comunicação e da educação.

Vejo-me, como exposto até aqui, envolto por iniciativas e atividades comunicativas e educativas diariamente. Nesse percurso, procurei estudar, por diferentes vieses, a relação dos recursos das interfaces entre os dois campos.

Nesse contexto, a EaD surgiu à minha frente como uma área que poderia ser estudada por mim: primeiramente, porque representa uma das possibilidades de convergência das duas áreas nas quais trabalho e realizo pesquisas; além disso, por acreditar nesse relativo recente *fenômeno*, que, apesar de várias limitações e desafios, apresenta-se como um dos recursos importantes à expansão e à democratização do acesso à educação superior.

O ingresso ao Grupo de Pesquisa Educação a Distância e Tecnologias Educacionais (GPEaDTEC), ocorrido em 2017, contribuiu intensamente para a delimitação da pesquisa e de seus respectivos objeto e objetivos. Nesse mesmo ano, fui matriculado como aluno regular do programa, um grande passo para a minha carreira. Entre as disciplinas cursadas no mestrado, destacam-se as diretamente ligadas à linha de pesquisa Políticas e Gestão em Educação: Economia Política & Educação e Sociedade, Estado & Educação. As aulas me fizeram compreender que a qualidade da oferta da educação, em especial a da modalidade a distância, está muito além da boa vontade dos profissionais envolvidos e da estrutura do meio educacional. Ela vincula-se, intimamente, às formulações políticas que regem o desenvolvimento do país enquanto nação, relacionado a um contexto global influenciado a todo o momento por ideologias e convicções que convergem e divergem entre si.

A EaD é a responsável, atualmente, por 21,2% de todas as matrículas na educação superior no Brasil, de acordo com o último Censo da Educação Superior, divulgado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa Anísio Teixeira (Inep) em 2018, com dados de 2017. Apesar de a modalidade presencial ser responsável pela maior parcela, percebe-se, a partir de dados do documento, que o crescimento da modalidade a distância é muito mais expressivo, sendo que em apenas uma década o número de alunos matriculados nessa categoria mais que triplicou. Isso foi possível graças a uma série de instrumentos legais que culminaram no reconhecimento da modalidade.

Sem ser possível negar o crescimento da EaD no Brasil, a exemplo do que também ocorre em diferentes partes do mundo, existe um outro dado que chamou a atenção deste pesquisador e o guiou à delimitação desta pesquisa. Trata-se do uso, de forma muito mais intensa, por parte da iniciativa privada, das prerrogativas legais para a oferta de cursos a distância.

Como comunicador e professor, tenho sido chamado à atenção, há tempos, para os apelos e as mensagens publicitárias dessa área. E foi a partir de então que o perfil desta pesquisa foi desenhado. O objetivo geral deste trabalho é, portanto, **Identificar regularidades discursivas na publicidade de cursos da EaD na iniciativa privada, como expressões da flexibilização legal à oferta de cursos da modalidade**. Esta pesquisa, como já mencionado, está inserida na linha Políticas e Gestão da Educação, que procura investigar “as trajetórias históricas, os fundamentos teóricos, as ações de sujeitos e instituições, as organizações e os processos da política e da gestão em educação, os sistemas, as unidades, os níveis, as modalidades e as práticas educacionais”<sup>1</sup>.

Como objetivos específicos do trabalho, estão elencados os seguintes: Compreender o processo de formalização da EaD no Brasil e as motivações para tal ocorrência; Identificar o processo de expansão da modalidade a distância nos últimos anos e a sua participação no cenário da educação superior; Selecionar as contribuições convergentes da Análise do Discurso (AD) francesa para a análise de materiais de comunicação; Analisar, criticamente, os discursos presentes nos comerciais publicitários de IES da iniciativa privada do estado do Paraná, identificando as regularidades discursivas no tocante à EaD, a partir das prerrogativas legais.

A hipótese apresentada ao trabalho é a de que, por conta da rápida expansão da modalidade, nem sempre as mensagens publicitárias são fiéis aos ideais iniciais da defesa da EaD – ligados à democratização da educação superior de qualidade –, por conta de influências da mercantilização desse espaço, como serviço/produto.

Com base em Silveira e Córdova (2009), metodologicamente, esta pesquisa pode ser classificada da seguinte forma: quanto à abordagem, é qualitativa, já que, apesar de priorizar os aspectos qualitativos, lança mão de instrumentos quantitativos que auxiliam no percurso de análise; em relação à natureza, é aplicada, por ter o objetivo de gerar conhecimentos para aplicação prática; no que tange aos objetivos, é exploratória, já que tende a criar uma aproximação com o objeto de estudo, tornando-o mais explícito, a partir da

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.ppe.uem.br/programa.htm>.

elaboração de hipóteses; e quanto aos procedimentos, mistura aspectos bibliográficos, documentais e de estudo de caso.

Para cumprir os objetivos destacados, este trabalho está composto por cinco seções. A primeira consiste nesta **Introdução**, na qual estão expostas as motivações da pesquisa, bem como os objetivos e a hipótese ressaltada pelo pesquisador.

A segunda parte do trabalho, intitulada **De Roquette-Pinto às bases legais da EaD: O processo de inserção da modalidade nas políticas públicas brasileiras**, tem por pretensão indicar o processo pelo qual a discussão acerca dos cursos a distância passou até sua formalização e seu reconhecimento no cenário brasileiro. É nessa seção que revisitamos iniciativas de ensino a distância no Brasil e marcos legais e históricos que contribuíram para o crescimento da modalidade. Para tanto, foram utilizadas, principalmente, legislações que tratam sobre a temática, como a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN) e os decretos posteriores que regulamentaram a oferta dos cursos. Além disso, recorreremos a regularidades presentes em obras de autores como Rangel (2010), Costa (2004), Ribeiro (1989), Alves (2001), Oliveira (2018), Maia & Mattar (2007), Marconcini (2010), Pedone (1986), Libâneo (2016), Bresser Pereira (1999), Carinhato (2008), Mendonça (2016), Loureiro (2010), Lima (2003) e Nascimento, Brito & Lopes (2005), para a exploração de aspectos voltados a iniciativas formais e informais de ensino a distância e, também, influências globais e nacionais que interferiram na formalização da modalidade em território nacional. É válido destacar que não é a intenção, nesta seção, esgotar a discussão a respeito das iniciativas ligadas ao ensino a distância no Brasil, nem fazer análise dos documentos – visto que não constituem o objeto de nossa pesquisa. Contudo, como aspectos metodológicos, exploramos conceitos relacionados ao Ciclo de Políticas proposto por Secchi (2013), para uma melhor compreensão a respeito da formulação de instrumentos legais e o vínculo existente, aqui, com a expansão da EaD.

A terceira seção recebe o título de **Reflexos das prerrogativas legais: Números e perspectivas sobre a oferta de cursos a distância**. Aqui, procuramos identificar, a partir de documentos como o Censo da Educação Superior 2017 (BRASIL, 2018) e o Censo EAD.BR 2017/2018 (ABED, 2018), qual

a posição e o papel da modalidade em questão no contexto do nível educação superior. Houve a preocupação, também, em indicar diferenças entre as iniciativas pública e privada no tocante à expansão, ao número de alunos e aos rendimentos, além do destaque a aspectos sobre a mercantilização da educação, como um novo nicho a ser explorado.

Na quarta seção, sob o título **Análise Discursiva de publicidades de instituições privadas que ofertam cursos da modalidade a distância no estado do Paraná**, foram selecionadas 14 peças publicitárias veiculadas a partir da sanção do último decreto voltado à regulamentação do Artigo 80 da LDBEN, o de número 9.057/2017, das três instituições com sede no Paraná que apresentaram, no ano de 2018, mais de 100 mil alunos matriculados em cursos de Educação a Distância: Universidade do Norte do Paraná (Unopar), Centro Universitário Internacional (Uninter) e Centro Universitário de Maringá (Unicesumar). O *corpus* deste trabalho é composto por materiais audiovisuais retirados dos canais oficiais das referidas instituições no *youtube*, principal plataforma online de armazenamento e compartilhamento de vídeos. As produções foram selecionadas a partir de três critérios principais: 1) foram usadas em campanhas pré-vestibulares ou de matrículas ou rematrículas; 2) Possuem, no mínimo, 30 segundos de duração; 3) Não contemplam cursos de forma isolada, mas, sim, de maneira coletiva. Inicialmente, foi apresentado um histórico de atuação de cada uma das instituições, sendo que, na sequência, houve a proposta de análise dos materiais selecionados, com a intenção de compreender as mensagens publicitárias, à luz da Análise do Discurso (AD) francesa, procurando identificar as regularidades discursivas que costumam tais enunciados.

Optamos, neste trabalho, por recorrer à AD Francesa, para nos munirmos de elementos importantes para a interpretação dos materiais aqui proposta. Portanto, torna-se imperativo recorrer às referências fundamentais que apontam para a história do respectivo campo de pesquisa e para os conceitos necessários da atividade analítica.

O termo AD abarca em si muitas interpretações. Há, nas bases teóricas, uma numerosa lista de referências de teóricos e sublinhas ligados a esse campo do conhecimento. De acordo com Gregolin (2003), sob a perspectiva histórica, aspectos dessa corrente teórica têm origem há mais de dois mil anos, quando dos

estudos relacionados à Retórica Grega. Dessa maneira, um longo percurso reúne ideias e compreensões em comum acerca do fenômeno da discursivização.

É, porém, no século XX, especificamente a partir da década de 1970, que a AD passa a ser concebida como uma área de estudo com influências de diferentes linhas (GREGOLIN, 2003). Essa ocorrência deriva de produções de nomes expressivos, entre os quais Pêcheux, que, no final da década de 1960, na França, posiciona-se como o seu principal articulador. O momento, cabe ressaltar, coincidia com a forte influência do Estruturalismo<sup>2</sup>, que, apesar disso, demonstrava falhas e fraquezas dignas de superação. Esse momento tinha como uma das principais críticas a exclusão total dos sujeitos, nas análises das estruturas. Sendo assim, a AD surge como um campo de investigação que trouxe em si indícios de superação das falhas até então apresentadas.

A Análise do Discurso, sempre é bom frisar, soube dar um caráter revolucionário ao modo como abordou o papel da linguagem; bem distante do aspecto meramente formal e categorizador a ela atribuído por uma visão estruturalista mais redutora em sua origem. A linguagem pela ótica discursiva ganha um traço fundacional na constituição do sujeito e do sentido e vai distinguir-se também da condição que lhe confere a psicanálise (FERREIRA, 2003, p. 40).

Ao lado de Pêcheux, outros nomes passaram a compor esse novo campo de pesquisa e de análise, entre eles Louis Althusser e Michel Foucault. O contexto do cenário francês, naquele momento, era de um fervor político marcante, sobre o qual tais teóricos – que tinham em comum o fato de serem membros do Partido Comunista Francês (PCF) – atuavam e procuravam questionar o corte realizado pela Linguística para a compreensão dos enunciados, principalmente por não concordarem quanto à desvinculação dos signos dos aspectos práticos ligados à História e à Sociologia.

Quatro nomes, fundamentalmente, estão no horizonte da AD derivada de Pêcheux e vão influenciar suas propostas: Althusser com sua releitura das teses marxistas; Foucault com a noção de

---

<sup>2</sup> “O Estruturalismo ganha força a partir da segunda metade do século XX e está ligado às ciências humanas e é concebido como um pensamento que indica que os elementos da cultura humana dever ser analisados e compreendidos a partir da concepção de um sistema (estrutura) maior. O objetivo dessa corrente era identificar as estruturas diversas que sustentam essa organização geral” (FELIZOLA, 2000).

formação discursiva, da qual derivam vários outros conceitos (interdiscurso; memória discursiva; práticas discursivas); Lacan e sua leitura das teses de Freud sobre o inconsciente, com a formulação de que ele é estruturado por uma linguagem; Bakhtin e o fundamento dialógico da linguagem, que leva a AD a tratar da heterogeneidade constitutiva do discurso (GREGOLIN, 2003, p.25).

Nessa linha de pensamento, percebe-se que a AD, desde o surgimento, promoveu uma instabilidade a certezas estruturadas das ciências humanas. Inicialmente vinculado à Linguística, aos poucos, esse campo de pesquisa passa a demonstrar interfaces com as diversas áreas, como a Filosofia e a Antropologia. Apesar disso, salienta Gregolin (1995), ainda não se tem uma definição clara a respeito da ceara de estudos da AD. Isso, por conseguinte, acaba por dificultar a especificação de uma metodologia de abordagem dessa nova unidade de análise.

De acordo com Gregolin (2003), essa corrente teórica alcança o Brasil a partir da década de 1970, constituindo-se, na contemporaneidade, uma área fértil de investigação, com influência dos estudos oriundos da Linguística, em associação com problemáticas sociais da História. Contudo, o campo teórico é marcado por constantes reconfigurações, com base no que ocorreu desde o início.

Amorim (2015) ressalta que, apesar de a AD influenciar e ser influenciada por diversas áreas, seu desenvolvimento se deu a partir da união de três que se posicionam como carro-chefe: Linguística + Psicanálise + Marxismo.

Essa tríade vai servir de base para a construção da teoria do discurso. Na Linguística, a AD encontrou a afirmação de que a linguagem não é transparente, e isto é fator essencial para seus estudos, pois, para AD, a relação linguagem/pensamento/mundo não é unívoca, o que faz com que cada termo possua sua especificidade. Já a Psicanálise, ao deslocar a noção de homem para a de sujeito, contribui com a AD ao passo que os estudos discursivos buscam compreender a língua como acontecimento e não apenas como uma estrutura, assim, ao reunir esta última e acontecimento, a forma material é tida como o acontecimento do significante em um sujeito afetado pela história. Do marxismo, a conjugação da língua com a história. A AD considera os processos e as condições por meio dos quais se produz a linguagem. Assim fazendo, insere o homem e a linguagem à sua exterioridade, à sua historicidade (AMORIM, 2015, p. 15-16).

A AD pode ser compreendida, então, como o conjunto de estudos de pesquisa e investigação que consideram o discurso movido de sentidos e significações ligados a diferentes contextos e momentos históricos e sociais. Nessa ação, mais do que ser concebida como uma interface entre áreas da ciência já consagradas, posiciona-se como um campo fértil de discussões que perpassa os domínios linguísticos, históricos, filosóficos, antropológicos e comunicativos, mas, ao mesmo tempo, oferece a esses campos recursos necessários às suas constantes (re)significações.

Nas palavras de Melo (2015),

A AD consiste numa corrente desenvolvida majoritariamente na França e que trata a língua em seu processo histórico, atende a uma perspectiva não-imanentista e não-formal da linguagem e privilegia as condições de produção e recepção textual, bem como os efeitos de sentido (MELO, 2015, p. 4).

Segundo Melo (2015), a história da AD pode ser dividida em três fases distintas. A primeira é denominada como o “Período das Máquinas Discursivas” e tem origem com a publicação da obra *Análise Automática do Discurso*, de Michel Pêcheux, em 1969. A ideia que marca esse momento é a da tentativa de indicar a existência de uma máquina estrutural-discursiva automática. As compreensões desse momento consideravam, entre outras referências, os postulados oriundos da obra *Discourse Analysis*<sup>3</sup>, escrita por Harris, em 1950. Existia a tendência de identificação e indicação de algoritmos que possibilitariam a compreensão do discurso de maneira praticamente automática. Nessa concepção, o lugar do sujeito do discurso era sempre o mesmo, estabilizado, sendo que o posicionamento de um defensor de uma ideologia não era considerado em outra e vice-versa.

A segunda fase, identificada como a do “Apogeu das Formações Discursivas”, é a que encontra a contemplação dos conceitos e discussões levantados por Foucault, especialmente no que concerne à formação do discurso. Esse período tem início em 1975, a partir da publicação de *Les Vérités de la*

---

3 De acordo com Melo (2015, p. 4), o texto “aponta para uma análise transfrástica da língua, rompendo com o modelo estruturalista vigente” e serviu de base para outras produções que influenciariam na definição do campo de pesquisa da AD, posteriormente.

*Palice*, de Pêcheux. No trabalho, além da revisão de alguns conceitos da primeira obra, são levadas à tona as concepções a respeito da Formação Discursiva (FD).

De acordo com Pêcheux (1969), o conceito de FD está intimamente ligado à formação ideológica. Esta consiste no agrupamento de elementos e condutas que não podem ser considerados nem individuais, nem universais, mas que são identificados com certa regularidade em uma determinada organização social e influem nas relações de forças entre classes dessa mesma organização. Aquela, por sua vez, com base em Foucault, seria compreendida como as condições que determinam o que pode/deve e o que não pode/deve ser dito, a partir do lugar social que cada indivíduo ocupa numa sociedade.

Essa compreensão, considerada fundamental para a AD, guarda contato estreito, ainda, com as relações de poder, cunhadas também por Foucault, já que as possibilidades discursivas impostas pelo lugar social que um indivíduo ocupa levam à inferência de que essa ocupação se dá a partir de várias determinantes, como aquelas ligadas aos aspectos cultural, histórico, econômico, social, entre outros.

Por fim, a terceira fase da AD é identificada como a do Primado do Discurso. Aqui, a compreensão é a de que os discursos não são operados sobre uma dada realidade; são, isso sim, produzidos com base em outros discursos. Nessa compreensão, a linguagem é vista sempre como heterogênea, de modo que, sobre um mesmo elemento, podem haver diferentes discursos, provindos de diferentes sujeitos e lugares. Esse momento apresenta influências das noções de dialogismo<sup>4</sup>, em Bakhtin.

Recorrendo a Amorim (2015), analisando Pêcheux (1997), reforça-se que, em relação à terceira fase da AD, outra característica crucial de mudança diz respeito à consideração do texto não-verbal. Segundo a autora,

---

<sup>4</sup> “Dentro das bases teóricas do dialogismo evidenciado por Bakhtin na primeira metade do século XX, para quem a língua é constituída, substancialmente, pela interação verbal, eis que surge a afirmação de que o discurso possuía dois níveis de heterogeneidade: um que podemos localizar na superfície do texto através de citações, intertextos marcados, etc., o que AuthierRévuz (1990) denominou de Heterogeneidade mostrada, sendo, portanto, de ordem textual, do domínio da textura do discurso; o outro aquele que não podemos recuperar na superfície do texto, podendo ser localizável por meio da memória discursiva, ou seja, o reconhecimento de que dada formação social e ideológica caracteriza alguns termos, expressões e predicções inseridas no texto, a esse tipo de heterogeneidade a autora intitulou de Heterogeneidade constitutiva e a entendeu como aquela basilar e fundante de toda prática discursiva” (MELO, 2015, p. 8).

[...] outros tipos de discurso passam a ser objeto de preocupação e análise dos pesquisadores, possibilitando assim que a AD revise sua teoria, deslocasse conceitos, pensasse em outros objetos além da língua, procurando interrogar os sentidos estabelecidos em diversas formas de produção, que podem ser verbais (enunciados orais e escritos) e não verbais (imagens como a fotografia e linguagem corporal como a dança), bastando que sua materialidade produza sentidos para interpretação (AMORIM, 2015, p. 18).

Sendo assim, compreende-se que, ao longo dos anos e das gerações, esse campo de conhecimento/pesquisa passou por muitas mudanças e continua como uma ceara fértil de transformações. Contudo, algumas premissas encontram constância e é a elas que recorreremos neste trabalho.

Por fim, após a análise calcada nas contribuições da AD, **Considerações finais: A incompletude de um gesto de finalização** é a seção na qual reunimos as informações e as compreensões emergidas da pesquisa, expondo as possíveis respostas às indagações inicialmente apresentadas. Nesse momento, reforçamos os/as trajetos/regularidades discursivos/discursivas identificados/identificadas nos materiais analisados, sendo os/as seguintes: concepção da EaD como um trampolim para o sucesso, explorada a partir da presença de celebridades e das histórias de superação de alunos (reais ou fictícios); compreensão da modalidade como a oportunidade financeira para acesso à educação superior, vinculada aos deslizes de sentidos sobre cursos a distância como um mercado altamente lucrativo para investidores; o mito da facilidade de se estudar a distância, que representa erroneamente a possibilidade de formação sem dedicação intensa, com atividades acadêmicas apenas nas horas livres e em concomitância com outras da rotina; e a da indicação da modalidade como a ponte para o espaço de privilegiados, qual seja, o da educação superior. Além disso, apontamos aspectos ainda não esclarecidos, para futuros desdobramentos, tanto na área educacional quanto no campo da comunicação.

## 2. DE ROQUETTE-PINTO ÀS BASES LEGAIS DA EAD: O PROCESSO DE INSERÇÃO DA MODALIDADE NAS POLÍTICAS PÚBLICAS BRASILEIRAS

Nesta seção, objetiva-se destacar marcos históricos e políticos que contribuíram para o desencadeamento do processo de reconhecimento da modalidade a distância no Brasil e sua contemplação por parte das políticas públicas nacionais. É importante destacar que a efetiva formalização da oferta de Educação a Distância (EaD) no país ocorreu a partir da última década do século XX, mais precisamente a partir da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN), ocorrida em 20 de dezembro de 1996. Por essa razão, este documento será aqui explorado, ao lado de ocorrências formais e legislações posteriores que compuseram/compõem as políticas públicas que tratam sobre a EaD.

Para tanto, nesta parte da dissertação, além do texto base da LDBEN, levamos em consideração documentos legais específicos, quais sejam: Decreto nº 2.494/98; Decreto nº 5.622/05; e Decreto nº 9.057/17. Tais referências são cruciais para a compreensão do desenvolvimento da EaD no cenário brasileiro e da inserção da modalidade no Sistema Educacional. Reconhecemos ser necessário neste momento, também, revisitar algumas das experiências formais e informais de ensino<sup>5</sup> a distância no país das quais se tem registro, pois foram o cerne das motivações políticas e ideológicas posteriores.

Ao final da seção, esperamos que estejam respondidos os seguintes questionamentos:

→ Quais as principais iniciativas de ensino a distância – antes da contemplação da modalidade pelas políticas públicas – de que se tem registros no Brasil?

→ De modo geral, como ocorre a formulação de uma política pública frente a uma necessidade social?

→ Quais acontecimentos históricos, econômicos e sociais influenciaram a elaboração de políticas públicas voltadas à Educação a Distância no Brasil?

---

<sup>5</sup> Adota-se, neste trabalho, o termo ensino a distância, no lugar de educação a distância, em duas situações: para indicar as iniciativas identificadas em momentos anteriores ao reconhecimento da modalidade no Brasil – tidas, então, como informais – e para apontar a prática do ato de ensinar.

→ Em termos de legislação, qual é o documento que, de forma primeira, aponta para o reconhecimento da EaD no Sistema Educacional Brasileiro e em que medida se dá tal prerrogativa?

→ Quais as mudanças percebidas nas edições dos diferentes decretos que regulamentam a EaD no Brasil e quais normativas ainda se encontram vigentes?

Esta seção está organizada, então, em quatro subseções: **Iniciativas de ensino a distância no Brasil até a década de 1990; Formação e formulação de políticas públicas: entre o real e os ideais; A década de 1990: Reforma do Estado e a influência nas políticas públicas educacionais; A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e a inclusão da EaD no Sistema Educacional Brasileiro; Regulamentando o Artigo 80 da LDBEN: Os Decretos 2.494/98, 5.622/05 e 9.057/17.** Com isso, procura oferecer os elementos principais a respeito das influências e das motivações para as discussões e a formalização da EaD no cenário brasileiro, bem como explicitar as condições históricas, sociais e políticas nas quais esse processo ocorreu.

## **2.1. Iniciativas de ensino a distância no Brasil até a década de 1990**

Entre desafios conceituais, estruturais e técnicos, a primeira transmissão da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, ocorrida no dia 1º de maio de 1923, sinalizou um dos pilares para a concepção de Educação a Distância existente atualmente no Brasil: a possibilidade/necessidade do uso das tecnologias da comunicação disponíveis para expandir o alcance de conteúdos de cunho educativo. Idealizada por Roquette-Pinto<sup>6</sup>, a iniciativa é tida como a referência inicial para a disseminação de práticas educativas não presenciais no Brasil.

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro procurou associar “dons artísticos” com “labor científico”, cuja finalidade era a de promover

---

<sup>6</sup>Edgard Roquette-Pinto nasceu em 1884 e morreu em 1954. Foi um educador, com formação e atuação, também, como médico legista, escritor, antropólogo, etnólogo e ensaísta. Seu nome é referência no campo da radiodifusão brasileira, já que é considerado o fundador da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923, defendendo a disseminação de conteúdos educativos (RANGEL, 2010).

a educação da alma nacional, fazendo o rádio educativo chegar aonde a escola inexistia (RANGEL, 2010, p. 96).

Rangel (2010) pontua que, para além das limitações técnicas do período, a Rádio Sociedade foi um divisor de águas, ao apontar, efetivamente, uma proposta de formação não limitada ao aspecto presencial. O rádio passou a posicionar-se como ferramenta importante para o preparo das mentes, e não apenas com a finalidade de repassar conteúdos isolados e fragmentados. Era a primeira vez que alguns desafios próprios do atraso econômico do país, com reflexos em áreas como a da Educação, passaram a ter respostas, contribuindo, por meio da tecnologia, para levar a educação formal aonde ela não chegava.

Roquette-Pinto avaliava, e tinha a seu discurso somadas forças, que o rádio passava a configurar-se como recurso importantíssimo para a democratização da educação (COSTA, 2004). O veículo, por seu potencial de alcance, era considerado por ele como a oportunidade de escolarização àqueles que até então não a haviam tido; era também a condição de comunicação com aqueles que não eram alfabetizados, num cenário em que o analfabetismo atingia índices altíssimos, passando de 65% da população com 15 anos ou mais. As iniciativas de Roquette-Pinto contribuíram para criar precedentes na busca por alternativas democráticas e expansivas ligadas à área educacional.

De acordo com Tavares (1997), merece atenção o fato de a iniciativa passar a servir a interesses públicos, uma vez que o rádio foi posto à disposição de projetos educacionais.

A Rádio Sociedade era uma instituição puramente educativa e, não querendo transformá-la num veículo comercial, Roquette-Pinto, mediante carta, resolveu doá-la ao Ministério da Educação. O então Ministro da Educação, Gustavo Capanema, em nome do Presidente Getúlio Vargas, agradeceu e informou que a Emissora e seu competente canal seriam incorporados ao DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda. Em vista disso, o professor Roquette-Pinto escreveu outra carta ao Dr. Capanema, explicando que a rádio não estava sendo entregue ao Governo Brasileiro, mas sim à Educação do Brasil (TAVARES, 1997, p.5-6).

A ideia de uma formação instrucional que alcançasse a todos e que não ficasse restrita aos muros escolares ganhou notoriedade e aprovação popular e, a

essa iniciativa, outros veículos passaram a somar forças, como jornais, livros e revistas. Contudo, o veículo rádio continuou a ser a referência, nesse primeiro momento, porque, à época, os recursos dessa tecnologia permitiam um maior alcance de público, na comparação com o dos demais veículos.

Apesar do reconhecimento em larga escala da importância da radiodifusão para o desenvolvimento da EaD, não se pode afirmar que, antes do surgimento do rádio no Brasil, outras iniciativas de ensino não dependentes do aspecto presencial inexistiam. Um dos únicos consensos que se tem a esse respeito é o de que não há muitos registros antigos que explorem a história da modalidade – mesmo que de modo informal. Todavia, alguns autores chegam a pontuar que é equívoco considerar esse veículo como o primeiro pilar da EaD no cenário brasileiro, já que, antes disso, outras iniciativas foram observadas, mesmo em dimensões menores.

Alves (2001) salienta que há alguns registros que apontam iniciativas isoladas de ensino a distância já no final do século XIX. Tais experiências, ao que parecem, permeavam os materiais impressos, utilizando-se dos jornais para divulgação. Segundo o autor,

[...] o Jornal do Brasil, que iniciou suas atividades em 1891, registra na primeira edição da seção de classificados, anúncio oferecendo profissionalização por correspondência (datilógrafo), o que faz com que se afirme que já se buscavam alternativas para a melhoria da educação brasileira, e coloca dúvidas sobre o verdadeiro momento inicial da EAD (ALVES, 2001, p. 2).

Segundo Oliveira (2018), a imprecisão em relação à origem da EaD no Brasil é fruto da ausência da reunião de informações sistematizadas sobre a temática.

Acredita-se que a falta de consenso entre os pesquisadores se dá por considerarem, nessas ofertas, uma forma muito dispersa e sem fontes seguras para verificarem o alcance desses cursos em relação ao número de participantes, ou, ainda, por não ser possível constatar os objetivos, conteúdos e metodologias desses cursos (OLIVEIRA, 2018, p. 53).

Independentemente disso, o certo é que, aos poucos, a EaD no Brasil foi, por diferentes vieses, ganhando espaço no cenário nacional, com influência,

também, do que ocorria no mundo em relação ao reconhecimento das possibilidades de ações ligadas à modalidade. Nesse momento, já existiam iniciativas consolidadas e formalizadas em várias partes do mundo. Na Suécia, por exemplo, ainda em 1829, foi inaugurado o Instituto *Liber Hermondes*, que permitiu a formação de mais de 150 mil pessoas por meio do ensino a distância. Em 1840, no Reino Unido, foi criada a primeira escola por correspondência da Europa, na Faculdade *Sir Isaac Pitman*. Em 1892, em Chicago, nos Estados Unidos, foi criada a Divisão de Ensino por Correspondência, voltada à capacitação de professores (ALVES, 2010).

Traçar esse paralelo é importante, na medida em que contribui para a compreensão da tendência frente à qual todos estavam postos: a superação dos limites impostos pela formação presencial, alcançando cada vez mais pessoas. Por essa razão, multiplicar-se-iam, a partir de então, as experiências de ensino a distância no país, até mais tarde a modalidade ser, enfim, contemplada pelas políticas públicas nacionais.

Ainda em relação às características do veículo rádio, encontra-se, como registro, a instalação da Rádio-Escola Municipal no Rio de Janeiro, em 1934, pela iniciativa, também, de Roquette-Pinto. O projeto era ligado à Secretaria Municipal de Educação do Distrito Federal, sendo que, por meio dele, os estudantes acessavam, de forma prévia, materiais pedagógicos, como folhetos e esquemas de aulas. O contato era feito por meio de correspondências (MAIA & MATTAR, 2007).

Na mesma década de 1930, mais precisamente em 1939, surge, em São Paulo, o Instituto Monitor, possivelmente a primeira organização a promover cursos profissionalizantes por correspondência no país. Com o mesmo propósito, em 1941, nasce o Instituto Universal Brasileiro – que atuou na formação de milhares de pessoas e mantém atividades até os dias atuais – e a Universidade do Ar, que teve as atividades encerradas no final da Segunda Guerra Mundial, em 1944. Em 1947, a Universidade do Ar renasce, com patrocínio do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), com o objetivo de ofertar cursos comerciais radiofônicos. Dessa feita, as atividades se arrastaram até 1967, mas o Senac ainda continua na ativa (MARCONCINI, 2010).

Vários projetos paralelos, explorando o ensino por meio de recursos que superassem as limitações impostas pelo aspecto presencial, são observados em todo o país. Além daqueles considerados genuinamente nacionais, há destaque para os oriundos de outros países e cujos mentores enxergavam no Brasil a possibilidade de desenvolvimento exponencial da modalidade de Educação a Distância. Um exemplo disso é a Ocidental School, instalada em São Paulo na década de 1960, que, de origem americana, concentrava suas atividades no campo da eletrônica (ALVES, 2010).

Na década de 1970, as iniciativas de ensino a distância alcançavam a TV, veículo que, aos poucos, começava a se popularizar e, além do alcance em massa, oferecia a possibilidade de ensinamentos não só por áudio, mas também por vídeo. Uma das experiências desse momento que podem ser citadas é a criação do Sistema Nacional de Teleducação, que ofertava cursos com base em materiais instrucionais (ALVES, 2010).

No campo da educação superior, merecem destaque dois acontecimentos importantes da história da EaD no Brasil: A criação de cursos veiculados por jornais e revistas, pela Universidade de Brasília, em 1979, e a criação da Universidade Aberta de Brasília, em 1992. Digno de destaque, em 1991, o “Jornal da Educação – Edição do Professor” passa a integrar a TV aberta, sob o nome “Um Salto para o Futuro”, sendo referência entre as propostas de formação continuada (ALVES, 2010).

Há que se destacar que o final do século XX foi marcado pelo início da expansão do uso de recursos tecnológicos na comunicação com base na internet. Nesse contexto, assumem posição central as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), consideradas cruciais para a formalização e a efetivação da EaD.

No fim da década de 90, o poder de comunicação da Internet, aliado ao progresso em telecomunicações e computação, desencadeou uma grande mudança tecnológica. Nesse novo sistema, a força da computação é distribuída numa rede montada ao redor de servidores da web que usam os mesmos protocolos da Internet. O aumento assombroso da capacidade de transmissão com a tecnologia de comunicação em banda larga alavancou a possibilidade de uso da Internet e das tecnologias de comunicação semelhantes a esta, já que se tornou possível transmitir, além de dados, voz, e isso revolucionou as

telecomunicações e sua respectiva indústria (PEREIRA & SILVA, 2010, p. 151).

Na década de 1990, o Brasil já contava, então, com várias iniciativas, isoladas e/ou integradas, de ensino a distância, motivadas por aspectos históricos, sociais e econômicos do próprio país, além da influência de organizações, órgãos e organismos internacionais. Contudo, a modalidade ainda não integrava os textos legais da educação nacional. Era preciso, mais do que nunca, colocar em pauta o ensino a distância na formulação de políticas públicas.

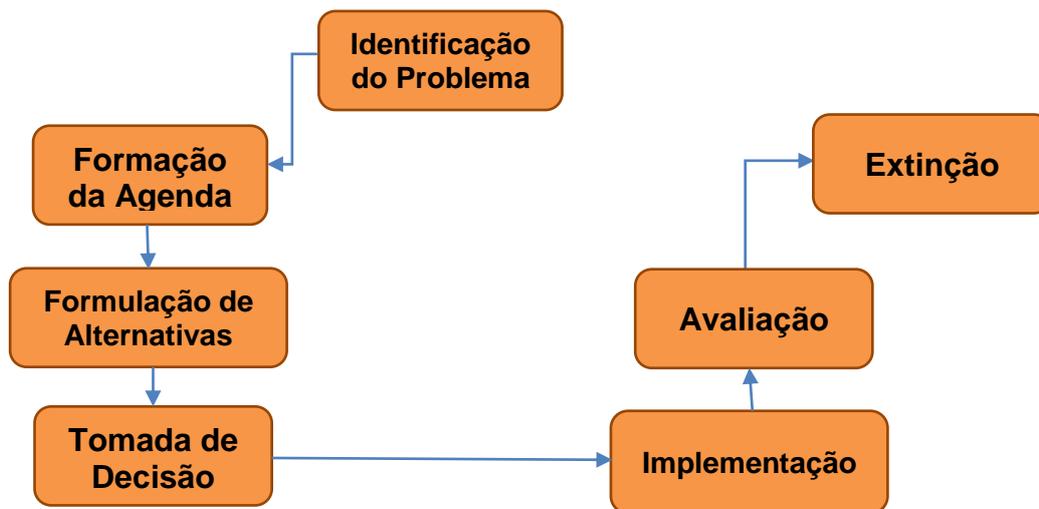
## **2.2. Formação e formulação de políticas públicas: entre o real e os ideais**

Por que revisitar as iniciativas preliminares, até mesmo informais, de ensino a distância? Porque a formulação de políticas públicas – independentemente da natureza do tema do qual tratem – está diretamente ligada às condições sociais e culturais de um povo. São esses instrumentos, traduzidos em leis, normas, regulamentos e outros documentos legais, que visam propor soluções a problemas identificados na sociedade.

Existem inúmeras maneiras de se analisar a elaboração e a implementação de tais instrumentos. Apesar de não estar aqui proposta uma análise específica do ciclo de políticas, e, portanto, não se visa ao aprofundamento nessa área, consideramos importante, em uma pesquisa como esta, compreender, de maneira geral, o processo pelo qual a formulação e a aplicação de uma determinada política pública passa.

Recorrendo a Secchi (2013), compreende-se que esse processo é composto por, pelo menos, sete etapas, que vão desde a identificação do problema e dos objetivos, aos quais determinada política está proposta, até seus efeitos e resultados no meio social. Os estágios estão interligados, conferindo motivações e sentidos aos documentos, conforme se observa a seguir:

**Figura 1: Ciclo de Políticas Públicas – SECCHI**



Fonte: SECCHI (2013), adaptado pelo autor.

Secchi (2013) afirma que a motivação para a formulação de uma política pública é/deve ser sempre a Identificação de um Problema. Mas, afinal, como definir o que é problema público? Este pode ser compreendido como a distância entre uma determinada situação real e uma condição considerada ideal (e possível de ser alcançada). Em outras palavras, "Um problema existe quando o *status quo* é considerado inadequado e quando existe a expectativa do alcance de uma situação melhor" (SECCHI, 2013, p. 7). Relacionando esta etapa com a trajetória da EaD, compreendemos que essa problemática não permanece estável, mas sobre modificações. Quando das primeiras iniciativas de ensino a distância das quais se tem registro em nosso país, os problemas estavam relacionados ao grande número de pessoas sem acesso à educação (o que influenciava no alto índice de analfabetismo) e, também, a falta de preparo para o mercado de trabalho.

A etapa seguinte consiste na Formação da Agenda. É nesse momento que o problema ganha proporções e justificativas públicas. Além de pautar discussões para a consolidação de alternativas, ganha programação, passando a integrar as diretrizes para a busca do ideal. É comum, nessa etapa, o problema passar a integrar documentos que expressem e justifiquem a sua pertinência, como programas de governo, a reserva e/ou destinação de orçamentos ou qualquer outra iniciativa que conduza à exploração da temática. Aqui, assumem papel de

destaque os órgãos e organismos nacionais e internacionais, bem como as forças políticas que representam o país. No caso da EaD, a influência se deu por parte de iniciativa local, mas com influência de recomendações exteriores, como, por exemplo, as do Banco Mundial (BM).

Pautado e agendado o problema, por meio de justificativas com relevância pública, observa-se então a etapa de Formulação de Alternativas, por meio da qual, com base em diferentes referências, procura-se indicar soluções às inquietações até então observadas. Esse momento pode ser compreendido como o da formulação da política pública. É aqui que será explorado e apresentado o diagnóstico, as justificativas, os objetivos e os caminhos para a superação dos desafios. Essa etapa terá impacto direto na decisão dos próximos caminhos a seguir.

A partir da Formulação de Alternativas, com base no diagnóstico, nos resultados que se pretende alcançar e nas condições postas, é que ocorre, então, o momento da Tomada de Decisões. A contemplação da EaD em textos legais, por exemplo, com o intuito de regulamentar a modalidade, a partir da última década do século XX, pode ser usada para a compreensão dessa etapa. A observância indispensável dessa etapa ocorre porque, perante uma determinada situação ou um problema, várias possibilidades se levantam e precisam ser filtradas. As escolhas dessa etapa estão ligadas a inúmeros aspectos, entre eles os contextos sociais, culturais e históricos, bem como as condições para determinadas atitudes. O objetivo é definir, a partir de tais circunstâncias, as medidas mais adequadas e viáveis para o enfrentamento do problema identificado anteriormente.

É na fase da Implementação que a política pública proposta para dar respostas aos problemas elencados anteriormente é colocada, de fato, em prática. De acordo com Secchi (2013), é intrínseca, a esse momento, a ação de avaliar as condições para que esta se efetive. Isso quer dizer que, para implementar uma determinada ação – ou uma série de iniciativas interligadas –, não se pode furtar-se da realização de um estudo que permita “visualizar, por meio de instrumentos analíticos mais estruturados, os obstáculos e as falhas que costumam acometer essa fase do processo nas diversas áreas de política

pública” (SECCHI, 2013, p. 45). Aqui, pode ser necessário reconsiderar as etapas anteriores, a fim de identificar falhas, rupturas e/ou incoerências.

O autor considera que existem várias formas de implementar uma política pública. Recorrendo a Sabatier (1986), cita dois modelos de efetivação dessa etapa. O primeiro, chamado de *top-down*, exprime a ideia de uma separação bem clara entre o momento da Tomada de Decisões e o da Implementação; ou seja, aponta para a clara distinção entre os limites políticos e os administrativo-burocráticos. Já o segundo modelo, denominado *bottom-up*, confere mais liberdade aos atores e burocratas para a definição e organização da implementação (SECCHI, 2013).

Considerando tal ciclo, compreende-se que o objeto de estudo deste trabalho, que será explorado na última seção, está presente no contexto da implementação. Os recursos publicitários são aliados na conquista por novos alunos, sem os quais as políticas públicas de expansão da EaD não se concretizam.

A penúltima fase do ciclo proposto por Secchi é a Avaliação. Uma vez implementada, a política pública precisa ser avaliada, em relação aos seus efeitos e à sua eficácia, com base na resolução dos problemas inicialmente apontados como carentes de respostas e superações. O momento pode ser definido como “o processo de julgamentos deliberados sobre a validade de propostas para a ação pública, bem como, sobre o sucesso ou a falha de projetos que foram colocados em prática” (SECCHI, 2013, p. 49).

A última etapa, como se viu, consiste na Extinção, que pode ocorrer, de acordo com Sechhi (2013), por pelo menos uma entre três razões distintas: o problema originador do processo foi resolvido; as ações, políticas e leis propostas para resolver o problema são avaliadas como ineficientes/ineficazes; ou apenas porque, apesar da pertinência das ações sobre o tema, o problema originador de todo o processo perde a importância.

Como é possível perceber, todas as etapas que compõem o processo de formulação e aplicação de uma política pública recebem influências de ordens social, cultural, legal, burocrática, administrativa, entre outras. Ao definir o que são políticas públicas, Pedone (1986, p. 10) aponta para a representação do “nexo entre a teoria e a ação do Estado” e pontua que, de modo geral, podem ser

entendidas como “o que os governos fazem, por que o fazem e que diferença faz a ação governamental para a sociedade e seus problemas” (PEDONE, 1986, p. 7).

Ainda com base em Pedone (1986), pode-se compreender que as políticas públicas funcionam como elemento vivo, dinâmico e jamais estático. Segundo o autor, elas não se desenvolvem no vácuo, mas, antes, relacionam-se a diferentes aspectos que as justifiquem, incluindo os valores sociais e institucionais. Dessa forma, para que entre no agendamento, extrapolando o campo privado e atingindo os interesses público e popular, uma política pública precisa ser comprovadamente relevante e, mais do que isso, viável em um determinado tipo de organização social. Pode ser por resposta a determinada crise; interesses políticos (e, por vezes, partidários); sucessão de acontecimentos que levem à necessidade de se explorar um determinado tema; previsão e prevenção a determinados problemas (pró-atividade); entre outros sentidos.

Tudo isso influencia na formação e formulação de uma política pública, de modo que, mesmo que um problema seja identificado como pertinente e sua discussão como relevante, a temática pode se perder no processo, por várias razões possíveis. É o caso da discussão ao entorno da sexualidade, que, por encontrar resistências políticas e ser cercada de tabus, acaba por ser postergada, evitando-se, assim, o embate (PEDONE, 1986).

É importante salientar ainda que, além das influências e condições internas de uma sociedade/comunidade, a formação e formulação de políticas públicas sofrem influências que extrapolam o território nacional. Analisando esse processo no campo da educação, Libâneo (2016) o define como internacionalização das políticas educacionais.

A internacionalização das políticas educacionais é um movimento inserido no contexto da globalização, em que agências internacionais multilaterais de tipos monetário, comercial, financeiro e creditício formulam recomendações sobre políticas públicas para países emergentes ou em desenvolvimento. Essas recomendações incluem formas de regulação das políticas em decorrência de acordos de cooperação, principalmente nas áreas da saúde e da educação (LIBÂNEO, 2016, p. 42).

Esse pensar é importante para que não se perca de vista que as políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da EaD no Brasil fundam-se em diversos fatores: aqueles práticos, de cunhos histórico, cultural e social, e os que representam a regulação a interesses nacionais e internacionais, que podem abarcar aspectos econômicos, partidários e políticos.

### **2.3. A década de 1990: Reforma do Estado e a influência nas políticas públicas educacionais**

A década de 1990, ao mesmo tempo em que encerrava o século XX, deu início à Reforma do Estado<sup>7</sup>, estando na agenda dos países latino-americanos, incluindo o Brasil. Tal movimento guiou-se com base nos ideais neoliberais<sup>8</sup>, ou seja, numa referência clara ao liberalismo econômico e com tendência a diminuir significativamente o papel protecionista assumido até então pelo Estado e incentivar a livre concorrência.

De acordo com Bresser Pereira (1999), antes da Reforma que teve início na década de 1990, o Brasil experimentara, ao menos, duas outras tentativas de reformulações administrativas. A primeira foi conhecida durante o primeiro governo de Getúlio Vargas (1930-1945), que buscou substituir a administração considerada patrimonial – marcada pela falta de delimitação entre as propriedades públicas e privadas – pela burocrática, na qual defendia-se a clara distinção entre o público e o privado, o político e o administrador público. A segunda é do ano de 1967, quando se verificou que aspectos da administração burocrática figuravam como entraves ao desenvolvimento econômico. Essa foi chamada de Reforma Desenvolvimentista e teve o objetivo de inserir flexibilização e certas formas de descentralização, com vistas à abertura ao desenvolvimento do país.

---

<sup>7</sup> O termo se refere, de modo geral, às reformulações propostas para a estabilização do país – principalmente econômica. No Brasil, a Reforma do Estado pode ser entendida como a resposta à crise que se instalou após o esgotamento do modelo de administração proposto no pós-guerra. As discussões para sua efetivação no país datam desde a década de 1980, porém, é a partir de 1990 que passa a ser implantada (CARINHATO, 2008).

<sup>8</sup> “A ideologia neoliberal contemporânea é, fundamentalmente, um liberalismo econômico, que exalta o mercado, a concorrência e a liberdade de iniciativa privada, rejeitando veemente a intervenção estatal na economia” (CARINHATO, 2008, p. 38).

Fadadas ao fracasso, ou pelo menos à ineficiência, nem sempre essas duas primeiras tentativas de reformas são consideradas. É a partir da década de 1980, e mais veementemente 1990, que a discussão sobre a urgente necessidade de reformular a administração pública ganhou força e, sobretudo, apoio e condições para ser aplicada (BRESSER PEREIRA, 1999). Esse momento era especialmente oportuno para a implementação das mudanças, pois ocorria no Brasil o que se encontrava em diversas partes do mundo: a crise generalizada comprometendo diferentes áreas, em especial a econômica.

É nessas circunstâncias que as orientações dos organismos internacionais ganham força, pois geram a expectativa de superação dos problemas observados. No campo econômico, entre os principais entraves observados entre 1980 e 1990, podem ser citados o alto índice de desemprego; a desregulação com o desenvolvimento do fenômeno da globalização; a estagnação do poder de compra e a acentuada instabilidade inflacionária (CARINHATO, 2008).

Em 1989 já se percebe o anseio popular por mudanças drásticas no Brasil. A descrença na administração pública se acentuava, principalmente por conta do insucesso da gestão de José Sarney<sup>9</sup>, no controle dos problemas sociais instalados. Nesse cenário, a população vai às urnas para eleger Fernando Collor de Mello<sup>10</sup>, num clima de descrença com a administração pública, mas convencida das propostas do Plano Brasil Novo, assinado por ele. Além de não conseguir combater a alta da inflação, o desemprego e tantos outros problemas aos quais se dispôs, Collor, que, além do fracasso administrativo frente aos problemas, teve seu nome envolvido em casos de corrupção, sofre impeachment e deixa o cargo em 1992. No seu lugar, assume Itamar Franco, então vice-presidente, permanecendo no cargo até o fim do mandato, em 1995 (MENDONÇA, 2016).

Apesar de inconcluso, o mandato de Collor representou, no Brasil, o início da Reforma do Estado. Entre suas defesas, encontrava-se a de reordenar o papel do Estado, à luz dos ideais neoliberais que ganhavam espaço em diversas partes do mundo. Apesar disso, somente em 1994, quando Fernando Henrique

---

<sup>9</sup> José Sarney de Araújo Costa foi o 31º presidente do país (1985-90). Era vice de Tancredo Neves, que morreu antes mesmo de tomar posse.

<sup>10</sup> Collor foi o 32º presidente do Brasil, o mais jovem a assumir o cargo, que assumiu em 1990, mas não concluiu seu mandato, por conta de um processo de impeachment, que o depôs em 1992.

Cardoso<sup>11</sup> foi eleito, é que se pode afirmar que o neoliberalismo se instala, efetivamente, no país (CARINHATO,2008).

É recorrer a erro, porém, considerar todos esses acontecimentos no Brasil de forma desvinculada do que o que acontecia no mundo. Mendonça (2016) esclarece que o processo de eleição de Fernando Henrique Cardoso, por exemplo, “foi viabilizado a fim de que o Brasil pudesse ser capaz de sustentar a permanência dos programas de estabilização do Fundo Monetário Internacional (FMI), assim como tornar efetivas as reformas implementadas pelo Banco Mundial” (MENDONÇA, 2016, p. 21). Nessa perspectiva, o Plano Real compunha uma série de orientações emanadas de órgãos e organismos internacionais e direcionadas a países subdesenvolvidos da América Latina. A inflação nessas localidades chegava a 50% por mês e despertava preocupação, ao mesmo tempo em que cobrava respostas urgentes, como as que foram elaboradas no Consenso de Washington<sup>12</sup>.

De acordo com Loureiro (2010), o Banco Mundial traçou uma estratégia de aproximação a países da América Latina, do Leste Europeu, da África e da Ásia. No discurso, o órgão guia-se pelo fenômeno da globalização e convence a administração dessas localidades a seguir uma série de orientações, a fim de se ajustarem à lógica mundial.

Recomendações que também refletem a lógica de privatização de serviços públicos, liberalização financeira, abertura comercial e equilíbrio do orçamento, principalmente por meio de corte nos gastos públicos. Nesse sentido, o BM passa a representar importante peça no processo de resposta do capital à sua crise, tanto ajustando as estruturas macroeconômicas dos países membros quanto inserindo novas prioridades e referências no cotidiano das populações assistidas (LOUREIRO, 2010, p. 17).

---

<sup>11</sup> Foi o 34º presidente do Brasil. Anteriormente ministro da Fazenda e responsável pelo Plano Real, colheu frutos pela regulação e pelo controle da inflação em cenário nacional.

<sup>12</sup> “O Consenso de Washington, formulado em novembro de 1989, formou-se a partir da crise do consenso keynesiano e da correspondente crise da teoria do desenvolvimento econômico elaborado nos anos 1940 e 1950. Constitui um conjunto de medidas planejadas por instituições financeiras de Washington D.C. com base em um texto do economista Jhon Williamson. O Consenso de Washington se tornou a política do Fundo Monetário Internacional – FMI, no ano de 1990, momento em que passou a ser aplicado nos países que enfrentavam dificuldades financeiras, a fim de promover o ajuste econômico” (MENDONÇA, 2016, p. 22).

Como era de se esperar, tais orientações acabaram por influenciar e ditar regras ao desenvolvimento do Brasil, o qual se comprometeu ao cumprimento de metas estipuladas, sob a garantia de apoio para a superação da crise instalada. As influências, por conseguinte, alcançaram o campo da Educação, considerado fundamental instrumento para o desenvolvimento de um país. Nas palavras do documento do Banco Mundial, “*La educación es crucial para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza*”<sup>13</sup> (BANCO MUNDIAL, 1996, p. 1).

Importa deixar claro que não é objetivo deste trabalho analisar detalhadamente as orientações emanadas dos documentos elaborados pelos órgãos e organismos internacionais. Todavia, é preciso recorrer às principais orientações voltadas à área educacional, para que se compreenda como elas influenciaram as mudanças observadas a partir da última década do século XX e nas primeiras do século XXI. Entre tais mudanças, destacam-se aquelas que contribuíram para fomentar a formalização e a crescente oferta de cursos da modalidade a distância.

A formalização e o reconhecimento da EaD no Brasil têm relações diretas com as recomendações dos organismos internacionais para a educação superior. Considerando o cenário de instabilidade econômica e política que o Brasil, ao lado dos demais países em situação de desenvolvimento, enfrentava no final do século XX, as orientações ocorreram no sentido de aumentar, de maneira acelerada, a inserção dos brasileiros no último nível do Sistema Educacional Brasileiro. As discussões a esse respeito começaram a emergir desde a década de 1970, mas foi a partir de 1990 que as indicações práticas e reais encontraram respaldo e legitimidade, ao lado das reformas implementadas politicamente:

A primeira das propostas estratégicas trata sobre a diversificação das instituições do ensino superior, sob a implicação do desenvolvimento das várias instituições universitárias. A flexibilização das fontes de financiamento das universidades públicas é exposta como segunda estratégia, a partir de três pontos que são: a mobilização de mais fundos privados para o ensino superior; o apoio aos estudantes carentes qualificados; e o maior controle dos recursos fiscais entre e dentro das instituições (BANCO MUNDIAL, 1995). A terceira estratégia redefine as funções do Estado tornando-o agente facilitador que possibilite a

---

<sup>13</sup> “A educação é crucial para o crescimento econômico e a redução da pobreza” (traduzido pelo autor).

implantação das diretrizes privatizantes da educação. A “qualificação” do ensino superior é a quarta estratégia a ser alcançada a partir do atendimento eficaz aos setores privados (NASCIMENTO; BRITO; LOPES, 2005, p. 3).

Dessa forma, a tendência era incentivar a aceleração da oferta e do ingresso na educação superior – que deveria servir aos interesses da iniciativa privada, de forma a promover capacitação profissional de acordo com a realidade existente –, sob o discurso da democratização do acesso, mas com flexibilização quanto às formas de financiamento desse nível de ensino, com menor participação do Estado (aspecto defendido pelo neoliberalismo) e o suporte para o desenvolvimento de instituições particulares. É, portanto, nessas circunstâncias que as discussões e legislações brasileiras acerca do assunto foram construídas, resultando em mudanças significativas na área educacional. A EaD, nesse contexto, se apresenta como um dos vieses pelos quais tais recomendações passaram a ser cumpridas.

#### **2.4. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e a inclusão da EaD no Sistema Educacional Brasileiro**

Em meio a esse cenário de discussões e reformulações políticas na área da educação, na segunda metade da década de 1990, mais precisamente em 20 de dezembro de 1996, foi promulgada a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, conhecida entre educadores e pesquisadores da área educacional como LDBEN<sup>14</sup> ou mesmo LDB. A referida lei trouxe importantes mudanças no Sistema Educacional Brasileiro, entre elas a contemplação e o reconhecimento da modalidade EaD na educação superior. Era a primeira vez que uma legislação nacional tratava sobre o tema.

De acordo com Costa (2010), é recorrendo-se ao texto base da LDBEN que se pode compreender o início da formalização da EaD no Brasil e acompanhar o seu desenvolvimento no território nacional.

---

<sup>14</sup> Neste trabalho, optamos pela sigla LDBEN, por se entender que a sigla LDB não faz menção direta à área educacional.

Nesse âmbito, com a Lei nº 9.394/96 (BRASIL, 1996a), a EAD deixa de ter um caráter emergencial e supletivo, adquirindo reconhecimento legal em uma série de documentos que procuram definir critérios e normas para a criação de cursos e programas de EAD pelas instituições de ensino (COSTA, 2010, p. 39).

A referência à modalidade pode ser encontrada já no § 4º do Art. 32, quando expressa que, apesar do reconhecimento da EaD, no caso do Ensino Fundamental – tido à época como a etapa obrigatória –, deveria prevalecer a modalidade presencial, salvo em casos emergenciais e como complementação das aprendizagens. Nesse momento, observa-se a compreensão de que a EaD deveria ser voltada a pessoas mais velhas e com mais maturidade social e educacional (BRASIL, 1996).

No tocante ao Ensino Médio, encontramos a referência à EaD no § 11 do Artigo 36, em uma redação que foi incluída recentemente, em 16 de fevereiro de 2017 – acompanhando a proposta de reforma da etapa. O texto aponta que, para que as previsões curriculares sejam cumpridas, é facultativo firmar parcerias com instituições de ensino a distância, mediante algumas exigências, quais sejam:

- I - demonstração prática;
- II - experiência de trabalho supervisionado ou outra experiência adquirida fora do ambiente escolar;
- III - atividades de educação técnica oferecidas em outras instituições de ensino credenciadas;
- IV - cursos oferecidos por centros ou programas ocupacionais;
- V – estudos realizados em instituições de ensino nacionais ou estrangeiras;
- VI - cursos realizados por meio de educação a distância ou educação presencial mediada por tecnologias (BRASIL, 1996, Art. 36, § 11).

No Art. 62, a LDBEN trata sobre a formação de professores, contemplando, por meio da Lei nº 12.056 de 2009, a modalidade de Educação a Distância. Ali, a legislação aponta para a possibilidade de se ofertar formação continuada e capacitação aos profissionais da Educação por meio de recursos e tecnologias da EaD. Contudo, a redação destaca que a formação inicial deve ocorrer, preferencialmente, por meio da modalidade presencial, sendo na modalidade a distância apenas de forma subsidiária (BRASIL, 1996).

No Art. 80, a LDBEN assegura que as iniciativas de EaD, em todos os níveis e etapas da Educação Escolar, devem ser promovidas e incentivadas pelo Poder Público. Estabelece, ainda, que caberia à União regulamentar a oferta de cursos da educação superior nessa modalidade, no tocante a credenciamento de instituições; realização de exames; registro e emissão de diplomas; produção; controle; e avaliação. O texto da referida Lei expõe, também, que a modalidade deveria receber tratamento diferenciado, incluindo espaços especiais, com condições e preços diferentes, nas produções midiáticas em território nacional (BRASIL, 1996). Todas as regulamentações deveriam ser elaboradas posteriormente; ou seja, a partir daí, a LDBEN assegura as condições que faltavam para a formalização da modalidade no Brasil.

No Art. 87, § 3º, a Lei base da Educação Nacional faz menção novamente à EaD, reforçando que esta é uma das possibilidades de oferta de cursos a jovens e adultos que não tiveram acesso ou continuidade de estudos em idade considerada própria (BRASIL, 1996).

Um avanço sem precedentes, para o reconhecimento da EaD, foi criado, então, a partir da LDBEN. Com base na legislação, observa-se a possibilidade do desenvolvimento da modalidade em todos os níveis e etapas de ensino. Ainda que, inegavelmente, de maneira tímida, quando da sua edição inicial, a publicação da referida Lei foi um divisor de águas, ao passo que representou a abertura legal e política para a efetiva instalação da modalidade no Sistema Educacional Brasileiro. A partir de então, normativas específicas deveriam ser elaboradas.

## **2.5. Regulamentando o Artigo 80 da LDBEN: Os Decretos 2.494/98, 5.622/05 e 9.057/17**

Com a promulgação da LDBEN, foi necessária a regulamentação da EaD no Brasil, no tocante a instituições, oferta e credenciamento de cursos, emissão de diplomas e certificados, entre outros aspectos, de modo a garantir a cobertura e a contemplação, principalmente, do Artigo 80:

Tendo sido relegada por décadas a uma situação de informalidade, e voltada para os chamados “cursos livres”, a partir de 1996, com a LDB, o Estado passa a dar o suporte legal à Educação a Distância; contudo, para que não houvesse discriminação quanto à formação presencial e a distância, o Artigo 80 da LDB necessitava de regulamentação (COSTA, 2010, p. 38).

O primeiro documento a promover tal regulamentação foi o Decreto nº 2.494/98, sancionado em 10 de fevereiro de 1998. Da leitura do referido decreto, depreende-se que, naquele momento, o texto legal apontava para uma compreensão ainda limitada a respeito da EaD. O Art. 1º definia a modalidade como “uma forma de ensino que possibilita a auto-aprendizagem, com a mediação de recursos midiáticos sistematicamente organizados [...]” (BRASIL, 1998, Art. 1º).

Merece destaque, ainda, o fato de o referido documento assegurar um regime especial de organização, com previsão de flexibilidade quanto a matrícula, horários e duração dos cursos (BRASIL, 1998, Art. 1º, Parágrafo único). A partir do decreto, os cursos poderiam ser ofertados por instituições públicas e privadas com atuação no ensino médio, na educação profissional, na graduação ou ainda no ensino fundamental, na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (EJA). No caso de mestrado e doutorado, a legislação já previa a possibilidade de oferta de cursos, mas o seu texto estabelece que seria necessária uma regulamentação específica. Em todos os casos, o credenciamento das instituições teria validade de cinco anos, devendo ser exigida, a todo tempo, a aferição da qualidade do ensino (BRASIL, 1998, Art. 2º).

O Artigo 4º do referido decreto coloca em condições de igualdade as modalidades presencial e a distância na educação superior, ao garantir as possibilidades de transferência e de aproveitamento de créditos de uma pela outra, sem prejuízo à formação do cidadão. O Artigo 7º aponta para a avaliação do rendimento dos alunos, condicionando-a a exames presenciais (BRASIL, 1998).

Em 19 de dezembro de 2005, foi sancionado o Decreto nº 5.622/05, o segundo proposto a regulamentar o Artigo 80 da LDBEN, que revogou o Decreto nº 2.494/98, com vigência até então. Uma das principais mudanças percebidas nesse decreto está na definição da EaD. Se no decreto anterior era tida como

processo de auto-aprendizagem, nesse momento a definição deixa clara a existência da figura do professor para a consolidação da aprendizagem.

Para fins deste Decreto, caracteriza-se educação a distância como modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com professores e estudantes desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos (BRASIL, 1998, Art. 1º).

Além disso, o texto é ainda mais incisivo quanto à necessidade de momentos de encontros presenciais, para avaliação, realização de estágios obrigatórios, defesa de trabalhos de conclusão de curso e atividades ligadas a laboratórios (BRASIL, 2005, Art. 1º, § 1º). Há o destaque para a possibilidade da oferta da EaD ligada a todos os níveis, etapas e modalidades de ensino previstos na LDBEN. Contudo, no caso do ensino fundamental e do ensino médio, de acordo com o documento, essa atuação só seria aceita em casos específicos, para complementação da atividade escolar e em situações emergenciais (BRASIL, 2005, Art. 30).

As condições de igualdade para possibilidades de transferência e consideração de créditos continuaram iguais. Porém, nesse decreto havia a determinação clara sobre a necessidade de duração idêntica entre os cursos das modalidades presencial e EaD (BRASIL, 1998, Art. 3º, § 1º). Além disso, mais do que a aprovação em exames presenciais – que precisariam ter peso maior que os realizados a distância –, a promoção do aluno deveria depender do cumprimento das demais atividades programadas, com base nos recursos disponíveis. (BRASIL, 1998, Art. 4º).

Outra novidade percebida no texto do referido decreto consta do Parágrafo único do seu Art. 7º, que aponta que os atos do Poder Público, no tocante à Educação a Distância, deveriam ser pautados pelos Referenciais de Qualidade dessa modalidade. Uma exigência implantada a partir do decreto e que significou avanço destacável na expansão de cursos da modalidade é a determinação de organização de sistemas de informação abertos ao público. Tais canais deveriam apontar detalhes sobre credenciamento de instituições e suas avaliações (BRASIL, 1998, Art. 8º).

Entre os Artigos 9º e 17, o Decreto 5.622/05 passa a indicar, de maneira mais detalhada, as exigências para o credenciamento de instituições para a oferta de cursos na modalidade a distância. Ao mesmo tempo em que explicita condições indispensáveis para se ofertar cursos em tais condições – pautando-se em princípios importantes, como qualidade, equidade, condições de recursos materiais, financeiros e humanos, entre outros –, o documento abre precedente jamais visto, que sinaliza para a necessidade do favorecimento da expansão da modalidade a distância, desde que respeitadas as exigências legais. Além disso, de acordo com o decreto, quanto mais complexo o nível ou a etapa de ensino, mais capacidade a instituição deveria comprovar, para ter seu funcionamento credenciado.

O incentivo à oferta de cursos a distância pode ser percebido no Artigo 20, no qual está exposto que as instituições que detinham prerrogativa de autonomia universitária e que já estavam credenciadas para a oferta da educação superior a distância poderiam criar, organizar e extinguir cursos e programas. Apenas precisariam de autorização, a cada ação como essas, as instituições credenciadas que não possuíam tal prerrogativa. Esse destaque se faz importante, porque, ao mesmo tempo em que aponta para a crescente formalidade e validade de cursos nessa modalidade, facilita a oferta em novos nichos e áreas do conhecimento.

Em 2017, mais especificamente em 25 de maio, foi publicado o mais recente instrumento para a regulamentação do Artigo 80 da LDBEN, o Decreto 9.057/17. Ao mesmo tempo em que institui novas prerrogativas e considerações legais, o documento revoga o Decreto nº 5.622/05, que tinha o mesmo objeto legal. A primeira diferenciação que se faz entre os dois instrumentos é em relação à definição de educação a distância. O Artigo 1º do que se encontra atualmente vigente, além das considerações sobre a modalidade já existentes no anterior, aponta que ela se desenvolve “[...] com pessoal qualificado, com políticas de acesso, com acompanhamento e avaliação compatíveis, entre outros [...]” aspectos (BRASIL, 2017, Art.1º).

Outro destaque oriundo do último documento está na vedação da oferta de cursos presenciais em instalações próprias e específicas para o desenvolvimento da educação a distância, quando assim não estiver previsto em lei (BRASIL,

2017, Art. 5º, § 2º). Merece atenção, ainda, a permissão para credenciamento de instituição destinada a oferta exclusiva de cursos da modalidade a distância, desde que sejam oferecidos cursos de graduação e não somente de pós-graduação *lato sensu* (BRASIL, 2017, Art. 11).

Importa lançar o olhar ao Artigo 12 do referido decreto, o qual torna, automaticamente, credenciadas as instituições de ensino superior públicas para a oferta de cursos a distância. Passa a ser estipulada a visita *in loco* apenas à sede das instituições candidatas a credenciamento, e não em cada polo destas (BRASIL, 2017, Art. 13). Em seu Artigo 15, o documento aponta para uma condição que surge como uma novidade: no caso de cursos de pós-graduação *lato sensu* na modalidade a distância, é admitida a realização de atividades consideradas essencialmente presenciais em locais diferentes da sede ou dos polos, condição que contribui para o estabelecimento de parcerias com instituições de diferentes níveis, etapas e modalidades de ensino devidamente equipadas.

Apesar de se expor os três decretos que visaram regulamentar o Artigo 80 da LDBEN, sucedendo-se um ao outro, é preciso deixar claro que a inclusão da EaD na legislação brasileira não está restrita aos decretos-lei. Tais documentos foram balizadores e determinantes para a discussão e a elaboração de novos atos, generalistas ou mais específicos, que contribuíram para que a modalidade fosse formalizada, reconhecida e contemplada de maneira cada vez mais crescente pelas instituições de ensino. Isto posto, destaca-se, ainda, que, apesar de não ser objetivo deste trabalho o aprofundamento em tais documentos legais, recomenda-se recorrer a Possoli (2012) e Resende (2018) para a verificação dos instrumentos já elaborados no Brasil, contemplando os que estão vigentes e os que já foram revogados.

#### Quadro 01: Regulamentação e Políticas da EaD no Brasil

DOCUMENTO / PUBLICAÇÃO	DESTINAÇÃO	DISPONÍVEL EM	SITUAÇÃO
<b>LDB 9.394/96; 20/12/1996</b>	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Maior lei que rege a educação no Brasil e define, entre outras coisas: responsabilidades da União, Estados e Municípios; perfil e atribuições dos profissionais da educação; níveis e modalidades	<a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9394.htm#art80">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9394.htm#art80</a>	Vigente

	es de ensino e diretrizes gerais para cada um deles.		
<b>Decreto n.º 2.494; 10/02/1998</b>	Regulamenta o Art. 80 da LDB (Lei n.º 9.394/96).	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2494.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2494.pdf</a>	Revogado
<b>Portaria 301 de 07/04/98</b>	Normatiza os procedimentos de credenciamento de instituições para a oferta de cursos de graduação e educação profissional tecnológica a distância.	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/port301.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/port301.pdf</a>	Revogado
<b>Decreto n.º 2.561; 27/04/1998</b>	Altera a redação dos arts. 11 e 12 do Decreto nº 2.494, de 10 de fevereiro de 1998, que regulamenta o disposto no art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. – revogado pelo Decreto Nº 5.622/2005.	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2561.pdf">portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2561.pdf</a>	Revogado
<b>Resolução n.º 1, do CNE; 03/04/2001</b>	Estabelece normas para pós-graduação lato e <i>stricto sensu</i> EaD.	<a href="http://www.uepg.br/propesp/download/CES0101.pdf">www.uepg.br/propesp/download/CES0101.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria 2253 de 18/10/2001</b>	Normatiza os procedimentos para a oferta de disciplinas na modalidade a distância.	<a href="http://www2.camara.leg.br/legin/marg/portar/2001/portaria-2253-18-outubro-2001-412758-publicacaooriginal-1-me.html">http://www2.camara.leg.br/legin/marg/portar/2001/portaria-2253-18-outubro-2001-412758-publicacaooriginal-1-me.html</a>	Revogada
<b>Portaria 335 de 06/02/2002</b>	Cria a Comissão Assessoria para a Educação Superior a Distância.	<a href="http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/P335.pdf">http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/P335.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria 4059 de 10/12/2004</b>	Substitui a portaria 2253/01 que normatizava os procedimentos de autorização para a oferta de disciplinas na modalidade não-presencial em cursos de graduação reconhecidos.	<a href="http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/nova/acs_portaria4059.pdf">http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/nova/acs_portaria4059.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria 4361 de 29/12/2004</b>	Revogou a Portaria 301, de 07 de Abril de 1998.	<a href="http://www2.mec.gov.br/sapiens/portarias/port4361.pdf">http://www2.mec.gov.br/sapiens/portarias/port4361.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria 4363 de 29/12/2004</b>	Dispõe sobre a autorização e reconhecimento de cursos sequenciais da Educação Superior.	<a href="http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&amp;view=download&amp;alias=674-sesu-port-4363-2004-pdf&amp;Itemid=30192">http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&amp;view=download&amp;alias=674-sesu-port-4363-2004-pdf&amp;Itemid=30192</a>	Vigente

<b>Decreto nº 5.622; 19/12/2005</b>	Regulamenta o art. 80 da LDB 9.394/96 – sofreu algumas alterações no Decreto 6.303/2007.	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/dec_5622.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/dec_5622.pdf</a>	Revogado
<b>Portaria 873 de 07/04/2006</b>	Autoriza em caráter experimental a oferta de cursos a distância nas IFES.	<a href="http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/portarias/portaria873.pdf">http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/portarias/portaria873.pdf</a>	Vigente
<b>Decreto nº 5.773; 09/05/2006</b>	Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de Educação Superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino (sofreu algumas alterações no Decreto 6.303/2007).	<a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5773.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5773.htm</a>	Alguns artigos alterados
<b>Portaria nº 1; 10/01/2007</b>	Disposições quanto ao ciclo avaliativo do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES para o triênio 2007/2009, tendo em vista a disposição da Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004 e no art. 4º, V do Decreto 5.773 de 09 de maio de 2006.	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/portaria1.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/portaria1.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria nº 2; 10/01/2007</b>	Dispõe sobre os procedimentos de regulação e avaliação da Educação Superior na modalidade a distância.	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/portaria2.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/portaria2.pdf</a>	Revogada
<b>Dec. Lei 11.502 de 11/07/2007</b>	Modifica a competência e estrutura da Capes, alterando as Leis 8405 de 09/01/92 e 11.273 de 06/02/06 que tratam da concessão de bolsas de estudo e pesquisa aos participantes de programas de formação inicial e continuada de professores para a educação básica.	<a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/11502.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/11502.htm</a>	Vigente
<b>Portaria nº 1047 de 07/11/2007</b>	Aprova as diretrizes para a elaboração, pelo INEP, dos instrumentos de avaliação para o credenciamento de instituições de Educação Superior e seus pólos de apoio presencial para a modalidade de Educação a Distância, nos termos do Art. 6º, inc. IV do Dec. Lei 5773/06.	<a href="https://www.ufmg.br/dai/textos/educacao_distancia.pdf">https://www.ufmg.br/dai/textos/educacao_distancia.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria nº 1050 de 07/11/2007</b>	Aprova os instrumentos de avaliação do INEP para o credenciamento de IES e de polos de apoio presencial para a oferta da modalidade de Educação a Distância.	<a href="https://www.ufmg.br/dai/textos/PORTARIA%20No%201050%20EAD.pdf">https://www.ufmg.br/dai/textos/PORTARIA%20No%201050%20EAD.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria nº 1051 de 07/11/2007</b>	Aprova o Instrumento de Avaliação do INEP para a autorização de curso superior na modalidade de Educação a Distância.	<a href="https://www.ufmg.br/dai/textos/PORTARIA%20No%201051%20EAD.pdf">https://www.ufmg.br/dai/textos/PORTARIA%20No%201051%20EAD.pdf</a>	Revogada
<b>Decreto N.º 6.303; 12/12/2007</b>	Altera dispositivos dos Decretos nos 5.622, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e 5.773, que dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de Educação Superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino.	<a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6303.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6303.htm</a>	Vigente

<b>Portaria nº 40; 13/12/2007</b>	Institui o e-MEC, sistema eletrônico de fluxo de trabalho e gerenciamento de informações relativas aos processos de regulação da Educação Superior no sistema federal de educação.	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/ead/port_40.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/ead/port_40.pdf</a>	Vigente
<b>Referenciais de Qualidade para Ed. Superior a Distância / 2007</b>	Referencial norteador para subsidiar atos legais do poder público quanto aos processos de regulação, supervisão e avaliação da EaD (sem força de lei).	<a href="http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf">http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/legislacao/refead1.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria nº 10; 02/07/2009</b>	Fixa critérios para dispensa de avaliação in loco, trata da autorização de cursos, credenciamento de pólos presenciais, e dá outras providências.	<a href="http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/portaria_10_seed.pdf">http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/portaria_10_seed.pdf</a>	Vigente
<b>Resolução nº 3, de 15/06/2010</b>	Institui Diretrizes Operacionais para a Educação de Jovens e Adultos desenvolvida por meio da Educação a Distância.	<a href="http://confinteabrazilmaiss6.mec.gov.br/images/documentos/resolucao032010cne.pdf">http://confinteabrazilmaiss6.mec.gov.br/images/documentos/resolucao032010cne.pdf</a>	Vigente
<b>Portaria MEC nº 1.741 de 12/12/2011</b>	Aprova, em extrato, os indicadores do Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação nos graus de tecnólogo, de licenciatura e de bacharelado para as modalidades: presencial e a distância, do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior - SINAES.	<a href="http://www.normasbrasilsil.com.br/norma/portaria-1741-2011_234792.html">http://www.normasbrasilsil.com.br/norma/portaria-1741-2011_234792.html</a>	Vigente
<b>Lei nº 12.603, de 03/04/2012</b>	Altera o inciso I do § 4º do art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, para beneficiar a Educação a Distância com a redução de custos em meios de comunicação que sejam explorados mediante autorização, concessão ou permissão do Poder Público.	<a href="http://www.planalto.gov.br/civil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12603.htm">http://www.planalto.gov.br/civil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12603.htm</a>	Vigente
<b>Resolução nº 1, de 11/03/2016</b>	Estabelece Diretrizes e Normas Nacionais para a Oferta de Programas e Cursos de Educação Superior na Modalidade a Distância.	<a href="http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&amp;view=download&amp;alias=35541-res-cne-ces-001-14032016-pdf&amp;category_slug=marco-2016-pdf&amp;Itemid=30192">http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&amp;view=download&amp;alias=35541-res-cne-ces-001-14032016-pdf&amp;category_slug=marco-2016-pdf&amp;Itemid=30192</a>	Vigente
<b>Decreto n.º 9.057, de 25/05/2017</b>	Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, revogando o Decreto Nº. 5.622;19/12/2005	<a href="http://www.planalto.gov.br/civil_03/_ato2015-2018/2017/decreto/D9057.htm">http://www.planalto.gov.br/civil_03/_ato2015-2018/2017/decreto/D9057.htm</a>	Vigente
<b>Portaria Normativa nº11 de 20/06/2017</b>	Estabelece normas para o credenciamento de instituições e a oferta de cursos superiores a distância, em conformidade com o Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017.	<a href="http://www.lex.com.br/legis_27450329_PORTARIA_NO_NORMATIVA_N_11_DE_2017_DE_20_DE_JUNHO_DE_2017.aspx">http://www.lex.com.br/legis_27450329_PORTARIA_NO_NORMATIVA_N_11_DE_2017_DE_20_DE_JUNHO_DE_2017.aspx</a>	Vigente

<b>Lei nº 13.620, de 15 de janeiro de 2018</b>	Institui o dia 27 de novembro como Dia Nacional de Educação a Distância.	<a href="http://www.planalto.gov.br/civil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13620.htm">http://www.planalto.gov.br/civil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13620.htm</a>	Vigente
--	--	---	---------

Fonte: POSSOLLI, 2012, adaptado por RESENDE (2018).

Vale destacar que, conforme se depreende até então, os instrumentos das políticas públicas jamais devem ser considerados como estáticos e atemporais. À medida que surgem novas demandas, discussões e necessidades, são passíveis de revisões, alterações e substituições. Dessa forma, os documentos abarcam ideologias relativas a uma determinada organização social, em um momento histórico específico.

### 3. REFLEXOS DAS PRERROGATIVAS LEGAIS: NÚMEROS E PERSPECTIVAS SOBRE A OFERTA DE CURSOS A DISTÂNCIA

Nesta seção, pretende-se traçar um panorama sobre a oferta de cursos a distância no país – especificamente no que concerne ao nível educação superior. Para que tal objetivo seja cumprido, recorreu-se a três principais documentos, quais sejam: O Plano Nacional de Educação 2014–2024; o Censo da Educação Superior de 2017; e o Censo EAD.BR 2017/2018. Tais instrumentos constituem-se as mais recentes informações oficiais reunidas relativas às temáticas específicas.

Ao final da seção, espera-se que as seguintes inquietações estejam respondidas:

→ Qual papel é atribuído, na atualidade e para os próximos anos, à modalidade EaD no desenvolvimento da educação nacional?

→ Em que medida a EaD tem impactado a oferta e a matrícula de cursos da educação superior?

→ Quais as principais diferenciações que podem ser feitas entre as modalidades EaD e presencial em relação aos números de ingressantes e matriculados na educação superior?

Dessa forma, esta seção está organizada em quatro subseções, sendo elas: **Princípios e fins da EaD no Brasil; A educação superior no Brasil; A influência da educação a distância na expansão da educação superior; e Mercantilização da educação superior e a exploração da publicidade.** Dessa forma, objetiva-se apresentar as condições e contextualizações que exprimem características da educação superior e sua relação com a modalidade a distância.

#### 3.1. Princípios e fins da EaD no Brasil

Desde que passou a ser reconhecida no cenário brasileiro, na década de 1990, a EaD tem recebido atribuições bastante específicas quanto aos princípios

e finalidades aos quais foi estruturada. Sendo, ao mesmo tempo, fruto de demandas histórica e socialmente impostas e determinantes de mudanças significativas na área da educação, os instrumentos legais foram e são responsáveis por criar prerrogativas para a expansão da modalidade, principalmente em relação ao nível educação superior – ao qual é lançado o olhar nesta seção.

A história da modalidade no Brasil, a exemplo do cenário mundial, é marcada por rápidos e consideráveis avanços vinculados ao dinâmico processo de transformações tecnológicas e de informação. Com os primeiros registros dessa modalidade educacional datados do século XX – o que não leva à conclusão de que antes desse período não houvesse alguma forma de organização que promovesse ensinamentos em tais condições –, a EaD segue influenciando a formação do povo brasileiro e representando uma alternativa para o acesso à educação àqueles que, por diferentes razões possíveis, não puderam ingressar ou continuar no ensino presencial (TEDESCO, 2004).

Frente aos acontecimentos envolvendo a área, é inegável o fato de que a EaD segue crescendo e possibilitando novas alternativas para a formação de uma parcela da população antes marginalizada. Essa condição tende a continuar de maneira intrínseca à modalidade, como um dos principais motivos para o seu desenvolvimento. Quando analisamos o atual Plano Nacional de Educação<sup>15</sup>, por exemplo, que estabelece metas a serem alcançadas até o ano de 2024, percebe-se que a modalidade aparece com destaque nos objetivos elencados para a melhoria da educação no Brasil.

A EaD é indicada como um dos recursos para que a Meta 10 seja alcançada na década, qual seja: “oferecer, no mínimo, 25% das matrículas de educação de jovens e adultos, nos ensinos fundamental e médio, na forma integrada à educação profissional” (BRASIL, 2014, p. 69). A encontramos, também, relacionada à Meta 11, que consiste em triplicar o número de matrículas em cursos da educação profissional técnica de nível médio, tendo o segmento público pelo menos 50% de aumento. Tais medidas guardam relação com as características que marcaram a história da EaD no Brasil, já que é indicada para

---

<sup>15</sup> O Plano Nacional de Educação determina diretrizes, estratégias e ações voltadas à área educacional para um período de dez anos. A última edição, de 2014, apresenta finalidades, princípios e meios até 2024.

pessoas com mais idade e com forte impulsionamento à profissionalização e ao mercado de trabalho.

A EaD é mencionada também no contexto da Meta 12, que estipula o objetivo de se aumentar para 50% a taxa bruta de matrícula de jovens entre 18 e 24 anos na educação superior, e a líquida para 33%, sendo que 40% da expansão deve ser por meio do ensino público.

É apontada, ainda, como mecanismo necessário ao alcance da Meta 14, que consiste em ampliar a oferta e o número de matrículas em cursos de pós-graduação *strictu sensu* (mestrados e doutorados), o que praticamente ainda não existe no cenário brasileiro (BRASIL, 2014). Vale ressaltar que, recentemente, no dia 5 de junho de 2018, em relação a essa última meta, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) publicou a Portaria 132/2018, que cria um “Grupo de Trabalho com o escopo de analisar, organizar e propor instrumentos de regulamentação da Educação a Distância (EaD) nos programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu*” (BRASIL, 2018). O GT teve a coordenação realizada de forma conjunta entre a Diretoria de Educação a Distância e a Diretoria de Avaliação, ambas da Capes.

Em todos os casos, o trabalho com a EaD, previsto no Plano Nacional de Educação e nos demais instrumentos legais, leva em consideração a exploração dos recursos das tecnologias disponíveis. Além disso, a expansão da modalidade está diretamente ligada à ampliação do alcance e do acesso a níveis e etapas do ensino no Brasil. Nesse processo, a democratização do acesso à educação superior é um dos aspectos mais considerados por pesquisadores e autores da área. A esse respeito, levando em consideração o cenário da América Latina, Litwin (2001) aponta que “a educação a distância foi pensada em função da democratização da oferta: uma opção válida para uma população dispersa em lugares onde não havia escolas ou universidades” (LITWIN, 2001, p. 20).

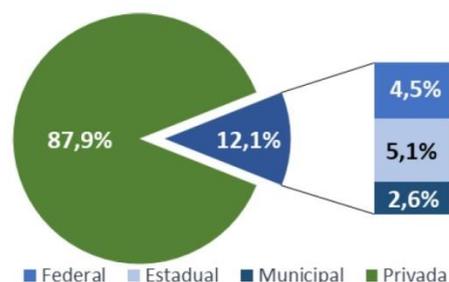
Apesar de a EaD permear e estar prevista aos diferentes níveis e etapas elencados na LDBEN, o que se percebe é que, a partir da contemplação da modalidade pelas legislações nacionais, houve principalmente o impulsionamento significativo da educação superior, conforme os dados emanados dos documentos legais explorados a seguir.

### **3.2. A influência da EaD na expansão da educação superior**

Como a formalização da EaD está diretamente ligada à educação superior no país, consideramos importante traçar um panorama a respeito desse último nível educacional no cenário brasileiro, para, posteriormente, nos voltarmos às questões específicas da modalidade. Fruto de convergências e divergências ideológicas históricas, a educação superior no Brasil, mesmo contando com muitos anos de tradição, apresenta-se, na atualidade, como um dos principais desafios à área da educação. Apesar de consideráveis avanços legais no que diz respeito à oferta desse nível educacional, muitos problemas ainda se posicionam como entraves para a superação de barreiras à qualidade e democratização do acesso.

De acordo com o documento Censo da Educação Superior 2017 (BRASIL, 2018), o domínio da oferta de cursos da educação superior se concentra demasiadamente no poder da iniciativa privada, que detém 87,8% das Instituições de Educação Superior (IES). O restante está dividido entre os entes municipal (2,6%), federal (4,5%) e estadual (5,1%). Tais dados indicam que a exploração mercadológica, impulsionada pelas atualizações na legislação, permeia de maneira substancial esse nível de ensino, enquanto os investimentos realizados pelo Poder Público representam um percentual ínfimo, em relação ao contexto geral. É possível inferir, a partir de então, que a educação superior está longe do ideal de garantir o acesso aos cursos a pessoas de diferentes classes sociais e lugares geográficos, pois a concentração da oferta pela iniciativa privada não garante a condição de ingresso e permanência, já que abarca em si filtros pelos quais determinados segmentos não conseguem atravessar. O gráfico a seguir contribui para a compreensão das informações apresentadas.

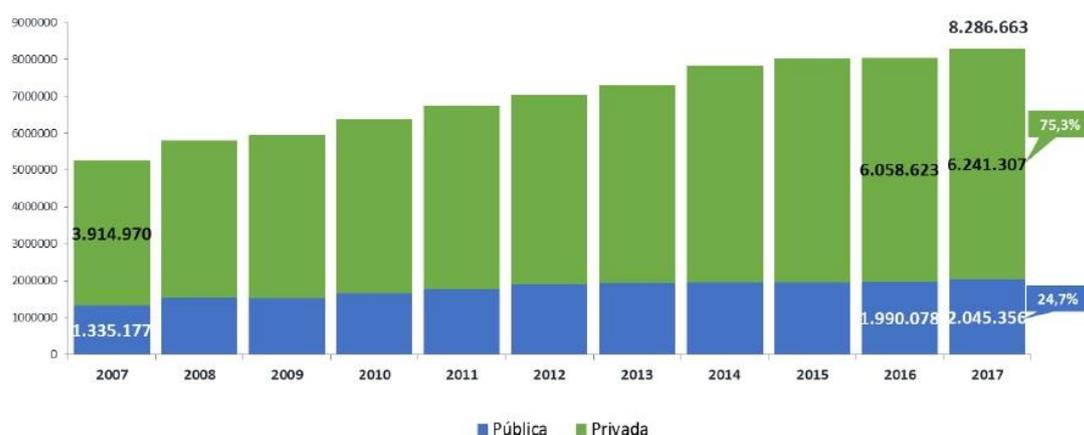
**Gráfico 01: Organização acadêmica e categoria administrativa das IES no Brasil**



FONTE: Censo da Educação Superior 2017.

Outro dado emanado do Censo e que merece atenção diz respeito ao número de matrículas registrado nos últimos anos. Desde 2007, a quantidade de acadêmicos formalmente vinculados a cursos da educação superior aumentou em todos os anos, em uma média de 4,6%. No início do período mencionado, foram registradas pouco mais de 5,3 milhões de matrículas; já em 2017 o número já era de quase 8,3 milhões, dos quais 75,3% são da iniciativa privada e 24,7% da pública. Em dez anos, a quantidade de matriculados em instituições privadas aumentou quase 60% e a dos vinculados a instituições mantidas pelo Poder Público, 53%, portanto em ritmo mais lento. O gráfico abaixo reúne tais dados.

**Gráfico 02: Número de matrículas de 2007 a 2017**



FONTE: Censo da Educação Superior 2017.

Lançar o olhar à natureza das IES com mais influência no país torna-se, nesse cenário, uma ação importante. No Brasil, em 2017, foi registrada a

existência de 2.448 IES. Dados do Censo mostram que as universidades – providas de mais autonomia, estrutura e incentivo à pesquisa – representam apenas 8,1% do total dessas instituições. Todavia, são responsáveis por mais da metade das matrículas nesse nível de ensino, mais especificamente por 53,6% do total.

Quando se analisa o grau dos cursos nos quais há matrículas, o bacharelado se sobrepõe aos demais graus de ensino, com 68,6% das matrículas, contra 19,3% das licenciaturas e 12,1% dos cursos tecnológicos. Além disso, apesar de, nos últimos anos, as IES terem ampliado o alcance das áreas de formação exploradas, a média indica a oferta de 14 cursos de graduação por instituição.

Os professores que compõem o corpo docente das organizações são, em sua maioria, portadores do título de doutor, nas públicas, e de mestrado, na rede particular. A idade desses profissionais também é diferente de uma iniciativa a outra. Na particular, a média é de 34 anos; na pública, 36. Em ambas as redes, o gênero masculino é a maioria e, enquanto na mantida pelo Poder Público o comum é a carreira com dedicação integral, na privada a dedicação é, geralmente, parcial.

Por fim, destaca-se que no ano de 2017 foram ofertadas mais de 10,7 milhões de vagas em cursos de graduação, mas apenas 73,2% foram novas, sendo 0,08% de programas especiais e 26,6% de vagas remanescentes, o que aponta para um alto índice de evasão e/ou ociosidade. Nesse ano, a rede privada ofertou 92,4% de todas as vagas disponibilizadas, contra apenas 7,6% da pública. Já em relação aos concluintes, um dado principal salta aos olhos: de 2007 a 2017, a variação do número de pessoas que concluíram um curso de graduação foi de 60,8% na rede privada, enquanto na rede pública foi de 27,8%. De acordo com o documento, a educação superior recebeu, nos últimos anos, influência significativa da modalidade EaD, a qual será explorada a seguir (BRASIL, 2017).

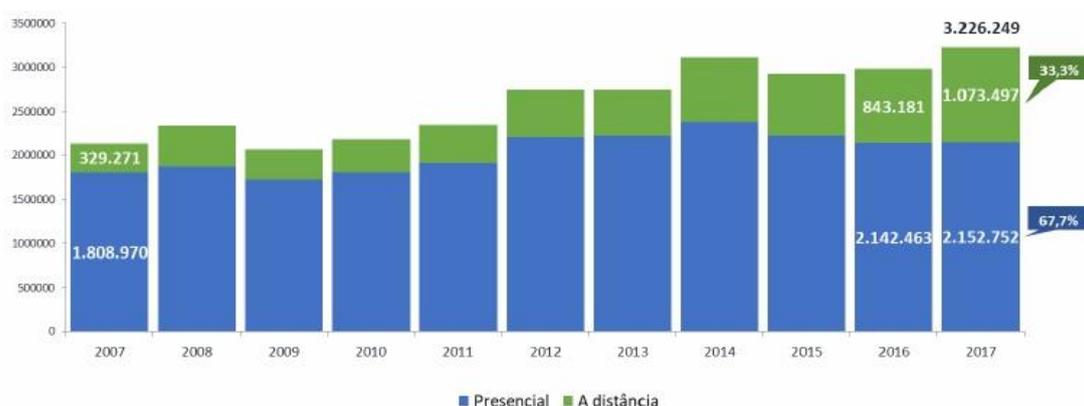
Os números sobre oferta e matrícula em cursos da EaD mostram que a modalidade foi uma das principais responsáveis por ampliar consideravelmente o acesso à educação superior nos últimos anos. A primeira constatação que merece aqui destaque diz respeito à comparação entre os números, ano após

ano, relacionados à oferta de vagas e matrículas nas modalidades EaD e presencial.

Ainda de acordo com o Censo (2018), no cenário nacional, a modalidade a distância foi a principal responsável pelo aumento no número de matrículas na educação superior em 2017, no comparativo com 2016. Isso porque, na modalidade presencial, houve um aumento insignificante, de 0,5%, na quantidade de ingressantes, indo de 2.142.463 para 2.152.752. Já nos cursos ofertados por meio da EaD, houve um aumento expressivo de um ano para o outro, passando de 843.181 para 1.073.497, uma alta de 27,3%.

Além disso, comparando o espaço temporal de 2007 a 2017, percebe-se uma tendência de expansão da EaD muito mais expressiva que aquela observada na modalidade presencial, em relação à quantidade de ingressantes em cada ano e, como consequente, ao número de matriculados nesse nível de ensino. No início do período analisado, haviam ingressado em cursos da modalidade 329.271 alunos e esse número só cresceu a cada ano, sendo que em 2017 foi de 1.073.497, mais de três vezes mais. O gráfico abaixo serve de base para a compreensão desses dados.

**Gráfico 03: Número de ingressantes, ano a ano, por modalidade**



FONTE: Censo da Educação Superior 2017.

Se forem considerados os números relativos às matrículas no geral (e não só dos ingressantes), os dados chamam ainda mais atenção. Considerando os cursos de graduação, de 2016 para 2017, houve uma redução de 0,4% no

número de matrículas na modalidade presencial, enquanto na EaD foi registrado aumento de 17,6%, o maior aumento já registrado desde 2008.

Daqui, depreende-se duas informações que precisam ser levadas em consideração: a primeira é a de que, apesar de a modalidade presencial responder pelo maior número de matrículas na educação superior, o crescimento da EaD é muito mais acelerado, afinal, em dez anos (de 2007 a 2017), enquanto a presencial teve um aumento de 33,8% no número de matrículas, a modalidade a distância praticamente quintuplicou esse número (um aumento de 375,2%); em segundo lugar, é importante destacar que, por conta desse saldo positivo da modalidade, considerando todos os matriculados atualmente na educação superior, a participação da EaD passou de 7% para 21,2% em apenas uma década.

Apesar dos consideráveis avanços na oferta de cursos da EaD, com impacto direto na expansão da educação superior, alguns dados da modalidade a respeito da natureza das instituições; perfil de alunos; natureza e grau dos cursos; distribuição das instituições pelo Brasil, entre outros, merecem atenção, pois contribuem para a compreensão e o planejamento da contínua expansão dessa forma de ensino no Brasil. Nesse sentido, o Censo EAD.BR: Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2017/2018 (2018), organizado pela Associação Brasileira de Educação a Distância (Abed) oferece dados importantes. Faz-se necessário destacar, porém, que, na análise dos dados, o relatório não contempla a integralidade das instituições do país, mas uma amostragem. Na edição mencionada, por exemplo, 341 organizações configuraram como respondentes à pesquisa.

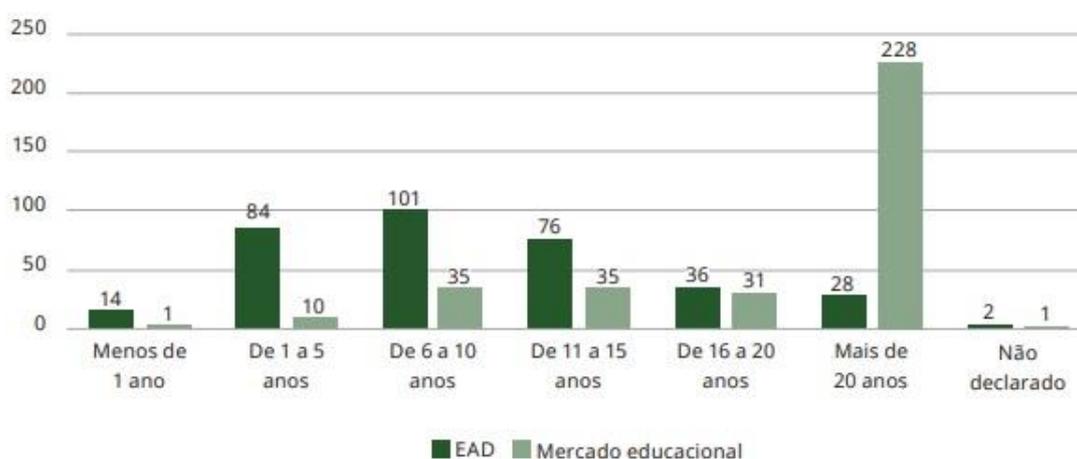
De acordo com o documento, em relação à categoria administrativa das instituições, aquelas classificadas como particulares constituíram-se a maioria das entrevistadas, com 55% de representatividade, sendo 34% privadas com fins lucrativos e 21% privadas sem fins lucrativos. As públicas federais corresponderam a 17% da amostra; as estaduais, 8%; e as municipais 2%. Os outros 18% são formados por instituições do Sistema Nacional de Educação (SNE), órgãos públicos e Organizações Não Governamentais (ONGs).

Uma das indicações do relatório diz respeito à localização das IES entrevistadas. A região Sudeste é a responsável por concentrar a maior parte das

instituições que ofertam cursos por meio da EaD (42%), seguida pela Sul (23%); Nordeste (19%); Centro-Oeste (11%) e Norte (6%). Os cinco estados com mais IES são, respectivamente, São Paulo, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, todos das regiões Sudeste e Sul do Brasil.

Outra informação digna de atenção diz respeito ao tempo de atuação das IES que ofertam cursos na modalidade a distância. De acordo com o referido documento, 66,8% delas atuam no mercado há mais de 20 anos, sendo que, aos poucos, foram passando a ofertar cursos em EaD, em concomitância com a modalidade presencial. O levantamento apontou, ainda, que 9% das instituições ofertam apenas cursos da modalidade a distância, o que é uma novidade permitida com o Decreto nº 9.057/2017 e a Portaria Normativa nº 011/2017. O gráfico abaixo contribui para a compreensão do tempo de atuação das IES no mercado educacional e na EaD.

**Gráfico 04: Número de instituições com atuação no mercado e na EaD**

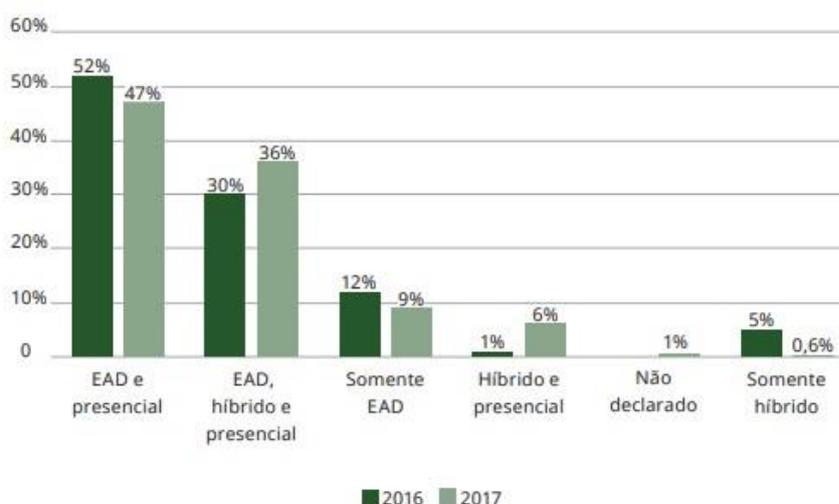


FONTE: Censo EAD.BR 2017/2018.

Analisando tais informações, podemos inferir que 76,53% das instituições voltadas à educação a distância existentes surgiram nos últimos 15 anos, sendo que de 2008 a 2011 foi o período de mais formalizações educacionais dessa modalidade. Percebe-se, então, um claro, rápido e crescente uso das prerrogativas legais para a oferta de cursos da EaD e, mais do que isso, uma priorização dessa modalidade sobre a presencial.

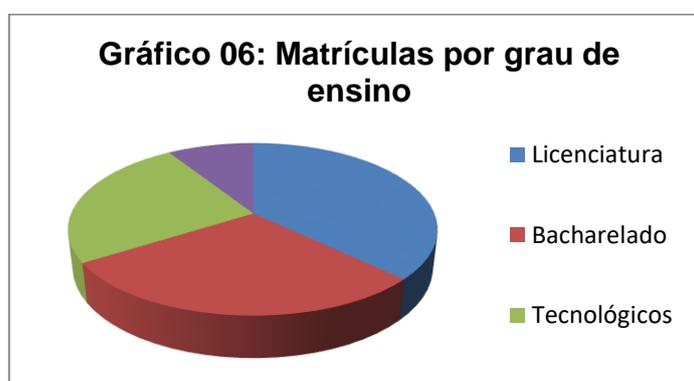
A maioria das instituições formadoras analisadas pelo Censo oferta tanto cursos presenciais como os da modalidade a distância (47%). As que oferecem formação por meio das modalidades presencial, EaD e ensino híbrido correspondem a 36%. As responsáveis apenas pelo ensino a distância equivalem a 9% e as que se dedicam aos ensinos híbrido e presencial, 6%; 0,6% é o relativo àquelas que ofertam apenas a forma híbrida (ABED, 2018).

**Gráfico 05: Instituições e modalidades**



FONTE: Censo EAD.BR 2017/2018.

O documento citado contabilizou a quantidade, em percentual, de matrículas em cada grau do ensino em graduações da EaD. De acordo com o resultado, 37,1% estão nas licenciaturas; 28,9% nos cursos de bacharelado; 25% nos tecnológicos; e 9% nas licenciaturas com bacharelado (ABED, 2018).

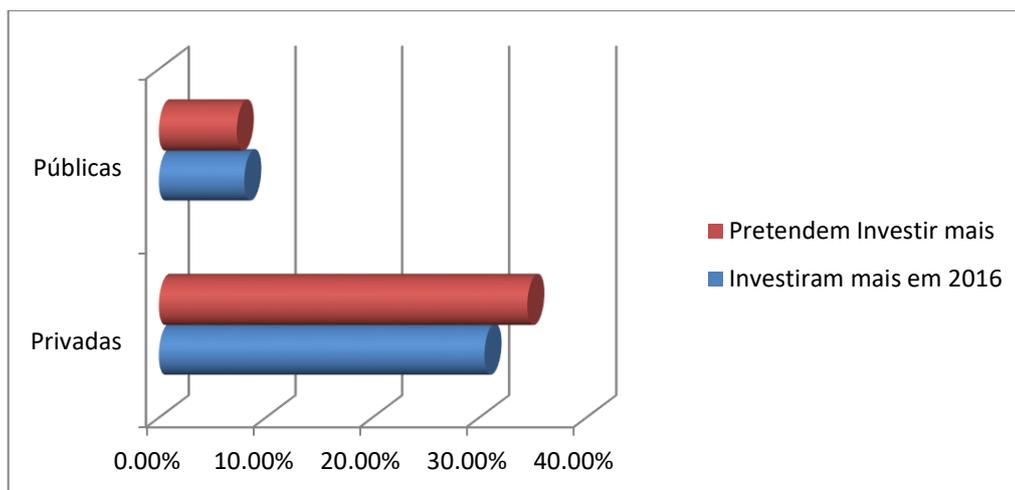


FONTE: Censo EAD.BR 2017/2018, elaborado pelo autor.

Em relação aos dados sobre o perfil dos alunos dos cursos da modalidade a distância, o gênero feminino compõe a maioria dos alunos de cursos totalmente a distância e semipresenciais, correspondendo a 55,6% do total dos matriculados. De todos os alunos, aproximadamente 65% são formados em escolas públicas. Além disso, as faixas etárias dos alunos mais predominantes são de 26 a 30 e de 31 a 40 anos, correspondendo a 47,7% e 30%, respectivamente.

Ainda de acordo com o Censo, considerando os cursos de graduação totalmente a distância e os semipresenciais, apesar da crise econômica identificada no país, a rentabilidade das IES com a EaD permaneceu estável ou cresceu para quase todas as IES (menos de 1% apontaram redução). Enquanto nos cursos totalmente a distância houve o aumento no número de matrículas para a metade das instituições, nos cursos semipresenciais o percentual mais alto é o das que apontaram constância nessa quantidade (de 35,05). Além disso, em consonância com o que apontou o Censo da Educação Superior 2017 (2018), o percentual de instituições que apontaram diminuição na quantidade de matrículas é praticamente o dobro do da EaD (12% por 6%).

A respeito dos investimentos feitos pelas IES, percebe-se que a aposta está principalmente nos cursos totalmente a distância. Do total, 36,22% das instituições educacionais que atuam nessa modalidade apontaram que pretendiam investir mais no ano seguinte, contra apenas 1% que pretendiam diminuir e 23,98% que planejavam manter os mesmos índices. Vale considerar que nos cursos semipresenciais esses índices encontram ligeiramente abaixo. Como no Censo divulgado em 2018 não houve a separação entre IES públicas e privadas sobre investimentos, recorreremos ao do ano anterior, com dados de 2016, para compreender a relação existente entre as diferentes categorias administrativas. De acordo com o documento, enquanto cerca de 30% das privadas mantiveram os investimentos e indicaram pretender investir mais nos próximos anos, apenas 7,3% das públicas apontaram a previsão de aumento orçamentário, sendo que 2,7% pretendem reduzi-lo e 90% manter os mesmos índices (ABED, 2017).

**Gráfico 07: Índices de investimento em EaD – Públicas X Privadas**

FONTE: Censo EAD.BR 2016, elaborado pelo autor.

Percebe-se, dessa forma, uma diferença gritante entre os investimentos e pretensões de aumento feitos pelas instituições da iniciativa privada e aquelas mantidas pelo Poder Público. Reforça-se, assim, a compreensão de que, mais que oportunidade de expansão do ensino, a modalidade tem representado condições favoráveis aos interesses privados e mercantis, no cenário brasileiro.

### 3.3. Mercantilização da educação superior e a exploração da publicidade

Ante os dados apresentados, reforçamos a compreensão de que a formalização da EaD no Brasil, a partir do final do século XX, constituiu-se condição inequivelmente importante para a expansão da educação. Ao mesmo tempo, muniu principalmente as instituições da iniciativa privada de prerrogativas para explorar um público e um mercado em perceptível ascensão. Além da participação mais intensa dessa rede na oferta desse nível de ensino por meio da modalidade em questão, os investimentos e os planejamentos orçamentários futuros são quatro vezes maiores que os observados nas organizações mantidas pelo Poder Público.

Segundo Corbucci, Kubota & Meira (2016), as mudanças ocorridas principalmente nos anos 1990 na educação superior foram basilares para

fomentar a exploração desse nível de ensino por meio da iniciativa privada, em detrimento dos investimentos feitos pelo Poder Público.

Os baixos investimentos realizados pela União na área da educação superior, em grande medida ditados pelo processo de ajuste fiscal dos anos 1990, eram referendados pelas orientações emanadas dos organismos financeiros internacionais, tais como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial, pelas quais os gastos em educação nos países em desenvolvimento deveriam limitar-se ao ensino básico. Com isso, aprofundou-se o fosso existente entre a crescente demanda por educação superior e a oferta de vagas pelas IES públicas, abrindo-se, assim, espaço para a expansão do setor privado (CORBUCCI; KUBOTA; MEIRA, 2016, p. 9).

Segundo os autores, o período que coincidiu com a formalização da EaD no Brasil foi marcado por uma flexibilização jamais vista anteriormente. O setor privado teve facilitados os processos de autorização, reconhecimento e credenciamento de cursos e instituições (CORBUCCI; KUBOTA; MEIRA, 2016), condição que apontou para uma possibilidade de exploração mercadológica desse novo nicho.

Carvalho (2013) contribui com esse pensar, acrescentando que o que se observou no Brasil entre o final do século XX e os primeiros anos do posterior, principalmente no aspecto da mercantilização da educação superior, encontrou equivalências em modelos espalhados por todo o mundo, como fruto da globalização. O que se tinha, a partir de então, era o aumento das chamadas empresas educacionais, que passavam a disputar uma concorrência cada vez maior entre si:

As empresas educacionais passaram a adotar novas estratégias em face da concorrência acirrada promovida pelo recente surto expansivo nos anos de 1990. Na busca por “clientes”, a diversificação de cursos possibilitou a oferta de modalidades de ensino com menor prestígio acadêmico, focadas na diferenciação em virtude da demanda ou do contexto local. São exemplos os cursos sequenciais, a distância e de extensão e de pós-graduação lato sensu (CARVALHO, 2013, p. 767).

Nesse panorama geral, recorrendo a Sguissardi (2008), compreendemos o cunho comercial da educação superior a partir de premissas marxistas. O campo

educacional torna-se elemento mercadológico, fenômeno próprio da sociedade capitalista, a partir de dois vieses principais: o da educação enquanto mercadoria, como algo passível de ser explorado, inclusive por meio do aparelhamento do Estado; e o da exploração de tal objeto para condicionar a formação de profissionais em áreas estratégicas para atender às demandas sociais, com menor custo remuneratório.

Ainda recorrendo a Carvalho (2013), compreendemos que, como espaço mercantilizado, a educação superior em tal configuração passa a exigir diferentes estratégias para o alcance e a fidelização de alunos/clientes. Entre tais mecanismos, ganham local de destaques as investidas de marketing agressivas que buscam relacionar as características da oferta aos aspectos dos anseios do público-alvo. Nessa ação, valem recursos até mesmo apelativos, como o uso da figura de artistas ou modelos como referências de sucesso ou a exaustiva indicação de promoções nos valores das mensalidades, o que incita e acirra a concorrência e, por vezes, desestimula a valorização da qualidade pelo sobrevalor à formação rápida e acessível financeiramente.

De acordo com Faria (2002), são vários os elementos que compõem uma Comunicação Integrada de Marketing (CIM) em um campo mercadológico. Nesse contexto, encontram-se, por exemplo, a publicidade e a propaganda, algumas vezes tratadas como sinônimos e outras como termos com significados distintos. Malanga (1987) diferencia os conceitos, definindo o primeiro como a ação que tem por objetivo principal o lucro, por meio da conquista da iniciativa de compra de produtos e/ou serviços, pelo apelo a aspectos como o conforto e o prazer, e a segunda como provida de motivações ideológicas e religiosas, calcadas no objetivo de reforço de valores sociais e/ou convenções; esta é, geralmente, gratuita, e, antes de objetivar a venda, tem por finalidade o reforço de determinadas virtudes e certos valores sociais.

Apesar de no Brasil ser recorrente o uso dos termos publicidade e propaganda como sendo sinônimos, considera-se, aqui, ser importante tal diferenciação, por duas razões principais: 1) a educação superior na modalidade a distância – nível educacional explorado neste trabalho – como se viu, é dominada pela iniciativa privada, principalmente por aquelas instituições que visam ao lucro; 2) sem a pretensão de esgotamento da temática, propõe-se, nesta

pesquisa, um olhar voltado às organizações não mantidas pelo Poder Público – mas que, mesmo assim, enquadram-se, de acordo com o Artigo 16 da LDBEN, como componentes do Sistema Federal de Ensino (BRASIL, 1996).

Pais (2003) contribui para o (re)pensar a respeito da força e do papel da publicidade (e/ou da propaganda) na educação superior. Debruçando-se sobre o ideal de se analisar o discurso institucional nesse nível de ensino, a pesquisadora ressalta que o espaço universitário consiste em um dos vários micro-espços passíveis de exploração mercadológica e idealista. Em relação a esse lugar, especificamente, além das motivações e influências comerciais, assevera que é preciso promover uma relação com os Sujeitos de discurso, como o estudante, o professor e a mantenedora de cada instituição. Todos eles influenciam nas formas de comunicação que será gerada, inclusive aquelas que visam preponderantemente ao lucro.

[...] cada um desses Sujeitos de discurso tem seus programas narrativos próprios, seus objetivos de valor específicos. Assim, por exemplo, o <<estudante>> busca, em princípio, [+conhecimento], [+capacitação profissional], [+ascensão social], [+socialização]; o <<professor>> persegue [+salário], [+reconhecimento profissional], [+gratificação psicológica], [+ascensão social]; a <<instituição/mantenedora>> pretende realizar [+prestação de serviços] e alcançar [+reconhecimento público], [+recursos financeiros] (PAIS, 2003, p. 30).

Recorrendo-se a Dias e Nunes (2016), entendemos melhor a utilização de tais estratégias e recursos, como a publicidade, para a capitalização, que consiste no processo de valoração comercial de um espaço, produto ou serviço (DIAS & NUNES, 2016). Segundo os pesquisadores, que procuraram indicar aspectos característicos do mercado da educação superior, esse nível de ensino se tornou um campo altamente rentável, sendo que o processo de abertura e flexibilização na criação e abertura de cursos e instituições propiciou, inclusive, a formação de grandes conglomerados especializados em gestão e iniciativas mercadológicas da área educacional:

Não diferente de outros setores especulados pelo capital, é também perceptível uma acelerada mercantilização do ensino decorrente da presença do neoliberalismo nas políticas

educacionais em todo o mundo e no Brasil não é diferente, caracterizando-se pelo dinâmico processo de fusões e aquisições entre as instituições de ensino superior (IES) privadas e pela inserção de capital estrangeiro no setor. Esta inédita estrutura de gestão, resultante desse processo, conduziu novos atores no disputado campo da educação, área esta que deixou de ser considerada como bem comum para ser vista como serviço (DIAS; NUNES, 2016, p. 14).

Dessa forma, o uso da publicidade pelas IES pode ser visto como arma em meio a uma disputa cada vez mais crescente. Nesse contexto, existe a luta pelo poder e pelo convencimento, numa tentativa de se conquistar o público mais volumoso possível. Essa busca por um alcance generalizado pode ser compreendida, com base em Chauí (2006), como a concepção de uma sociedade de massa. O termo indica a ideia de homogeneidade em relação ao grupo social, no que tange a ideais, valores e anseios, aspectos que procuram ser contemplados pelas investidas publicitárias.

Nesse viés, a publicidade, por parte das IES, é compreendida como ferramenta valiosa à disposição de uma determinada ideologia dominante. Dominante porque, nesse campo educacional, como se viu, passou-se a fazer uso das prerrogativas legais para, além de expandir a oferta de cursos, potencializar as possibilidades comerciais a ele relacionadas. Trata-se de uma relação firmada entre proprietários e não-proprietários, na qual, de acordo com Chauí (2006), aqueles têm domínio sobre estes e exercem explorações e domínios econômicos e políticos. A autora despende contribuições para a compreensão dessa relação firmada. Além dos interesses genuinamente econômicos, há, por trás desse cenário, a briga por influência e domínio político, sem os quais não se pode dominar.

O uso das prerrogativas legais criadas a partir das mudanças na educação superior representam bem esse aspecto: o domínio das instituições educativas passa a ser sistematicamente ampliado, representando uma clara e certa oportunidade de ascensão, ao lado dos aparatos legais, ao passo em que os não-proprietários, do outro lado da linha, precisam fazer uso desse recurso, considerado condição indispensável a certos objetivos em determinada sociedade.

#### **4. ANÁLISE DISCURSIVA DE PUBLICIDADES DE INSTITUIÇÕES PRIVADAS QUE OFERTAM CURSOS DA MODALIDADE A DISTÂNCIA NO ESTADO DO PARANÁ**

Nesta seção, apresentamos uma proposta de análise discursiva de comerciais publicitários das três IES da iniciativa privada com sede no estado do Paraná que ofertam cursos da educação superior na modalidade a distância e apresentaram mais de 100 mil alunos matriculados no ano de 2018.

Ao final desta parte, espera-se que estejam respondidos os seguintes principais questionamentos:

→ A quais concepções e condições históricas e sociais os discursos estão relacionados e como produzem sentidos?

→ Quais os sentidos possíveis na construção e interpretação dos discursos?

→ Que relação pode ser indicada entre os diferentes discursos, as características das instituições e o contexto histórico-social influenciado pelas políticas públicas ligadas à área da educação?

→ Quais as regularidades discursivas presentes nos materiais que compõem o *corpus* deste trabalho?

Para tanto, levamos em consideração os pressupostos teórico-práticos da AD, sob os quais essa pesquisa se guia, considerando condições de produção (CPs), interdiscursos e intradiscursos, formações ideológicas e formações discursivas, entre outros elementos presentes nas bases teóricas em movimento.

##### **4.1. Delimitação do *corpus* e considerações gerais sobre o percurso da análise**

Debruçamo-nos, nesta seção, sobre os anúncios midiáticos, audiovisuais, de maio de 2017 a fevereiro de 2019, das instituições que ofertam cursos na modalidade a distância; mantêm sede no estado do Paraná; e possuíam, em 2018, mais de 100 mil alunos matriculados, de acordo com o site oficial de cada

instituição, tendo-se como base o último Censo da Educação Superior. Sendo assim, três instituições foram selecionadas: 1) Universidade do Norte do Paraná (Unopar), com sede em Londrina; 2) Centro Universitário Internacional (Uninter), cuja base fica em Curitiba; e 3) Centro Universitário de Maringá (Unicesumar), de Maringá. O recorte temporal se deu a partir do início da vigência do último decreto voltado à regulamentação da LDBEN no tocante à EaD, aquele sob o número 9.057/17, sobre o qual já discorreremos anteriormente.

Os materiais analisados foram retirados do canal oficial de cada uma das instituições na plataforma *Youtube* (no endereço [www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br)). Tendo em vista a grande quantidade de mídias postadas nesses ambientes, delimitamos a busca de modo a selecionarmos os vídeos que atendessem, cumulativamente, a três pré-requisitos: 1) Que tenham sido usados em campanhas pré-vestibulares, ou de matrículas ou rematrículas; 2) Que possuam, no mínimo, 30 segundos de duração; 3) Que não contemplem cursos de forma isolada, mas, sim, de maneira coletiva. Dessa maneira, foram selecionados, no total, 14 vídeos de propaganda/publicidade/comercial, atendendo aos pré-requisitos já destacados. Desse total de materiais selecionados, oito são da instituição Unopar; três, da Uninter; e três da Unicesumar. Na tabela a seguir, listamos os produtos objetos de análise, indicando o título de cada produção, a IES autora e duração.

**Quadro 02: Caracterização dos materiais objetos da pesquisa**

SEQUÊNCIA	TÍTULO DO VÍDEO	IES AUTORA	DURAÇÃO
1	Graduação digital, novo EAD	Unopar	2min15s
2	Tradição e qualidade. Universidade assim, só Unopar	Unopar	30 segundos
3	Você digital até na hora de estudar	Unopar	1 minuto
4	Pode comparar, universidade assim é Unopar (1)	Unopar	42 segundos

5	Pode comparar, universidade assim é Unopar (2)	Unopar	40 segundos
6	Pode comparar, universidade assim é Unopar (3)	Unopar	40 segundos
7	Pode comparar, universidade assim é Unopar (4)	Unopar	40 segundos
8	Pode comparar, EaD assim é Unopar (5)	Unopar	30 segundos
9	Graduação e pós-graduação a distância (1)	Uninter	30s
10	Muito prazer, Nós somos a Uninter	Uninter	1min
11	Nova graduação semipresencial	Uninter	30s
12	Vestibular EAD	Unicesumar	30s
13	EAD Unicesumar faz toda a diferença	Unicesumar	31s
14	Volte a sonhar, Volte a estudar	Unicesumar	1min05s

FONTE: Elaborado pelo autor.

A partir do nosso objeto de pesquisa, qual seja, 14 vídeos publicitários, divulgados entre 2017 e fevereiro de 2019, das três maiores IES com sede no estado do Paraná e que ofertam cursos na modalidade a distância, delimitamos o *corpus* da análise específica. Para tanto, baseamo-nos no conceito de recorte apresentado por Orlandi (1984), no artigo “Segmentar ou recortar?”. Segundo ela, recorte pode ser concebido como “uma unidade discursiva”, guiando-se pela ideia de “fragmentos correlacionados de linguagem-e-situação”. O recorte é, então, “um fragmento da situação discursiva” (ORLANDI, 1984, p. 14). Por outro lado,

segmentação também traz em si a ideia de fragmentação, porém, a partir de aspectos semânticos e sintáticos, próprios da organização de uma frase, e, portanto, abarca em si práticas mecânicas e automáticas de separação. O recorte, este sim, para além das características estruturais, está ligado ao todo no qual é constituído; em outras palavras, está relacionado a todas as condições de produção de um discurso.

Realizamos os recortes dos materiais, então, apresentando-os em duas categorias principais: conjunto de *frames*, ou seja, quadros de fixação de cenas e/ou sequências de cenas e Transcrições Verbais (TVs), retiradas dos materiais. Nos casos em que os áudios não correspondiam ao que estava escrito nas imagens, indicamos, também, o textos escritos. Essa forma de organização se faz necessária, uma vez que *frames* e os recursos verbais se relacionam mutuamente, conferindo entre si sentidos possíveis. Ao material analítico em questão, por se tratar de uma produção audiovisual, as imagens aparecem como uma representação simbólica das cenas; fazem parte, portanto, em nossa compreensão, do discurso materializado. Todos os materiais contam com o *CR Code*<sup>16</sup>, caso o leitor considere necessário assisti-los na íntegra. Destacamos que a análise não leva em consideração os elementos item por item, *frame a frame*, mas o contexto e a representação integral e geral de cada vídeo.

Neste percurso analítico, ao qual nos propomos lançar, a concepção de Condições de Produção (CPs) é considerada indispensável, pois (in)determina pré-condições de legitimidade não só aos discursos, mas às representações sociais que conceitos como formação superior/não formação superior, universidade, superioridade/inferioridade e mercado de trabalho, entre outros, encontram e estabelecem. Nesse caminho, recorreremos a Orlandi (2005) para a definição de dois momentos que precisam ser levados em consideração, no tocante à enunciação discursiva. Tais momentos, apesar de diversos, estão interligados, em constantes e mútuas influências entre si. O primeiro deles pode ser considerado em sentido estrito, isto é, representa a ligeira circunstância de uma determinada enunciação. Em outras palavras, está representado por

---

<sup>16</sup> O código é a abreviação de *Quick Response*, que em português pode ser entendido como Resposta Rápida. Para acessar o conteúdo correspondente ao código, basta abrir a função câmera do *smartphone* e enquadrar o código. Uma mensagem aparecerá para que o usuário seja direcionado à página específica.

características como o recorte/contexto histórico em que o enunciado se deu; quem assina e (des)origina o discurso; o local/meio por onde o material discursivo circulou, entre outras. Já o sentido amplo consiste na relação de um determinado enunciado com condições e/ou contextos históricos e sociais que perpassam gerações e anos, conferindo a uma determinada comunidade/sociedade, concepções específicas acerca de determinados assuntos; ou seja, “a consideração dos efeitos de sentidos elementos que derivam da forma de nossa sociedade” (ORLANDI, 2005, p. 29).

No sentido amplo, os objetos desta análise, apesar de comporem produções de diferentes instituições, podem ser (in)compreendidos e alocados em relação a características similares. Por se tratarem de iniciativas de defesa e atração para a educação superior – especificamente para a graduação –, estão (in)diretamente relacionados com o produção e os efeitos de sentidos em nossa sociedade no que tange a temas a eles intrínsecos, tais como o papel da educação formal; a formação em nível superior; e as expectativas, conceitos e pré-conceitos a respeito da EaD.

As bases da educação no Brasil foram/são elitistas e excludentes, não estando vinculadas apenas ao nível de educação superior. A compreensão desse fenômeno só pode dar-se a partir do entendimento das raízes históricas que levaram às condições postas na contemporaneidade. Saviani (2011), ao tratar das ideias e concepções pedagógicas em nosso país, na tentativa de sintetizá-las, ressalta que, em solo brasileiro, é bastante perceptível a dualidade entre a educação ofertada às elites e aquela destinada às camadas populares. Desde a implantação das casas de bê-á-bá, pelos jesuítas, em meados do século XVI, já se percebia a ideologia de que uma determinada concepção – em especial a religiosa, naquele momento – era superior a outras e deveria ser apreendida (BITTAR & FERREIRA JR., 2004). Quando o trabalho para com os indígenas perde a força, por motivos como mortes por doenças e extermínio por parte de “homens civilizados” (FAUSTO, 2009, p. 50), a ação pedagógica ganha novos nuances de privilégio, passando a ser destinada, claramente, à elite, até a expulsão dos jesuítas do país.

Portanto, ao começar a segunda metade do século XVII, a educação jesuítica no Brasil Colonial já era quase exclusivamente

uma educação de elite, ou seja, os colégios da Companhia de Jesus transformaram-se em verdadeiros redutos educacionais frequentados apenas pelas elites econômicas coloniais. Desse modo, [...] inaugurou o binômio que vai marcá-la até os dias atuais: o elitismo e a exclusão (FERREIRA Jr., 2010, p. 26-27).

Custou ao Brasil tempo e empenho para a implantação das primeiras universidades. Apesar dos desencontros de informação sobre o surgimento do primeiro curso superior no país, recorrendo a Teixeira (1989), compreendemos que somente em 1808, ou seja, após mais de três séculos da chegada dos portugueses, é que o primeiro curso desse nível teria sido criado, o Curso de Cirurgia, Anatomia e Obstetrícia – que depois seria transformado na Faculdade de Medicina da Universidade Federal da Bahia –, por iniciativa do Príncipe Regente (há que se considerar, porém, que as primeiras universidades surgem apenas no século XX).

Sendo assim, longe da pretensão de explorarmos historicamente as concepções pedagógicas no Brasil e suas sucessões e correlações, parece-nos importante destacar que a visão da instituição educativa como espaço de privilegiados possui profundas raízes, que permeiam a história e a construção da sociedade brasileira, consistindo em erro relativizá-la e relacioná-la a um simples recorte temporal. De acordo com Chauí (2012), essa discrepância entre o público e o privado é característica da democracia, sob a qual se desenvolveu a nossa sociedade. Em suas palavras,

[...] a sociedade brasileira é oligárquica e está polarizada entre a carência absoluta das camadas populares e o privilégio absoluto das camadas dominantes e dirigentes. Ora, como vimos, uma carência é sempre particular e embora pressuponha um direito, não alcança a universalidade deste último. Por outro lado, um privilégio é, por definição, sempre particular e deixaria de ser privilégio se se transformasse num direito universal. A polarização entre a carência e o privilégio, expressão acabada da estrutura oligárquica, autoritária e violenta de nossa sociedade nos permitem avaliar o quanto tem sido difícil e complicado instituir uma sociedade democrática no Brasil e dar pleno sentido à cidadania (CHAUÍ, 2012, p. 13).

Ainda em Chauí (1980), em entrevista à Folha de São Paulo sobre o universo educativo, compreendemos que, além de servir como a reprodutora da ideologia dominante, das estruturas de classe e das relações de poder, a

educação formal tem sido relacionada aos aspectos econômicos mais imediatos. A instituição educativa, dessa maneira, passou a incorporar a função de reprodução de força de trabalho. Assim, a educação é vista com objetivos de forma emergencial e repentina, como capital, produção e investimento, e que tem em si a função de gerar lucro social.

A partir de tais apontamentos, percebemos que influências históricas e sociais contribuíram/contribuem para a compreensão da educação, e mais especificamente da educação superior, como condição indispensável para uma carreira profissional desejada e, como conseguinte, à captação de lucros. Nessa esteira, quem pode pagar mais tem acesso aos melhores cursos, que lhe renderão, sob esse pensar, melhores condições de vida, reforçando as diferenças sociais entre as classes. O sentido amplo, no que diz respeito à educação e à educação superior, portanto, pode ser pensado como o da compreensão social do espaço institucional da educação como lugar de privilégios/privilegiados e, portanto de reforço das hegemonias e diferenças sociais existentes.

Não por acaso, as informações a respeito do acesso à educação superior no Brasil mostram dois aspectos aos quais devemos nos atentar: 1) que há, ainda, um percentual ínfimo de formados em alguma graduação; 2) que predominam, nas salas de aulas de centros universitários, faculdades e universidades, aqueles que tiveram, ao longo da vida, mais recursos à formação e à preparação ao último nível de ensino. De acordo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PnadC) de 2017, com dados de 2016, apenas 15% dos brasileiros têm ensino superior completo. Além disso, o levantamento apontou, ainda, que mais da metade das vagas em universidades públicas são ocupadas por alunos oriundos de escolas particulares. Isso pode representar que, coincidindo com a compreensão do espaço educativo como o de privilégios, o ambiente acadêmico, mesmo com todas as iniciativas populares, políticas e partidárias das últimas décadas, ainda é marcado pela presença de egressos da iniciativa privada – leia-se: aqueles que possuem condições de pagar por uma formação educativa que atenda aos seus anseios e expectativas.

Passemos a pensar, então, no sentido estrito das CPs dos objetos de análise. A partir da redemocratização do país, nos anos finais do século XX, como vimos, as possibilidades de formação em nível superior foram intensificadas por

vários motivos, como a necessidade de mão-de-obra especializada, atendimento a pré-requisitos e exigências de órgãos e organismos internacionais, entre outros. A formalização da EaD, ocorrida a partir da LDBEN (1996), aparece como uma consequência de tais ocorrências. No início, de maneira tímida e permeada de incertezas. Todavia, na atualidade, o crescimento da modalidade, ano a ano, nos números de vagas e matrículas, supera o da presencial. Isso pode ser compreendido a partir dos dados emanados do Censo da Educação Superior 2017, que apontam um aumento de 27,3% no número de ingressantes de 2016 a 2017, enquanto a modalidade presencial demonstrou variação de apenas 0,5%. Quando se analisa o número de matrículas, os dados desses dois anos chama ainda mais atenção: enquanto na modalidade presencial o número de matriculados diminuiu 0,4% de 2016 a 2017, na EaD esse saldo é positivo: o aumento foi de 17,6%, o maior salto desde 2008.

Recorrendo a Secchi (2015), compreendemos que, no ciclo de políticas públicas relacionadas à EaD, vivenciamos, sob alguns aspectos, a etapa da Implementação, já que prerrogativas legais passam a compor a aplicabilidade prática, o que se reflete em aumento no número de instituições e cursos. As três IES selecionadas, responsáveis por assinarem os materiais objetos desta análise, apresentam aspectos similares e divergentes, no tocante ao sentido estrito das CPs. No que se refere às características em comum, destacamos o fato de as três integrarem a iniciativa privada; possuírem número de matrículas na EaD em rápido crescimento; terem, de acordo com os registros oficiais, mais de 100 mil alunos matriculados; e fixarem suas sedes no estado do Paraná<sup>17</sup>, localizado na região Sul do Brasil.

Apesar dessas convergências, dentro do que chamamos de sentido estrito das CPs, há as divergências, que indicam as particularidades de cada uma das instituições em relação ao momento exato de enunciação/produção dos discursos aqui analisados. Recorrendo ao sítio eletrônico das IES, encontramos informações que merecem ser destacadas nesse momento.

---

<sup>17</sup> De acordo com os dados do último Índice de Oportunidades da Educação Brasileira (IOEB), de 2017, o Paraná é a terceira unidade federativa, dentre as 26 presentes no território brasileiro, no ranking que avalia as condições de educação a pessoas durante a educação básica, ou seja, antes da educação superior. O índice leva em consideração a quantidade de insumos e resultados de avaliações quantitativas e qualitativas.

A Unopar, cuja sede fica em Londrina, é apresentada como a *maior* Universidade de Ensino a Distância do País. Na sequência a esta informação, encontramos complementos, no texto oficial da instituição, como o de que há na instituição mais de 300 mil alunos; que a sua *tradição* é de mais 40 anos; e que se faz presente em mais de 450 municípios brasileiros.

A Uninter, por sua vez, tem a sua apresentação alicerçada em informações como a de que foi criada em 2012, como fruto da fusão entre duas outras IES: a Faculdade Internacional de Curitiba (Facinter) e a Faculdade de Tecnologia de Curitiba (Fatec); se guia pelo/para o objetivo de superar as limitações geográficas, a fim de *levar* ensino de qualidade a todo o Brasil; conta com mais de 600 polos de apoio presencial e mais de 180 mil alunos matriculados; são 20 anos de existência, se somado o tempo de atuação das instituições antes da fusão.

A Unicesumar, por sua vez, tem, de acordo com informações da organização, mais de 130 mil alunos, quatro campi (Maringá, Curitiba, Ponta Grossa e Londrina) e mais de 400 polos de apoio presencial. Além disso, sua apresentação exhibe destaque para selos de *qualidade* de ensino, *comprovada* pela indicação de que está entre as 4% melhores instituições de ensino; mantém o Índice Geral de Cursos (IGC) em 4 (numa escala de 1 a 5), por oito anos consecutivos; está *presente* em todos os estados do Brasil; e possui mais de 200 parcerias internacionais. Adiante, usaremos tais dados na análise dos materiais assinados pelas instituições. O percurso de análise dos materiais levará como ordem a quantidade de alunos atendidos pelas instituições que por eles assinam. Portanto, a sequência será Unopar, Uninter e Unicesumar.

#### **4.1.1. “Graduação digital, novo EaD”**

O primeiro vídeo que aqui analisamos é o intitulado “Graduação Digital, novo EaD”, que tem dois minutos e 15 segundos. Este, optamos por dividir em duas partes, por representar cada uma um momento histórico diferente, como veremos a seguir. Antes, porém, expomos o *QR Code* para a visualização do vídeo completo.

## VÍDEO 1 - GRADUAÇÃO DIGITAL, NOVO EAD



## CONJUNTO DE FRAMES 01



*TV: Me lembro todo dia do passado e reclamo dessa juventude. Sou de um tempo onde tudo era árduo, que até pra ir ao banheiro precisava de atitude. Resolver tudo era um desafio; mandar fax, botar ficha no orelhão, lamber carta e deixar bem babada, um homem de 50 anos tinha cara de ancião. Hoje você é digital, não demora para resolver e ainda acha isso legal. Ó tempo que não volta mais, mas que saudade de você.*

Assinado pela Unopar, este material traz como protagonistas os artistas Rodrigo Faro e Whindersson Nunes<sup>18</sup>. Rodrigo Faro, à frente do programa “Hora do Faro”, da Rede Record, é um dos apresentadores da TV aberta mais conhecidos na atualidade. Aos 45 anos, tem uma carreira marcada pelos ofícios de modelo – o que começou a fazer aos nove anos de idade –, apresentador mirim, músico (integrou o Grupo Dominó, que foi um verdadeiro fenômeno no Brasil, nos anos 1990), ator e, atualmente, apresentador do programa de domingo que leva o seu sobrenome artístico. Em recentes entrevistas, o artista afirmou estar em sua melhor fase profissional e que não tem a pretensão de voltar a atuar, como o fez em novelas consagradas, como “Malhação”, “O Cravo e a Rosa”, “Chocolate com pimenta” e “O Profeta”, na Rede Globo de Televisão, líder em audiência. Na Rede Record, Faro está desde 2008, já tendo apresentado os programas “Ídolos”, “A Fazenda” e “O melhor do Brasil”, além do que conduz atualmente. Como apresentador, Rodrigo Faro já foi premiado várias vezes, inclusive pelo Troféu Imprensa, no qual recebeu cinco estatuetas. Formado em Rádio e TV pela Universidade de São Paulo (USP), casado e pai de três filhas, Faro é considerado um dos apresentadores brasileiros mais ricos, com patrimônio superior a R\$ 100 milhões.

Whindersson Nunes, por sua vez, conquistou fama como *youtuber*. A celebridade fechou o ano de 2018 como o dono do segundo canal do Brasil com mais inscritos (quase 35 milhões). Ainda assim, é considerado o *youtuber* mais influente do país na atualidade, já que o canal com mais inscritos na plataforma é sobre produção de música. Aos 24 anos, natural de Palmeira do Piauí, sem formação em nível superior, ele é um dos principais influenciadores de adolescentes e jovens, sendo um dos artistas nesse nicho com maior patrimônio. Um dos bens que mais chamam a atenção é um jatinho particular que Nunes usa para trabalhar. No início de 2018, em entrevista ao programa “The Noite”, ele disse gastar mais de R\$ 70 mil por mês apenas para a manutenção da aeronave. Além de fazer vídeos com paródias, imitações e performances cômicas, Whindersson viu as portas se abrirem no teatro e na TV, espaços nos quais atua

---

<sup>18</sup> As informações a respeito da vida pessoal e profissional dos artistas que aparecem nesta parte do trabalho e em outras foram retiradas de dois endereços eletrônicos especializados nesse segmento: <https://biografiaresumida.com.br/> e <https://gente.ig.com.br>.

com peças de standups, dublagens e comerciais. O *boom* para o sucesso começou em 2012, quando ele lançou a paródia “Alô vó, tô reprovado” (com base na música “Vó, tô estourado”, de Israel Novaes), que atingiu a marca de 5 milhões de visualizações em uma só semana.

Dessa maneira, percebe-se, na campanha, o uso daquilo que não é novidade nos comerciais e materiais de publicidade em nosso país: a exploração da figura dos famosos, geralmente em contexto de destaque e como representação de superação e de sucesso. A consideração desse sujeito se deve, na AD, à Psicanálise, uma das três bases da teoria, já que

[...] ao deslocar a noção de homem para a de sujeito, contribui com a AD ao passo que os estudos discursivos buscam compreender a língua como acontecimento e não apenas como uma estrutura, assim, ao reunir esta última e acontecimento, a forma material é tida como o acontecimento do significante em um sujeito afetado pela história (AMORIM, 2015, p. 15, 16).

Dessa forma, as características e os contextos histórico-ideológicos dos enunciadores não podem ser omissos. E essas representações estão para além do que está aparente e do que se quer real. Rodrigo Faro e Whindersson Nunes assumem, nesse contexto, o papel de Sujeitos do discurso – o que é diferente de Indivíduos. Nessa análise, em Pêucheux (1997), compreende-se que, diferentemente do que pode ser compreendido em um primeiro momento, a expressão “discurso” é muito mais que a mera transmissão de informações de um ponto a outro; precisa ser concebida como uma relação de sentidos diversos entre esses dois pontos, que podem ser apreendidos a partir de referências históricas e sociais. O teórico enfatiza que, nessa concepção, sujeito e indivíduo não são sinônimos; enquanto este indica uma particularidade, individualidade, aquele representa exatamente o que se deve considerar em uma análise: a expressão fruto de uma instância que é, em sua essência, coletiva e social.

Assim, assume papel de destaque nos discursos o lugar ocupado pelo sujeito. É esse lugar, com suas expressões sócio-históricas que reafirmam as características de quem integra o discurso e sentencia quem pode dizer o quê; em quais situações; e com direção a quê. O sujeito ocupa, momentaneamente, uma posição estratégica, de onde fala em nome de uma estrutura que, por mais

incompreendida e não contemplada, expõe, por meio da discursividade, uma determinada ideologia. Quem ocupa um referido lugar pode ocupar outro em um momento diferente; pode voltar a ele ou não.

A escolha por Rodrigo e Whindersson não é casuística. Assim como não o é a seleção de tantos famosos que vendem suas imagens a campanhas publicitárias de diferentes categorias. As suas imagens remetem a características, presentes na memória de quem recebe a mensagem, a respeito das celebridades. Entre os aspectos ligados a elas, podemos destacar a fama, o sucesso e, de certa forma, o poder. Quanto maior a identificação do público com o sujeito enunciador, mais forte se torna o vínculo e o espelhamento, condições essenciais para o convencimento a uma determinada causa.

É importante ressaltar o fato de que nem Faro, nem Nunes fala na condição pessoal, isenta e independente. Apesar de o sujeito do discurso pensar, por vezes, que age de forma livre e independente, já dizia Pêcheux (1997), ele é, de certa forma, assujeitado, por meio do que é chamado por ele de interpelação. Passa, de certa forma, a ser conduzido a serviço de uma determinada situação, definida como sendo a instância ideológica.

Esse contexto, de desconhecimento ou de falta de controle da condição de representação social com determinada função, é chamado por Pêcheux e Fuchs (1975, p. 177) como “ilusão subjetiva do sujeito”. Apesar de acreditar ser uno e fonte do dizer, ele representa, na verdade, uma construção coletiva e ideológica à qual está a serviço. Nesse caso específico, da imagem e do espelhamento perante as figuras dos famosos, quase sempre considerados ocupantes de um patamar que, ao mesmo tempo em que parece utópico, torna-se local de desejo. Destacamos ainda que o que está sendo dito por tais sujeitos não se constitui novidade e nem molda, no momento da enunciação, as compreensões que se tem a respeito de temas como a vida das celebridades, o sucesso e a fama. Tudo isso já foi explorado em algum momento e até por outros meios, ainda que não compreendido. Essa situação foi indicada na AD como esquecimento 1, pelo qual, como explicita Orlandi (2005, p. 36), os sujeitos

[...] “esquecem” o que já foi dito – e este não é um esquecimento voluntário – para, ao se identificarem com o que dizem, se constituírem em sujeitos. É assim que suas palavras adquirem

sentidos, é assim que eles se significam retomando palavras já existentes como se elas se originassem 21 neles e é assim que sentidos e sujeitos estão sempre em movimento, significam sempre de muitas e variadas maneiras. Sempre as mesas, mas, ao mesmo tempo, sempre outras.

Há, também, com base nos autores da AD, a chamada “ilusão referencial”, que indica a errônea crença, tida pelo sujeito, de que o que se vai dizer tem apenas um sentido/significado. Nesse processo, ocorre a ruptura de compreensão das relações estabelecidas entre pensamento, linguagem e mundo, considerando-as como algo unidirecional e estático. É a confusão gerada pela seleção do que dizer e o que não dizer; entre o dito e o não-dito. Nessa esteira, há significados expressos que se queira guardar e outros guardados que se queira expressar.

Esse esquecimento é o denominado número 2, caracterizado por Pêcheux como ilusão da realidade de pensamento, da ordem do pré-consciente, da ordem da enunciação, um esquecimento parcial. Portanto, o sujeito é sempre situado em um tempo, em um lugar, encaixado em um determinado grupo, ligado a uma determinada cultura, o que se revelará no seu discurso (AMORIM, 2015, p. 21).

Uma clara indicação de que os sujeitos do discurso não são isentos e/ou independentes em relação ao contexto é o fato de que, diferentemente de Rodrigo Faro, Whindersson Nunes não possui formação em nível superior. Dessa forma, quais são as regularidades discursivas que levam os dois a dividirem o mesmo espaço do discurso? Em outras palavras, quais atributos possui Nunes para, ao lado de Faro, posicionar-se como personalidade que incentiva a formação superior em uma determinada instituição? Tentemos responder a essa indagação. Já exploramos que o acesso à educação, e mais precisamente à educação superior, é compreendido histórica e socialmente como um privilégio. Além disso, como destacou Chauí (1980), as finalidades atribuídas à educação superior no Brasil estão ligadas a resultados imediatos, principalmente no sentido de retorno (em especial o financeiro). Nesse pensar, podemos afirmar que a motivação para estudar (ou a crença nela) tem levado mais em consideração os fins do que os meios. As duas celebridades brasileiras apontadas apresentam, portanto, o sucesso e a ascensão na carreira como características em comum, mas não a

formação em nível superior (muito menos na modalidade a distância) sobre a qual se põem a falar. O fazem, então, devido a uma condição temporária. Esse é o lugar, ocupado pelo sujeito no seio de uma Formação Discursiva, chamado por Pêcheux (1997) de forma-sujeito. É por meio da ocupação desse espaço que o sujeito passa a integrar uma determinada Formação Discursiva, que, ao mesmo tempo em que representa a ele uma identificação, faz uso de sua materialidade para a efetivação.

O conjunto de *frames* 1 foi selecionado a partir da primeira parte do vídeo, sendo que a Transcrição Verbal (TV) desse pedaço ocorreu de forma integral. Nesse momento, o material apresenta, propositalmente, edição que remete a clipes antigos, possivelmente dos anos 1980, o que pode ser afirmado por causa da relação estreita entre o estilo visual adotado por Faro e Nunes, no papel de cantores sertanejos, com o de cantores consagrados à época, tais com Chitãozinho e Xororó. A música, dessa primeira parte do vídeo, segue o subestilo de sertanejo “raiz”, que até o final do século XX era a principal referência da categoria, com compassos lentos e melodias chorosas. Tais aspectos trazem à tona a ideia de antiguidade. O cenário do “*clipe*” é uma fazenda, trazendo à tona a representação da *realidade* vivida por grande parte das famílias anos atrás, representação que se materializa, no vídeo, também, pela exploração de cenas de trabalhos característicos da zona rural, marcados por atividades manuais, suadas e sacrificadas.

Tais dispositivos podem ser condicionantes da ativação da memória discursiva, a partir do arquivo existente a respeito de um determinado assunto. Para a teoria de AD, há a aproximação, ou mesmo a equivalência, entre o já-dito e a memória discursiva. Existe, portanto, uma relação constante entre o que se está a dizer, em determinado momento e em determinado lugar, com o que já foi pronunciado e vivido/presenciado em outras condições adversas. As redes de memórias – responsáveis pelo resgate do já enunciado –, porém, ao lado das Formações Discursivas, não se constituem em meras repetições. São reconfiguradas constantemente, a partir de diferentes trajetos históricos e sociais (ORLANDI, 2005).

Às imagens, somam-se frases como “*Sou de um tempo onde tudo era árduo*” e “*Resolver tudo era um desafio*”, que podem indicar uma dificuldade de

realizações de tarefas, no passado, com a ideia de sacrifício. A essas orações, estão relacionadas indicações de ações que exemplificam tais dificuldades, como “*botar ficha no orelhão*” e “*lamber carta*” (em referência a uma das práticas de se colar envelopes). Chama a atenção a exploração de aspectos humorísticos, como o trocadilho presente em “mandar fax” – que, no sentido literal, era uma prática muito comum, principalmente para fins administrativos formais, e que atualmente praticamente inexistente –, que é enunciado juntamente com a imagem em movimento de um dos personagens no banheiro, com um sabugo de milho nas mãos. Esse recurso reforça a reflexão sobre a diferenciação entre indivíduo e sujeito, nesse percurso analítico. Afinal, Faro e Nunes, “*garotos-propaganda*” do comercial, não se fazem presentes a partir do que representam individual e particularmente, mas pela força e representação que suas imagens têm no presente contexto social. A escolha por eles foi validada a partir da compreensão de que eles podem dizer o que dizem desta maneira, já que existem características sobre o lugar que ocupam socialmente que coincidem com essa forma de expressão. Um jornalista âncora do principal jornal de TV do país, por exemplo, ou um político provavelmente não poderia assumir tal tom discursivo. É importante ressaltar que este lugar não é ocupado de forma permanente por esses sujeitos; isso ocorre enquanto for possível indicá-los como ocupantes de posições sociais que gerem identificação para com o público-alvo, enquanto símbolos ideológicos (COURTINE, 1982) – sendo suas posições elementos de desejo.

Ao final desta primeira parte do vídeo, percebe-se a indicação de características próprias do homem de décadas atrás. É o que se identifica, por exemplo, na expressão “*um homem de 50 anos tinha cara de ancião*”, reforçando, uma vez mais, a vida sofrida daquele momento. Ao mesmo tempo, percebe-se um certo saudosismo, uma vez que, mesmo com todas essas dificuldades, os *cantores* fecham o trecho afirmando “Ó tempo que não volta mais, mas que saudade de você”. Nesse momento, as reações dos telespectadores/usuários podem ser as mais diferentes possíveis, de acordo com as experiências que se tem a respeito do assunto. Alguns viveram esse momento; outros, ouviram falar dele. Em todos os casos, as memórias são ativadas para que haja a produção de sentidos.

A aposta, porém, na continuação do material, é pela valorização do que é novo/atual. Recorrendo a Bauman (1999), é possível compreender que a valorização do que é novo é uma característica da sociedade do consumo – na qual o consumismo assume papel relevante. Para ele, desejar pelo o que é novo chega a ser mais forte do que o próprio desejo pela mercadoria em si. Reforçamos que guiamo-nos pela compreensão de que a educação é um bem material, mercantilizado nas sociedades capitalistas, uma vez que adquire valor de troca. Dessa maneira, com vistas ao convencimento, o vídeo em questão sofre uma abrupta mudança: as roupas dos *cantores*, antes volumosas e nada atrativas, visualmente falando, dão lugar ao estilo despojado, com camisetas, jaquetas e colares, ao lado de outras marcas, como os cabelos curtos; o sertanejo raiz é substituído pelo sertanejo universitário – que, de acordo com o portal Músicas Mais Tocadas<sup>19</sup>, com base em dados do *Google* e do *Youtube*, é o estilo mais tocado no espaço temporal ao qual nos referimos no presente momento. A seguir, indicamos o conjunto de frames 2, retirado a partir da segunda parte do vídeo.

### VÍDEO 1 - GRADUAÇÃO DIGITAL, NOVO EAD CONJUNTO DE *FRAMES* 2



<sup>19</sup> <https://www.musicasmaistocadas.mus.br/>

**TV:** *Hoje em dia, eu só mando meme e nudes, áudio, emoji, print, gif e textão. Eu só quero superlike, like e match. Pra passar para a direita, basta ter respiração. Tem bom dia em todo grupo de família. E de curtida eu tenho um canavial. Eu vou ao banco, ouço som, peço comida, até minha faculdade hoje em dia é digital. Até minha vó tem internet, WiFi até em funeral, e você preso ao passado, sem tempo no dia a dia. É só vir para o digital.*

Apesar de não se referir, até o momento, à educação superior (o que irá ocorrer apenas no final do material), a produção vai apresentando, a partir daqui, elementos que se assemelham aos da rotina da maioria das pessoas que vivem na segunda década do século XXI, o que contribui para a identificação com o material e os signos que a ele estão ligados. Essa parte do vídeo já começa com uma ação clássica em referência ao que é novo/atual: a ideia de registro midiático de si mesmo, a *selfie* – ação que indica, de modo geral, o registro (em fotografia ou vídeo) pelo(s) próprio(s) usuário(s), de sua(s) imagem(ns), a partir do uso de dispositivos móveis, como o *smartphone*. O termo, eleito a palavra do ano de 2013<sup>20</sup>, pelo Dicionário Oxford, é derivante da palavra *self*, que “tem a característica de ser um objeto para si próprio” (Mead, 1934, p. 136), ou seja, o eu colocado como reflexão por si mesmo; o que tem a capacidade de ser, ao mesmo tempo, sujeito e objeto. De acordo com Santos (2016), essa prática está ligada a uma satisfação pessoal. Em suas palavras:

Social e historicamente situado [...] ele supre os indivíduos – agentes que são – da capacidade de apreciar não só a si próprios, explorando suas profundezas internas, mas também o espaço social e o universo cultural dentro dos quais estão imersos, permitindo estabelecer relações entre seus mundos interior e exterior (SANTOS, 2016, p. 92).

Além do aspecto do reconhecimento próprio a partir da prática, a *selfie* aponta para as relativas independência e autonomia, uma vez que não se depende de outra pessoa para fotografar/filmar a si mesmo, conceitos que estão relacionados ao discurso de que a EaD também traz essa certa liberdade, em relação à modalidade presencial, e que, comumente, são utilizados na construção de argumentos para o convencimento.

---

<sup>20</sup> <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/11/selfie-e-eleita-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.html>

À referência à *selfie*, somam-se, na produção, neologismos surgidos a partir do mundo digital, tais como *meme* (manipulação de imagens, geralmente de maneira cômica, com objetivo de viralização), *nudes* (fotografias/vídeos nos quais o personagem aparece nu, de maneira erotizada), *emoji* (representações icônicas que expressam sentimentos e expressões), *print* (o registro da imagem digital, especialmente enviada/recebida), *gif* (sequências de movimentos, com sentidos e repetições), *likes*, *superlikes* e *match* (esses três popularizados nos últimos anos a partir de aplicativos de relacionamento, como o *Tinder*, representando, de maneira sucinta, respectivamente, interesse por alguém, superinteresse por alguém e compatibilidade de interesses entre duas pessoas). Todos os termos contribuem para a identificação do público-alvo (adepto às linguagens virtuais) com o material, pelo aspecto da atualidade.

Além disso, esse trecho enaltece a importância das curtidas (reações a postagens nas redes sociais), ao enunciar “*E de curtidas eu tenho um canavial*”, o que, em outras palavras, sugere a busca pela aprovação de um grupo social no qual se está inserido, destaque vindo acompanhado de indicações de ações feitas a partir dos recursos digitais, como *ir* ao banco, ouvir música, pedir comida e, finalmente, fazer faculdade. Sugerindo uma compreensão a partir desse trecho, na concordância e nas sucessões das ações, podemos dizer que não é preciso mais ir ao banco para realizar transações ou resolver problemas, já que isto pode ser resolvido virtualmente; é desnecessário ir até uma loja para comprar um CD do artista favorito; as músicas podem ser compradas diretamente pela internet ou baixadas por aplicativos próprios para isso; assim como não se faz imprescindível ir ao restaurante para comer, uma vez que, pedindo a comida pelo celular, em poucos minutos a tenho em casa. Seguindo esse pensar e levando em consideração a sequência, seria possível dizer que se tornou dispensável a ida a uma IES. Assistir aulas, realizar leituras e fazer atividades são ações que podem ser executadas pela internet.

Ainda no vídeo, encontramos a expressão “*Até minha vó tem internet*”, que aparece de forma concomitante com a imagem em movimento de uma personagem idosa, interpretada por Nunes, usando, sem muito domínio, um *laptop*, no qual há um adesivo de um ícone de coração, que se assemelha ao

utilizado no *Tinder* – aplicativo de relacionamentos mais popular do planeta <sup>21</sup>– para indicar o interesse por alguém. A expressão, associada à imagem, representa a nós, principalmente, a pressão para se ingressar em um curso superior, aqui especificamente por meio da modalidade a distância, o que pode ser compreendido por meio da expressão “*Até minha vó*”. Vinculado aos demais símbolos e representações que integram a rotina do público-alvo, tal indicação aparece como sendo uma necessidade da vida.

Como parte final, o vídeo traz as seguintes expressões: “*E você preso ao passado, sem tempo no dia a dia. É só vir para o digital*”. Em relação especificamente a tais enunciações, percebe-se que a modalidade de educação digital/a distância, é “vendida” como a possibilidade para problemas da atualidade, como o da falta de tempo para estudar. Isso é reforçado pela expressão “*não demora para resolver*”, que aparece no material indicando o perfil do humano neste período, e que pode levar à decisão rápida e impulsiva por matrícula.

A sensação que se tem é a de que estudar na modalidade a distância é simples, não toma tempo e representa a solução para muitos problemas. Isso gera um certo mito de facilidade. Mascara-se ou negligencia-se, porém, que a evasão na EaD é maior que na modalidade presencial (ABED, 2018), o que indica que a facilidade pregada pelo comercial não se reflete na realidade. Na AD, o sentido de um discurso não é tido como algo pronto e acabado, muito menos transparente. Para Pêcheux (1997), há certa ilusão em relação ao que se vê, diz e ouve, que só pode ser superada a partir da análise que toma como referência o lugar do sujeito do discurso. Dessa maneira, um enunciado não deve ser concebido como completo, pois isso consiste em superficialidade. A linguagem só gera sentido(s) porque se constitui como elemento inserido em um contexto social, histórico e ideológico. Pêcheux (1997), a esse respeito, enfatiza que o discurso é algo opaco, que depende da estrutura e do acontecimento para ter força.

Nesse processo, não apenas o que se diz precisa ser considerado. O que foi deixado de ser dito para que determinado enunciado fosse exposto também

---

<sup>21</sup> <https://forbes.uol.com.br/negocios/2016/11/tinder-e-aplicativo-de-relacionamentos-mais-baixado-do-mundo/>

compõe o movimento discursivo e merece atenção. É a consideração do silêncio, que na AD ocupa local de destaque, uma vez que é preciso não dizer para poder dizer.

Como destaca Orlandi (1995, p. 70), a “hipótese de que partimos é que o silêncio é a condição da produção de sentido. Assim, ele aparece como o espaço ‘diferencial’ da significação: lugar que permite à linguagem significar”. A autora explica que para que existam sentidos no que uma linguagem diz, é preciso haver o contraponto, chamado por ela de lugar “outro” ou “diferente”, que nada mais é que o silêncio em relação a aquilo que se quer destacar. No momento da enunciação, é preciso realizar uma escolha sobre o que dizer. O silêncio é compreendido, nessa perspectiva, como o elemento excluído, para que determinado enunciado contrário encontre significação.

Ainda de acordo com Orlandi (1995), há pelo menos dois tipos de silêncio no processo discursivo. Nessa tipologia, o primeiro modelo é o chamado de fundador, que representa o fato de o silêncio relacionar-se com as palavras. Configura, aqui, como o não-dito, criando possibilidades de interpretações e significações múltiplas. O segundo tipo é chamado pela autora de política do silêncio e é dividido em dois subtipos: o constitutivo, que aponta que existem anulações entre umas palavras e outras, e o local, que representa as proibições e limitações existentes em determinadas situações.

Por isso distinguimos entre a) o silêncio fundador, aquele que existe nas palavras, que significa o não dito e que dá espaço de recuo significante, produzindo as condições para significar e b) a política do silêncio que se subdivide em b1) silêncio constitutivo, o que nos indica que para dizer é preciso não dizer (uma palavra apaga necessariamente as outras palavras) e b2) o silêncio local, que se refere à censura propriamente (aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura) (1995, p. 24).

Percebe-se que o discurso apresenta-se sempre como algo incompleto. Porém, essa incompletude faz parte do próprio enunciado e confere sentidos diversos a este. Isso porque esse processo é concebido na materialidade, na qual é impossível dizer tudo o que se quer/pretende dizer. Dessa forma, ao pregar a facilidade, com discursos como “*É só vir para o digital*”, o comercial está deixando de expressar as características que devem pertencer ao aluno da modalidade a

distância, tais como a disciplina, a responsabilidade e a autonomia, cujas ausências, entre outros motivos, fazem com que a desistência nos cursos de graduação atinja, ainda, patamares muito elevados.

O comercial em questão começou a circular, na internet e na TV, a partir de janeiro de 2018. No canal da Unopar, no *Youtube*, o vídeo foi postado em 2 de janeiro do referido ano, sendo que em fevereiro de 2019 já contava com mais de 7,6 milhões de visualizações. Portanto, a produção ocorreu já na vigência do Decreto nº 9.057/2017, de 25 de maio de 2017, e da Portaria Normativa nº 11, de 20 de junho do mesmo ano. Assim, percebe-se que a produção faz uso de prerrogativas legais criadas a partir dos textos legais, complementares entre si. O nome do vídeo, “*Graduação digital, novo EaD*”, já destaca uma das principais mudanças trazidas pela portaria que normatiza o decreto em questão, qual seja, a possibilidade de se ofertar cursos totalmente a distância, sem a exigência de atividades presenciais, sob a aprovação da Secretaria de Regulação e Supervisão da Educação Superior (Seres), conforme destaca o § 1º da portaria. Ao fazer uso de tal prerrogativa, percebe-se, a produção reforça que a instituição está atendendo aos parâmetros e aspectos legais e, ao mesmo tempo, validando e enaltecendo essa abertura legal, reforçando que, assim como grande parte das atividades do cotidiano pode ser realizada por meio do mundo digital, o ensino também precisa ser assim contemplado. Mais uma vez, um dado importante é deixado de lado, caracterizando o conceito de silêncio na AD, na tentativa de convencer: ainda de acordo com o Censo EAD.BR 2017/2018 (2018), quando se compara o ensino 100% online com o ensino semipresencial, o primeiro atinge níveis muito maiores de evasão acadêmica, chegando a ser, aproximadamente 35% maior.

Apesar disso, o mesmo Censo, que representa a Abed, trata, de forma amena e positiva, dessa possibilidade, em conjunto com as demais mudanças trazidas pelas últimas legislações atinentes à temática, como uma flexibilização que tende a impulsionar uma nova era para a modalidade. Vale destacar que a Abed defende de forma veemente a expansão da EaD no país, sendo que um de seus objetivos é, justamente, “apoiar a indústria do conhecimento”<sup>22</sup> no Brasil. Como reflexo disso, o documento trouxe uma novidade nos resultados dos

---

<sup>22</sup> <http://www.abed.org.br/site/pt/faq/>

levantamentos, em comparação com os demais anos: mais de 4% dos respondentes do censo informaram que começaram a ofertar cursos na modalidade a distância há pouco menos de um ano. Isso aponta para os investimentos recentes voltados à modalidade, por parte das IES, o que deve alavancar ainda mais a oferta de cursos nessas áreas. E é justamente isso que prevê a pesquisa “Um ano do Decreto EAD – O impacto da educação a distância”<sup>23</sup>, realizada em maio de 2018 pela Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES), que representa grande parte do ensino superior particular do país: até 2023, a EaD representará 51% dos ingressos na educação superior, contra 49% da modalidade presencial. Parece-nos que, ao mesmo tempo em que as alterações nas leis geram tais estimativas, elas também aparecem como consequência da expectativa gerada pelo mercado, favorecendo-o. Dessa maneira, tornam-se mais claros os motivos pelos quais os investimentos e a expansão da modalidade de ensino a distância são tão rápidos: em pouco tempo, seu impacto na educação será maior e representará, por conseguinte, mais oportunidades de negócios, uma vez que, como já se viu, a expansão da iniciativa privada é muito maior que a da pública.

#### **4.1.2. “Tradição e qualidade. Universidade assim, só Unopar.”**

O vídeo que trazemos à análise, neste momento, é intitulado como “*Tradição e qualidade. Universidade assim, só Unopar.*”. Com 30 segundos de duração, o material foi postado no canal oficial da instituição no dia 10 de outubro de 2017, como parte da campanha para o ano letivo de 2018. Até o momento desta pesquisa, a produção registrava pouco mais de um milhão de visualizações. A seguir, estão o código de acesso ao vídeo, o conjunto de *frames* retirado do produto, bem como a TV.

---

<sup>23</sup> <http://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2018-05/ensino-a-distancia-no-brasil>

**VÍDEO 2 – TRADIÇÃO E QUALIDADE. UNIVERSIDADE ASSIM É UNOPAR.****CONJUNTO DE FRAMES 3**

**TV:**

*Rodrigo Faro: É fácil entender quem escolhe Unopar.*

*Carlos: A faculdade era tão boa, que eu sonhava em trabalhar lá. Deu certo!*

*Julia: Meu pai é um advogado incrível. Ele fez Unopar. Eu quero o mesmo pra mim.*

*Mariana: Eu não tenho dúvida nenhuma: o que eu aprendi lá mudou minha carreira.*

*Luis: É... eu não fiz Unopar. Eu sou Unopar.*

*Rodrigo Faro: Viu só? Aqui você tem um sistema de ensino inovador e aprende na prática o que o mercado exige. Universidade assim, só Unopar. Inscreva-se já.*

**Texto escrito:**

*Top de Marcas Londrina 2016; Carlos Martins Administração | Turma de 2011; 45 anos de tradição; Julia Nunes Direito | Turma de 2014; Laboratórios modernos; Mariana Braga Enfermagem | Turma de 2007; 7 campi no Paraná; Luis Camargo Agronomia | Turma de 2011; Exclusivo sistema de ensino; Unopar 45 anos; Inscreva-se: [www.unopar.br](http://www.unopar.br).*

Este material não indica, com exclusividade, a EaD. Todavia, atendeu aos descritores de pesquisa e foi utilizado na divulgação de cursos a distância, além da modalidade presencial, uma vez que mais de 90% do público da instituição são alunos da EaD. Por isso, o vídeo foi selecionado para a análise. Aqui, o foco está na preparação exclusiva para o mercado de trabalho. Isso pode ser percebido com as expressões “*eu sonhava em trabalhar lá*”, “*Meu pai é um advogado incrível. Ele fez Unopar. Eu quero o mesmo pra mim*” e “*o que eu aprendi lá mudou minha carreira*”. Das quatro personagens que prestam depoimento, por meio da técnica do “*testemunho autorizado*”<sup>24</sup>, três já atuam profissionalmente e uma indica o sucesso do pai. Cabe ressaltar que a gravação do vídeo, na parte dos depoimentos, é feita colocando os personagens em primeiro plano, o que ressalta mais suas imagens pessoais, o que pode levar à compreensão de que quem estuda na instituição tem destaque garantido. Além disso, tal enquadramento ressalta olhos, bocas e expressões e podem ser fundamentais para que uma determinada peça publicitária atinja seus objetivos para com os enunciatários.

A condução do vídeo, mais uma vez, fica a cargo de Rodrigo Faro, imagem famosa e representativa de sucesso profissional, recurso utilizado no comercial

---

<sup>24</sup> Tal termo é usado por Garcia (1992), sendo conceituado as situação em que depoimentos alheios são considerados dignos de crédito e destaque, o que é feito mediante autorização, aplicando o que se chama de métodos de autoridade.

anteriormente analisado. Contudo, chamam a atenção as imagens intercaladas entre o apresentador – que, como vimos, assume lugar social de desejo, por tudo o que representa histórica e socialmente, – com os demais atores desconhecidos, como uma tentativa de se afirmar que estes desconhecidos estão no caminho certo; que a formação lhes trará prestígio (que está materializado na imagem famosa) e que lhe garantirão sucesso profissional. Diferentemente do vídeo anterior, no qual o destaque estava sobre os artistas, aqui já se percebe um distanciamento de Faro do ponto central, para dar lugar aos demais enunciadores, como exemplos de superação. A cor de sua roupa, cinza, aponta para uma neutralidade, em contraste com as vestimentas dos personagens. O apresentador recebe, também, menos destaque em relação ao enquadramento da filmagem, predominando para ele o Plano Médio (PM) (no qual o corpo todo é filmado, perdendo-se detalhes particulares) e o Meio Primeiro Plano (MPP) (pelo qual, entra em cena o corpo da cintura para cima).

Importa considerar que, de forma conjunta ao depoimento de superações e conquistas dos alunos/personagens, aparecem, no vídeo, dizeres, nas cores do logotipo da Unopar – azul e vermelho – destacando características da instituição. O diálogo entre tais dizeres e os testemunhos, que aparecem simultaneamente, funciona como um reforço de que o sucesso pregado se deve aos aspectos exclusivos da IES, tais como “*Top de Marcas Londrina 2016*”, “*45 anos de tradição*”, “*Laboratórios de qualidade*” e “*7 campi no Paraná*”. Tais enunciados funcionam, com base em Orlandi (2005), além de representação do interdiscurso, a partir da valorização de selos histórica e socialmente valorizados, por técnicas de *intradiscurso*, termo que a autora opõe ao que é *interdiscurso*. Segundo ela, toda enunciação é construída a partir de dois eixos, chamados de *inter* e *intradiscurso*. Explicando figurativamente, aponta o interdiscurso como sendo o eixo vertical, no qual podem ser alocados todos os dizeres que já foram ditos, em contextos diferentes (até mesmo os esquecidos); horizontalmente, está o eixo identificado como o do *intradiscurso*, que representa “aquilo que estamos dizendo naquele momento dado, em condições dadas” (ORLANDI, 2005, p. 33). O interdiscurso está relacionado, então, à memória (constituição), enquanto o *intradiscurso* indica a ideia de atualização do já-dito (formulação).

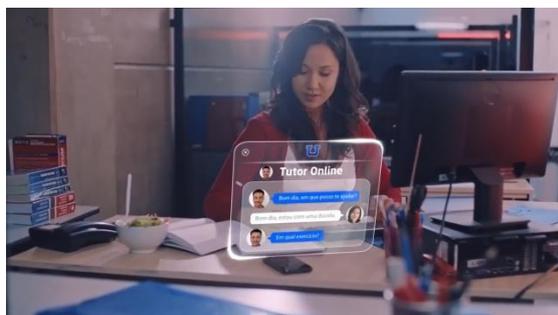
Sendo assim, ao retomar aspectos ligados à história e à trajetória da instituição, como a indicação da tradição de 45 anos e os selos acumulados, a produção recorta os discursos já-ditos – e que, portanto, compõem a memória – que lhe servem como reforço, fazendo uso, portanto, do interdiscurso, e passa a formular novo discurso, por meio do intradiscurso, a partir do novo momento de enunciação. Essa seleção se faz a partir da compreensão do que pode/deve ou não ser dito. Tais definições possuem regularidades de discurso que expressam, portanto, as Formações Discursivas, responsáveis por materializar a ideologia em um dado momento.

Desse modo, o material transmite a mensagem de que a formação na Unopar, e somente nela, é condição suficiente para o sucesso profissional, o que é reforçado, no final do vídeo, pelo advérbio “só”, presente em “*Universidade assim, só Unopar*”. Além disso, aponta que a formação em nível superior tem como foco exclusivo a preparação para o mercado de trabalho, estando a serviço deste, o que pode ser identificado nos depoimentos dos personagens e em afirmações do apresentador, como “*Aqui você [...] aprende na prática o que o mercado exige*”.

#### **4.1.3. “Você digital, até na hora de estudar”**

Analisamos aqui o vídeo cujo título é “*Você digital, até na hora de estudar*”, também produzido pela Unopar. Com um minuto de duração, o material foi postado no canal oficial da instituição no dia 16 de outubro de 2017, como componente da campanha para o ano letivo de 2018. Até o momento de finalização desta pesquisa, o vídeo já contava com quase 51,5 milhões de acessos. A seguir, reunimos o *QR Code*, o conjunto de *frames*, o VT e o texto escrito do produto.

## VÍDEO 3 – VOCÊ DIGITAL ATÉ NA HORA DE ESTUDAR.

CONJUNTO DE *FRAMES* 4

**TV:**

*Você já aprendeu a ser digital na hora de ouvir música, de ir no banco, de ficar perto dos amigos. E agora você vai ser digital até na hora de estudar. Com a Unopar graduação digital, a pioneira em EaD está inovando mais uma vez. Graduação digital é ter aulas na unidade uma vez por semana, com transmissão ao vivo do professor, e ter a flexibilidade de estudar online quando quiser. Graduação digital é estar com os amigos em sala de aula e ter um fórum online pra trocar ideia a qualquer momento e contar com tutores em classe e online pra esclarecer as suas dúvidas. Graduação digital é ter aulas práticas em laboratórios especializados, em cursos como engenharia, enfermagem, educação física, e também estudar online com conteúdos interativos. Unopar graduação digital. Você digital até na hora de estudar.*

Assim como no primeiro vídeo sobre o qual propusemos uma análise de possibilidades de sentidos, neste, há a exploração do recurso musical. Contudo, no lugar de paródia e performances cômicas, o que se tem é, já na primeira imagem da produção, a figura do DJ Alok, que está em atividade e cujo nome aparece em destaque. Do começo ao final do vídeo, o plano musical de fundo é a música mais famosa do artista, “Hear me now”<sup>25</sup>, cujo clipe oficial possuía quase 300 milhões de visualizações no *Youtube*, no momento de finalização deste trabalho. Aos 27 anos e natural de Goiânia, o principal representante da música eletrônica do Brasil tem uma sólida carreira nacional e internacional. Filho de também DJs, ele teve oportunidade de estudar música dentro e fora do país, consagrando-se como um dos principais nomes da área na atualidade. Apesar de ter começado a estudar “Relações Internacionais” na Universidade Católica de Brasília, não concluiu o curso. Em 2017, Alok foi eleito pela *Forbes* como uma das 91 pessoas com menos de 30 anos mais influentes do mundo.

Retomamos aqui o conceito de sujeito presente na AD. De acordo com Pêcheux (1997), esse sujeito da análise não é o indivíduo, não representa o

<sup>25</sup> Com a possível tradução “Me ouça agora”.

elemento empírico, mas é aquele do discurso, que tem em si características e marcas sociais, ideológicas, históricas, políticas etc. Assim, podemos reforçar, uma vez mais, que o lugar ocupado por quem enuncia, aquele chamado de *forma-sujeito*, não é vazio, mas se faz a partir de construções de diferentes naturezas imbricadas. A escolha por Alok (assim como a de Rodrigo Faro – que também participa deste material –, de Whindersson Nunes e de tantas outras figuras famosas exploradas pela publicidade), representa um caminho rápido para a exemplificação de sucesso, glamour e realização profissional, principalmente se considerarmos o tempo limitado que uma produção como esta tem, precisando transmitir o máximo de informações possíveis. O que está em jogo não é a figura individual de cada um desses artistas, mas, sim, o espaço discursivo que podem ocupar a partir do que suas imagens representam em um determinado contexto social em dado momento histórico.

Segundo Pêcheux (1997), o sujeito do discurso reúne aspectos do interdiscurso, ou seja, aquilo que se quer dizer, dito em outro momento, mesclando-o e mascarando-o a partir do intradiscurso, com a intenção de demonstrar originalidade. Dessa forma, tende, a forma-sujeito, “a absorver-esquecer o interdiscurso no intradiscurso, isto é, ela simula o interdiscurso no intradiscurso, de modo que o interdiscurso aparece como o puro “já-dito” do intradiscurso, no qual ele se articula por “co-referência”” (PÊCHEUX, 1997, p. 167). O fato de Alok não ter concluído um curso superior é, nesse contexto, silenciado, pois o que importa, neste momento, é usar a sua imagem como símbolo de sucesso, na busca pela identificação/aproximação do enunciatário/telespectador.

O diálogo existente entre as imagens e o texto narrado, chama a atenção pela técnica de condução a um determinado objetivo. Há que se ressaltar que, contrastando com a imagem de Alok e a voz de Rodrigo Faro, estão representados aqueles tidos como anônimos no universo das celebridades. No total, 16 personagens aparecem como alunos (além daqueles figurantes em segundo plano) e representam uma diversidade em relação a cor, etnia, classe social, entre outras características. Com o destaque a tal diversidade, percebe-se duas preocupações principais no decorrer do vídeo: a de indicar a educação superior como um espaço à disposição de todos e a de apontar que,

independentemente da origem, do local de trabalho e das dificuldades enfrentadas por cada um, todos podem estudar e conquistar os objetivos a partir do esforço. Isso fica claro quando aparecem, no material, pessoas utilizando transporte público e estudando no espaço de trabalho. Aliás, há, mais uma vez, um destaque grande dado à universidade a serviço do mercado.

O vídeo publicitário em questão pode ser dividido em três partes. Na primeira, se encarrega de apresentar o que as pessoas cotidianamente fazem utilizando a internet. Há uma sequência de personagens ouvindo música, pagando boleto e conversando com amigos por videochamada. Aqui, chama a atenção a exploração do advérbio “já” (*Você **já** aprendeu a ser digital na hora de...*). Pensando a referida palavra para além de sua função gramatical, assim como é analisado o discurso na linha materialista da AD, percebe-se o seu uso como mecanismo reforçador do aspecto de aproximação/identificação do enunciatário, uma vez que está presente em uma afirmação categórica sobre o que o telespectador/usuário faz. O advérbio aparece logo após o pronome pessoal “você”, o que contribui para uma aproximação ainda maior. A segunda parte pode ser indicada como a do ato de se determinar o que deve ser feito. Ela começa com a expressão “*E agora **você vai...***”, na qual o pronome direto “você” em conjunto com o verbo “vai” no modo imperativo – palavras que destacam proximidade e certeza –, soa como um recurso de comunicação direta com o enunciatário. Na verdade, sabemos que os telespectadores/usuários são milhares (ou milhões), mas o uso dessa estratégia faz parecer que a comunicação foi preparada única e exclusivamente para uma pessoa. Esse é um recurso característico da publicidade, que é somado ao fato de se estabelecer um diálogo entre o emissor e o receptor.

Toda a estrutura publicitária sustenta uma argumentação icônico-linguística que leva o consumidor a convencer-se consciente ou inconscientemente. Tem a forma de diálogo, mas produz uma relação assimétrica, na qual o emissor, embora use o imperativo, transmite uma expressão alheia a si própria. O verdadeiro emissor permanece ausente do circuito da fala; o receptor, contudo, é atingido pela atenção desse emissor em relação ao objeto (CARVALHO, 2003, p. 13).

Dessa forma, há que se destacar que, apesar de o *diálogo* estar sendo estabelecido a partir de referências de destaques em determinado contexto social, como Alok e Faro, bem na verdade o que eles expressam são orientações alheias às suas vidas e aos seus interesses diretos – até porque nenhum deles possui relação direta com o ensino ministrado na/pela instituição. Pensando assim, é compreensível que o verdadeiro emissor, nas peças publicitárias, não apareça. Torna-se mais fácil enfatizar o que é identificado como gerador de retorno e silenciar aspectos que inibam a conquista de clientes.

A terceira parte é a do momento de apresentar o que é a graduação digital, na qual o enunciatório deve se lançar. São apresentados aspectos que estão relacionados às exigências impostas pela legislação. O texto destaca, por exemplo, a possibilidade de se estudar uma vez por semana “*na unidade*” – em referência à base legal sobre a existência de polos de apoio presencial. Ao usar “unidade” no singular, gera-se uma compreensão equívoca de que existe apenas um lugar no qual todos os alunos se encontram, aquele que apresenta laboratórios modernos, transmissões tecnológicas, salas de aula aconchegantes, disponibilidade de tutores a todo o momento, entre outros aspectos destacados no material e que vão ao encontro do que está nas legislações-base da EaD. Essa construção pode fazer o enunciatório esquecer que a flexibilidade gerada pela legislação tem feito surgir uma grande quantidade de polos espalhados por todo o Brasil. Esses polos ocupam, muitas vezes, espaços pequenos e sem todas as promessas pregadas pela publicidade. É importante ressaltar que, no tocante a esse ponto, deve ser motivo de preocupação e reflexão o fato de os processos “de credenciamento e recredenciamento institucional, de autorização, de reconhecimento e de renovação de reconhecimento de cursos superiores na modalidade a distância” levarem em consideração exclusivamente as sedes das instituições, como previsto no Art. 13 do Decreto 9.057/17. Isso pode fazer com que as bases institucionais estejam bem preparadas e equipadas com vistas às avaliações, diferentemente do que pode acontecer nos polos, principalmente os mais distantes.

#### 4.1.4. “Pode comparar. Universidade assim é Unopar/Sonhar junto é acreditar.”

Os próximos quatro vídeos que propusemos analisar, na intenção de indicar suas possíveis produções de sentidos, serão explorados nesta única subseção, por possuírem uma característica principal em comum: estarem direcionados a já alunos da instituição. Os materiais foram veiculados entre o segundo semestre de 2018 e o primeiro trimestre de 2019, com vistas ao ano letivo de 2019. Primeiramente, de forma sequencial, expomos os códigos de acesso aos materiais na íntegra, os conjuntos de frames, as TVs e os textos escritos dos quatro materiais voltados à rematrícula, portanto a alunos já vinculados à instituição. Na sequência, trazemos a análise.

#### VÍDEO 4 - PODE COMPARAR. UNIVERSIDADE ASSIM É UNOPAR



#### CONJUNTO DE *FRAMES* 5



**TV:**

*Locutor: Continue na Unopar. Aqui, você tem apoio total para alcançar seus objetivos de vida e carreira. Faça já a sua matrícula. É simples e fácil: Entre no “Portal Digital do Aluno” ou no “colaborar”, acesse o boleto de matrícula e efetue o pagamento. Pode comparar. Universidade assim é Unopar.*

**Texto escrito:**

*Marina Unopar: Você viu que o boleto de matrícula já está disponível?*

*- Oh... É claro! Antecipei meu boleto e já resolvi isso rapidinho.*

*Marina Unopar: Boa! Vou fazer a minha também!*

*Continue na Unopar. Apoio total para alcançar seus objetivos de vida e carreira. Chegou a hora da matrícula. 1) Entre no Portal Digital do Aluno/Colaborar. 2) Acesse o boleto de matrícula (jan/2019). 3) Efetue o pagamento. Universidade assim é Unopar.*

**VÍDEO 5 – SONHAR JUNTO É ACREDITAR**

### CONJUNTO DE FRAMES 6



#### TV:

O Rafa precisou trabalhar desde cedo para ajudar nas despesas da família. Apesar de estar com a grana curta, ele acreditou em um futuro melhor e continuou os seus estudos. Escolha avançar como o Rafa. Faça sua matrícula Unopar. *É simples e fácil: Entre no “Portal Digital do Aluno” ou no “colaborar”, acesse o boleto de matrícula e efetue o pagamento. Unopar. Sonhar junto é acreditar.*

### VÍDEO 6 – SONHAR JUNTO É ACREDITAR



### CONJUNTO DE FRAMES 7



**TV:**

A Gabi sempre sonhou em ser professora. Apesar das dificuldades do dia a dia, ela acreditou em um futuro melhor e continuou os seus estudos. Escolha avançar como a Gabi! Faça sua matrícula Unopar. *É simples e fácil: Entre no “Portal Digital do Aluno” ou no “colaborar”, acesse o boleto de matrícula e efetue o pagamento. Unopar. Sonhar junto é acreditar.*

**VÍDEO 7 – SONHAR JUNTO É ACREDITAR****CONJUNTO DE FRAMES 8****TV:**

A Mari trabalha em uma grande empresa, mas ela quer ser promovida. Ela acreditou em um futuro melhor e continuou os seus estudos. Escolha avançar como a Mari! Faça sua matrícula Unopar. *É simples e fácil: Entre no “Portal Digital do Aluno” ou no “colaborar”, acesse o boleto de matrícula e efetue o pagamento. Unopar. Sonhar junto é acreditar.*

É importante destacar que, em virtude do período de veiculação dos quatro vídeos, estavam todos, também, sob os aspectos legais do último decreto cuja

finalidade era regulamentar o artigo 80 da LDBEN, o de número 9.057/2017, bem como da portaria que o normatiza, datada do mesmo ano. A primeira inquietação que nos acomete, quanto às produções, é a quantidade, em pouco espaço de tempo, voltada a um só assunto/objetivo: o reforço da necessidade de rematrícula. Como vimos, a evasão acadêmica nos cursos da EaD ainda é maior que na modalidade presencial, o que, muitas vezes, é ocultado ou menosprezado na elaboração de políticas públicas que favoreçam a expansão da atuação de IES. Diante dessa inquietação, compreendemos que a necessidade de se reforçar, por meio dos materiais de publicidade e propaganda, a continuação de estudos na Unopar pode estar relacionada a uma desistência fora do esperado. Essa hipótese ganha reforço a partir de dados recentes do grupo que administra a instituição voltada ao ensino. Em 2011, a Kroton Educacional, líder no setor educacional no Brasil, comprou a Unopar por R\$ 1,3 bilhão<sup>26</sup>. Desde então, é a responsável pela expansão das atividades da instituição que tem mais alunos matriculados no país, sendo cerca de 90% da modalidade a distância. No terceiro trimestre de 2018, o levantamento da organização apontou uma redução de 22,9% no seu lucro líquido<sup>27</sup>, em comparação ao mesmo período do ano anterior. No relatório, a Kroton apontou que o principal motivo foi a diminuição do número de alunos em sua base, provocada, entre outros fatores, pela queda de 4,2% nas rematrículas.

Assim, compreende-se que a motivação para a sequência de vídeos com o intuito de incentivar a continuação dos estudos na instituição está muito além do que é apresentado nos materiais: abarca, isso sim, a necessidade de fidelizar alunos, vistos aqui, também, como clientes. É preciso considerar que, de acordo com o mesmo documento, apesar da redução dos ganhos da instituição, o lucro continuou alto: a organização registrou saldo líquido de quase R\$ 350 milhões em apenas três meses. Com base nesses dados, compreende-se que foi deixado de ganhar, em comparação ao ano de 2017, cerca de R\$ 104 milhões em um trimestre. Com isso, dá para se ter uma dimensão do quão lucrativo o mercado da educação superior, por meio da EaD, pode ser. Além disso, mais uma vez,

---

<sup>26</sup> <https://veja.abril.com.br/economia/kroton-compra-unopar-por-r13-bi/>

<sup>27</sup> <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/11/09/lucro-da-kroton-cai-23-no-3o-trimestre-para-r-347-milhoes.ghtml>

percebe-se posto em funcionamento o dispositivo do silêncio, que ofusca e mascara, aqui, o aspecto financeiro, ainda que seja tido como um dos fins.

Rafa, Gabi e Mari, personagens dos materiais dos conjuntos de *frames* 4, 5 e 6, possuem características bem similares que são expressadas por meio das imagens e dos textos escrito e narrado. Eles são, provavelmente, trabalhadores e integrantes de famílias de baixa/média renda, o que pode ser identificado, por exemplo, a partir da casa simples de Rafa, do uso do transporte público por Gabi e do desejo de Mari de ser promovida na empresa onde atua. Isso contribuiu para a identificação do público-alvo com o lugar ocupado pelos personagens em questão – que, diferentemente do primeiro vídeo, não são representados por famosos milionários, mas por atores praticamente anônimos. Cabe aqui uma informação tirada de uma pesquisa divulgada em 2017 pelo Sindicato das Mantenedoras de Ensino Superior (Semesp)<sup>28</sup>: a classe C representa a maior parcela, em comparação às demais classes sociais, dos concluintes de curso superior em instituição privada. De acordo com a pesquisa, 26,8% (mais de ¼) dos acadêmicos possuem renda familiar entre R\$ 1,5 e 3 mil. Logo, o perfil dos personagens dos vídeos vai ao encontro do existente nas IES particulares. A isso, soma-se o uso de apelidos e abreviaturas de nomes (Rafa, Gabi, Mari), para gerar ainda mais aproximação. Além disso, é importante destacar que fica claro que os personagens escolhidos enfrentam dificuldades, principalmente financeiras, para estudar, mas isso soa como “*o preço a se pagar pelo sucesso*”. Esse pensar está relacionado à expressão “Escolha avançar como Rafa/Gabi/Mari”, como se estudar na Unopar, sob sacrifícios, fosse a única alternativa para ser bem sucedido na vida profissional.

Essa ação leva a um refletir sobre as “técnicas’ de gestão social dos indivíduos”, indicadas por Pêcheux (1997). Essas práticas, consideradas necessárias para/em uma sociedade e para/nos discursos, gere os indivíduos por meio de classificações, marcas e ordenamento, indicando-lhes, por vezes, os lugares sociais que devem ocupar. Os dispositivos utilizados para lhes fazerem ingressar no mercado de trabalho, por exemplo, estão presentes nos três vídeos destacados. Ao enunciar “*Escolha avançar*”, exemplificando esta ação como a

---

<sup>28</sup> <http://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2017-08/aumenta-numero-de-brasileiros-das-classes-c-e-d-concluintes-de-curso>

continuação dos estudos na instituição, cria-se uma ilusão de que só existe uma solução para o indivíduo, que, em dado momento, cumpre um papel social. De certa forma, isso causa até mesmo uma proibição de interpretação, apontando claramente que, como não existe a possibilidade de se estar, ao mesmo tempo, dentro e fora, longe e perto, feliz e triste, assim também não é possível ter sucesso na vida profissional sem concluir o curso na instituição. Essa ação pode funcionar como um mecanismo de interdição, apontando aquilo que se quer verídico como sendo a única verdade concebível.

O conceito de verdade, de acordo com Foucault, é destaque nas práticas analíticas do discurso. Em toda sociedade, segundo o teórico, há uma política que estabelece o que é tido como verídico e válido, sendo que quem foge dessas representações é compreendido coletivamente como louco ou punido – ou, nesse contexto, como não merecedor do sucesso. Para isso, as regras são, ao mesmo tempo, mecanismos de controle e de reforço de uma construção coletiva do que pode/deve ou não ser aceito (FOUCAULT, 2004). Isso se torna ainda mais compreensível quando se percebe que o discurso de sucesso atrelado à formação acadêmica (a todo custo), pregado pelos materiais, vai ao encontro do que socialmente convencionou-se a pensar a respeito do espaço da universidade, sobre o qual já tivemos a oportunidade de discorrer. Em meio a esse contexto, vê-se o indivíduo pressionado e regulado a uma determinada ação. O adestramento, a regulação do comportamento, as ações coercitivas sobre o corpo e a hierarquização social fazem com que apareça o homem como indivíduo produzido pelo poder e também como objeto de saber.

Sendo assim, compreende-se que as mensagens dos três materiais, de forma coercitiva, forçam aqueles que encontram entraves à continuação da vida acadêmica, independentemente dos motivos apresentados. Como o Rafa só se livrará das contas acumuladas, Gabi só se tornará professora e Mari só será promovida se continuarem na Unopar, assim, os objetivos do público-alvo, os alunos, só serão atingidos se, também, realizarem a rematrícula. Fogem do centro os aspectos subjetivos e pessoais de cada um, o que é outra característica de algo que se torna mercadoria: a massificação, que tem sentido divergente do aspecto da democratização, que compõe as justificativas das políticas públicas voltadas à flexibilização para a oferta de cursos na EaD.

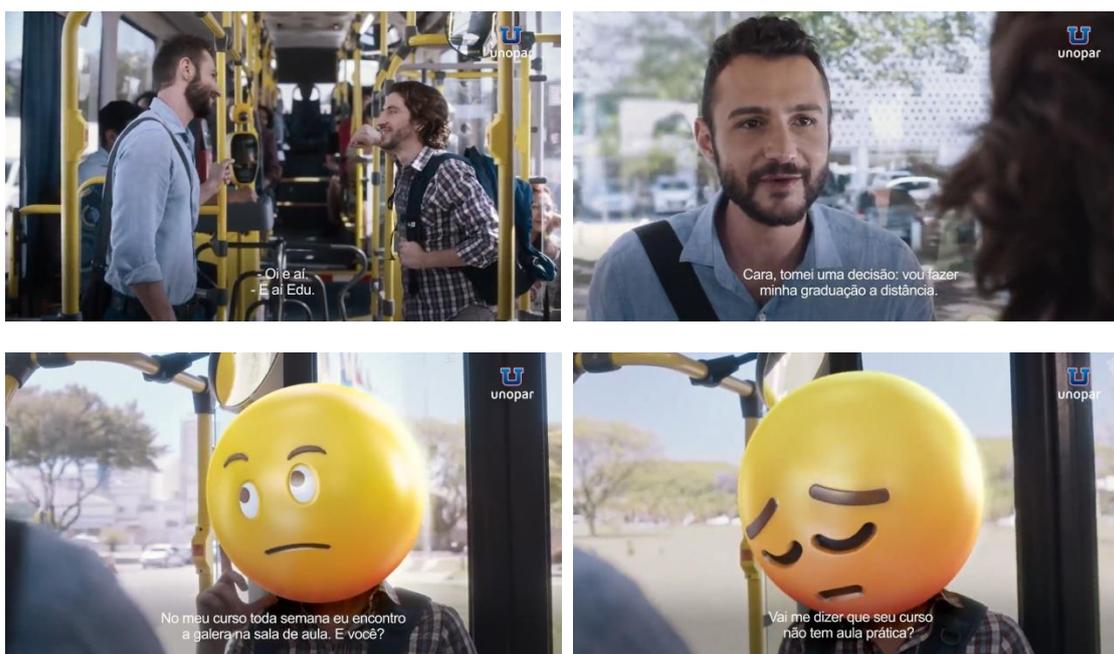
#### 4.1.5. “Pode comparar. EaD assim é Unopar”

O vídeo que será analisado nesta subseção, e que leva o seu título, é voltado à captação de alunos para o ano letivo de 2019. Com 30 segundos de duração, começou a ser veiculado no final de 2018, e até fevereiro de 2019 ainda estava em veiculação.

#### VÍDEO 8 - PODE COMPARAR. EAD ASSIM É UNOPAR



#### CONJUNTO DE FRAMES 9



**TV:**

Edu: Oi. E aí?!

Personagem 2: E aí, Edu?!

Edu: Cara, tomei uma decisão: vou fazer minha graduação a distância.

P2: Sério? Eu também.

Edu: No meu curso, toda semana eu encontro a galera na sala de aula. E você?

Ah, e o professor entra ao vivo no telão. Dá até para tirar dúvidas com ele. Vai me dizer que o seu curso não tem aula prática?

Locutor: Nem todo EaD é igual. Na Unopar, você estuda a teoria onde quiser e também tem aulas na unidade. Pode comparar. EaD assim é UNopar.

**Texto escrito complementar:**

100% dos professores mestres ou doutores; Aulas práticas até 3 x na semana.

Pensemos no espaço no qual ocorre o diálogo presente no vídeo. Os dois personagens se encontram em um ônibus de transporte público. Percebemos, mais uma vez, a exploração de recursos de aproximação/identificação com o público-alvo, uma vez que, como já destacamos, a classe C é a que representa a maior parcela na educação superior. Outro aspecto que merece atenção é o perfil dos personagens que estão ingressando na educação superior. Não há como precisar, mas a aparência aponta para jovens adultos mais velhos que aqueles que acabaram de deixar o ensino médio. Essa característica vai ao encontro do que o último Censo da Educação Superior 2017 apontou: os alunos que frequentam cursos da EaD são, na maioria das vezes, mais velhos que os da modalidade presencial, na qual, de acordo com o documento, a média de idade dos ingressantes é de 18 anos; a de todos os matriculados é de 21 anos; e dos concluintes 23. A modalidade a distância, por outro lado, tem as mesmas médias sendo 21, 29 e 34 anos, respectivamente.

Em nenhum momento, no vídeo, o personagem Edu afirma estar matriculado na Unopar. Porém, percebe-se que o seu vínculo se deu nessa instituição a partir de algumas outras referências do produto. Uma dessas referências é a cor azul da camisa, a mesma utilizada pela instituição no logotipo e nos materiais. Além disso, quando o diálogo termina, o personagem aparece estudando em um ambiente identificado como sendo o da Unopar. No diálogo, percebe-se enaltecimento/valorização da EaD, por parte dos personagens, a partir de expressões como *“Tomei uma decisão”* e *“Eu também”*, apontando para objetivos relacionados à concentração de alunos nessa modalidade, que

representa a grande maioria dos alunos da instituição – assim como os lucros. É importante destacar que o foco em campanhas voltadas exclusivamente na modalidade a distância pode se mostrar cada vez mais presente, uma vez que, se antes as instituições eram obrigadas a ofertarem a modalidade presencial, para poderem atuar na EaD, essa exigência, agora, após as últimas alterações legais, não mais existe.

Quando confrontamos este vídeo com o representado pelos conjuntos de *frames* 1 e 2, bem como os respectivos textos escritos e TVs, na tentativa de identificar, na memória discursiva, aspectos de interdiscursividade que unam os dois materiais, encontramos uma certa incoerência entre os discursos. Enquanto o vídeo *“Graduação digital, novo EaD”* destaca a concentração de atividades exclusivamente no meio digital, o intitulado *“Pode comparar. EaD assim é Unopar”* menospreza a exclusão dos encontros presenciais, o que pode ser percebido nos trechos nos quais o personagem matriculado na Unopar usa expressões como *“No meu curso, toda semana eu encontro a galera na sala de aula. E você? Ah, e o professor entra ao vivo no telão. Dá até para tirar dúvidas com ele. Vai me dizer que o seu curso não tem aula prática?”*. Essa ideia pode estar relacionada ao aumento expressivo do número de polos de apoio presencial ocorrido em 2018, com base na prerrogativa gerada pelo Decreto 9.057/2017 e pela Portaria Normativa Nº 11, do mesmo ano, que passaram a autorizar as instituições já credenciadas a ofertarem cursos a distância a criarem polos por ato próprio, independentemente de autorização prévia do MEC, como ocorria anteriormente. A quantidade de unidades a serem criadas deve estar de acordo com os conceitos de avaliação da IES, sendo que a comunicação da abertura de polos deve ocorrer em até 60 dias após o ato. Além disso, como outra facilidade, os referidos documentos apontam para a possibilidade de se concentrar as atividades dos polos em espaços diversos das IES. Tudo isso, gerou reflexos marcantes. De acordo com dados do MEC (2018), em menos de dois anos após a regulamentação, o número de polos mais que dobrou no país, indo de 6,5 mil para 15 mil. Recorrendo ao Censo EAD.BR 2017/2018 (2018), percebe-se que cerca de 30% dessas novas unidades foram criadas em locais que não as possuíam, o que demonstra uma atenção especial à prática de se espalhar polos pelo Brasil.

Tais dados encontram concretude em nosso cotidiano, quando encontramos, com frequência, nos espaços urbanos, instalações novas de algumas instituições, ficando clara a disputa firmada, em busca de novos alunos, em virtude das possibilidades mercadológicas do nicho. Não podemos desprezar o fato de que havia muita reclamação em relação à demora para a vistoria e autorização que antes precisavam ser feitas pelo MEC. Porém, flexibilizar, de tal maneira, o surgimento de polos não significa, necessariamente, democratizar o acesso à educação superior, mas, antes disso, massificá-lo, podendo comprometer a qualidade do ensino, principalmente nos locais mais afastados e, por isso, com menos opções. E parece-nos um raciocínio lógico: quanto mais polos, mais visibilidade e possibilidade para atrair novos alunos/clientes. O vídeo da Unopar, que é a líder nesse mercado, usa, portanto, a presença de desses espaços a seu favor, inclusive quando, no seu momento final, traz a expressão *“Você estuda teoria onde quiser e também tem aula na unidade”*.

#### **4.1.6. “Graduação e pós-graduação a distância Uninter”**

Passaremos agora a propor uma análise dos sentidos produzidos pelos materiais da Uninter selecionados para esta pesquisa. O primeiro deles é o intitulado *“Graduação e pós-graduação a distância Uninter”*, cuja veiculação começou em março de 2018, precisamente no dia 22. Até a conclusão desta pesquisa, o material possuía mais de 312 mil visualizações no canal oficial da instituição. A seguir, indicamos o *CR Code* para o produto, bem como o conjunto de *frames*, a TV e o texto escrito da produção.

## VÍDEO 9 – GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO A DISTÂNCIA UNINTER



### CONJUNTO DE FRAMES 10



#### TV:

*Escolher o quê, quando e onde estudar. É... a forma de aprender mudou e a Uninter está à frente. Os cursos de graduação e pós-graduação a distância combinam o que há de mais moderno em tecnologia digital com o melhor conteúdo. Só aqui o aluno ganha kit de laboratório portátil, livros e pacotes de softwares, além de contar com suporte do nosso polo na sua cidade. Inscreva-se em uninter.com, o maior e melhor centro universitário do Brasil.*

#### Texto escrito:

*R\$ 49,90 na matrícula e curso de inglês grátis; Inscreva-se: uninter.com > 0800 702 0500 UNINTER; Pague só R\$ 49,90 na matrícula; Grátis curso de inglês*

*100% online; Melhor conteúdo digital via APP; Kits práticos e livros de graça; Mais de 600 polos.*

Mais uma vez, o uso da figura de um famoso é explorada, como representação de sucesso. A exemplo de grande parte dos artistas que emprestam suas imagens aos comerciais, Otaviano Costa, 45, não tem nenhuma relação com a educação, sendo que não possui curso superior. Nascido em Cuiabá, mudou-se para São Paulo para jogar vôlei pelo então Banco do Estado de São Paulo (Banespa). Passou a ser conhecido por suas imitações a artistas, sendo convidado a participar, primeiramente, de programas de rádio. A partir de então, soma atividades como apresentador e ator, tendo passado pelo SBT, pela CNT, Band, Rede Record e Rede Globo, emissora com a qual mantém vínculo no momento desta pesquisa. Casado com a atriz Flávia Alessandra, de grande destaque nacional, ele participou de várias novelas, como “Morde e Assopra”, “Caras e Bocas”, “Salve Jorge”, “Amor e Intrigas” e “Éramos Seis”. Desde 2012, passou a integrar a equipe de comentaristas do programa “Amor e Sexo”, no qual ganhou bastante visibilidade. No momento da produção dos vídeos da Uninter que estão em análise, trabalhava como apresentador do Vídeo-show, programa da Rede Globo sobre os bastidores das celebridades, que era veiculado no período da tarde até o ano de 2018. Sem ser novidade, então, o recurso de utilização de famosos nos comerciais é usado mais uma vez. O lugar social que esses sujeitos ocupam os legitima a ocupar o espaço discursivo, mesmo falando de aspectos que estão alheios às suas experiências de vida, como vimos. A mensagem que transparece é a de que de maneira superior aos objetivos de se formar em determinada área, está o de ter sucesso, ser reconhecido.

Chama a atenção, tanto visual quanto de forma sonora, o nome da instituição, que consolidou-se a partir do prefixo “*Uni*”, o que remete à ideia de universidade, quando na verdade não é. De acordo com o Artigo 52 da LDBEN, há premissas a serem atendidas para que uma instituição seja considerada universidade, entre elas uma atuação ampla em ensino, pesquisa e extensão, revertendo à sociedade o seu trabalho; 1/3 dos professores, no mínimo, com mestrado ou doutorado e, também, em regime de tempo integral (BRASIL, 1996). Sendo a Uninter um centro universitário, subentende-se que tais critérios não são, ainda, contemplados. O uso do prefixo, que se repete por outras instituições,

mascara e silencia as bases legais que depõem de forma desfavorável à instituição.

Neste comercial, fica claro o viés econômico que norteia a instituição. Do começo ao final do vídeo, aparecem, de forma contínua e/ou com destaques em alguns momentos, expressões como “R\$ 49,90 na matrícula”, “Curso de inglês grátis”, “Pague só R\$ 49,90 na matrícula”, “**Ganha** kit de laboratório portátil, livros e pacotes de softwares”, entre outras. Indicar preço baixo, em comparação à concorrência, e oferecer brindes, como o curso e os materiais, constituem-se estratégias cotidianas no mercado. Mesmo que se pregue a não existência de fins lucrativos, esses estão presentes de forma marcante. Assim, a educação é vista como mercadoria, com valor de compra e em um jogo de concorrência. Nesse sentido, como outros bens mercantilizados nas sociedades capitalistas, reúne itens atrativos para o convencimento e a decisão impulsiva pela matrícula/compra.

Vale destacar, ainda, o uso da bandeira dos Estados Unidos da América (USA) durante as indicações, escritas ou faladas, do curso de inglês gratuito. A língua inglesa, apesar de não ser a mais falada no mundo, é considerada a principal. Porém, não está relacionada exclusivamente à potência americana. Contudo, ao relacionar a imagem dessa bandeira, o vídeo é capaz de gerar uma percepção de imponência, poder e credibilidade, o que pode ser entendido como “estar além”, “estar acima”.

Aliás, essa ideia de superioridade, por baixo preço, relaciona-se também ao ambiente escolhido para a composição do vídeo. Toda a produção se passa em uma espécie de prédio digital futurístico – cujas características podem ser identificadas em vários filmes de ficção científica, por exemplo. Luzes que se acendem sozinhas e refletores de imagens interativos e digitais, entre outros recursos, causam a impressão de qualidade inquestionável na estrutura das unidades de ensino. O figurino despojado do apresentador transmite a ideia de que, mesmo sendo um lugar de alto padrão, o espaço a ser ocupado é flexível e aberto a todos. Essa indicação de características qualitativas se quer como determinadoras do caminho a ser escolhido pelo enunciário, que, no começo do vídeo, se depara com perguntas e reflexões de incertezas que existem na hora de escolher por um curso e uma instituição, e, no final, com a ideia de que aquela pode ser o melhor local a se estudar. Para tanto, o vídeo é fechado com a

indicação de que a Uninter é o “maior e melhor centro universitário do Brasil”. A mesma expressão que é ocultada na divulgação do nome da instituição, que leva o prefixo Uni, aparece então em outro contexto, bastante generalista, para que a instituição possa ser configurada como a melhor entre tantas; como não é universidade, precisa se ater à sua nomenclatura original nesse momento. Podemos entender essas diferentes formas de se dizer algo, em diferentes contextos e com diferentes objetivos, a partir do conceito de polissemia, que pode ser entendido como os deslizos de sentido, que Orlandi (2012) diferencia de processos parafrásticos.

Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer. (...) A paráfrase está do lado da estabilização. Ao passo que, na polissemia, o que temos é deslocamento, ruptura de processos de significação. Ela joga com o equívoco (ORLANDI, 2012a, p. 36).

Dessa forma, com o objetivo de convencimento, quando se quer indicar o nome da instituição e sua natureza original, despreza-se o uso do termo “centro universitário” e faz-se uso da palavra com prefixo Uni. Quando se almeja enaltecer a instituição em comparação a outras, a expressão “centro universitário” aparece de forma generalista, mas representando, na verdade, um universo muito menor de instituições para a comparação.

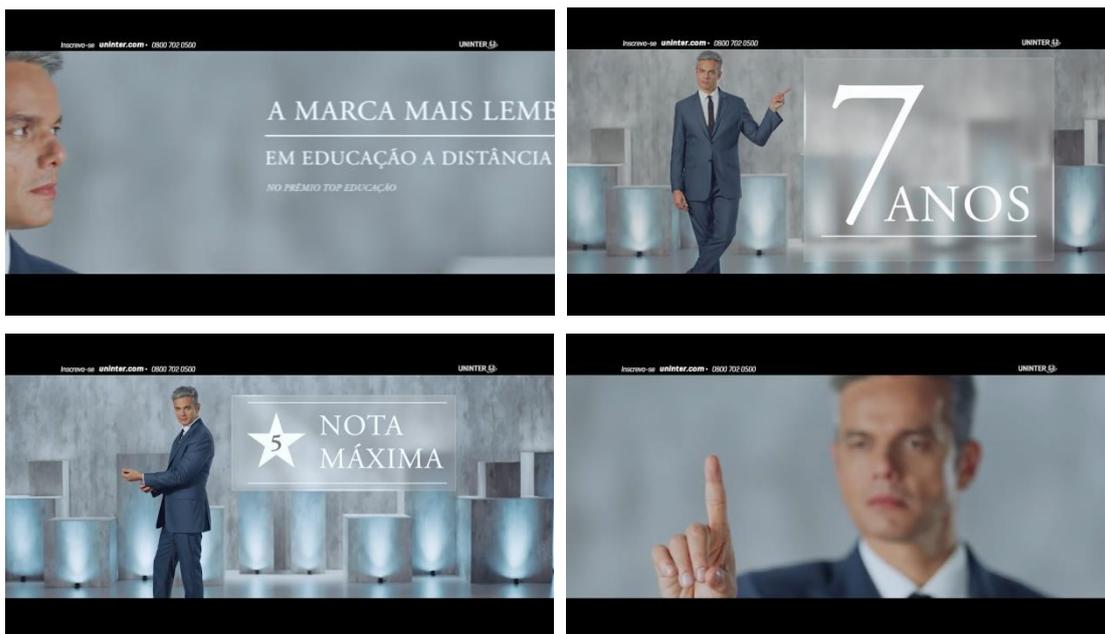
#### **4.1.7. “Muito prazer, nós somos a Uninter”**

Analisamos agora o próximo vídeo da Uninter selecionado para esta pesquisa. Intitulado “Muito prazer, nós somos a Uninter” e com um minuto de duração, o comercial começou a ser veiculado em 30 de julho de 2018 e até a finalização deste trabalho contava com quase 3 milhões de visualizações. A seguir, indicamos o código de acesso ao material, o conjunto de frames respectivo, a TV e o texto escrito.

## VÍDEO 10 – MUITO PRAZER, NÓS SOMOS A UNINTER



### CONJUNTO DE FRAMES 11



#### TV:

*Para a Uninter, tão importante quanto educar, é formar alunos que saibam aprender. Essa visão nos tornou a marca mais lembrada em educação a distância por sete anos consecutivos. Sete anos. Internacionalmente, somos reconhecidos como a melhor empresa de educação a distância do Brasil. Nossa prova de qualidade é ter notas máximas nas avaliações do MEC e dos nossos mais de 500 mil alunos já formados. Praticamos educação de uma forma inovadora, na qual a distância deixou de ser uma barreira. Maximizar o aprendizado é colocar a transformação do nosso aluno em primeiro lugar. E isso também nos torna a número 1. Prazer, muito prazer. Nós somos a Uninter. O maior e melhor centro universitário do Brasil.*

**Texto escrito:**

*Inscreve-se: uninter.com 0800 072 0500; Uninter; A marca mais lembrada em educação a distância do Brasil no prêmio Top Educação; 7 anos; Melhor empresa de educação a distância do Brasil, segundo a revista britânica Corporate Vision; 5 Nota máxima; Recomendada por 97% dos alunos; Uninter; [www.uninter.com](http://www.uninter.com); 0800 702 0500.*

Neste vídeo, o discurso assume um tom mais formal. Otaviano Costa, dono de uma conta no *Instagram* com quase 7 milhões de seguidores, reaparece, para que a formação imaginária associada à sua imagem testemunhe positivamente aos objetivos da instituição. As cores presentes nos vídeos, preto, azul-petróleo, cinza e branco, contribuem para deixar o ambiente escolhido ainda mais sério. A vestimenta usada pelo apresentador, um terno neutro, também concorre para isso. O local físico apresenta a ideia de glamour e amplitude, sendo que a decoração que remete a gráficos pode simbolizar a compreensão desse ambiente como sendo o de uma grande empresa, na qual o personagem irá apresentar o sucesso da Uninter, em diferentes aspectos. São vários os enquadramentos das câmeras, sendo que o de primeiro ou primeiríssimo plano aparecem nos momentos de destaques a certos elementos discursivos.

O destaque não está nos atrativos financeiros, como no material anterior, mas sim nos selos de qualidade que a produção garimpou, sem relação entre si. E como o tempo de exposição do vídeo é pequeno, aspectos transmitidos como verdades acabam sendo absorvidos por grande parte dos telespectadores/usuários, sem a devida confirmação. Ao expor, por exemplo, a informação de que a Uninter foi a instituição de EaD mais lembrada, de acordo com o prêmio Top Educação, o vídeo não precisa o período e apresenta meia-verdade. Isso porque, em relação ao ano anterior (2017), por exemplo, a instituição aparece no prêmio<sup>29</sup>, porém na categoria “Instituição De Ensino De Pós-Graduação Para Docentes”, mas não na graduação. Além disso, mais uma vez, a expressão “centro universitário” aparece apenas para limitar o número de instituições comparadas, para, então, ser possível apontar a Uninter como a melhor, nesta categoria, o que gera uma ideia de generalização.

---

<sup>29</sup> Cujos resultados, ano a ano, podem ser acessados em [www.premiotopeducao.com.br](http://www.premiotopeducao.com.br).

A partir desses e outros exemplos, identificamos, uma vez mais, a presença da polissemia, conceito que emerge dos deslizos de sentidos e que são frequentes nas campanhas. Percebe-se, de igual modo, o uso de processos parafrásticos, aqueles que representam um mesmo dizer, de maneiras diferentes em outros contextos. É o que se verifica, por exemplo, na reutilização de informações de campanhas/produtos anteriores, fazendo-se valer do interdiscurso. Nesse percurso, percebe-se, a diferença entre a presença da polissemia e dos processos parafrásticos se dá a partir das questões de conveniência. Os aspectos ocultos que depõem contra a instituição fazem parte do discurso, porque permeiam o movimento discursivo exteriorizado.

#### **4.1.8. “Nova graduação semipresencial Uninter”**

Trazemos à análise e à discussão o terceiro vídeo produzido pela Uninter e que foi selecionado nesta pesquisa. Sob o título “*Nova graduação semipresencial Uninter*” e com 30 segundos de duração, o produto foi postado em 29 de janeiro de 2019. Abaixo, estão o *CR Code*, o conjunto de *frames*, a TV e o texto escrito do referido material.

#### **VÍDEO 11 – NOVA GRADUAÇÃO SEMIPRESENCIAL UNINTER**



## CONJUNTO DE FRAMES 12



### VT:

*Quem nunca ouviu a mãe dizer “Você não é todo mundo”? Realmente você não é. E agora pode estudar do seu jeito. Nova graduação semipresencial da Uninter. É a única em que você escolhe as disciplinas que irá estudar. Tem o melhor conteúdo online e aulas práticas só duas vezes na semana. A matrícula é só R\$ 49,90, as mensalidades cabem no seu bolso e você só começa a pagar em abril. Inscreva-se já em [uninter.com](http://uninter.com) ou ligue 0800 702 0500.*

### Texto escrito:

*R\$ 49,90 na matrícula e curso de inglês grátis; Inscreva-se já em [uninter.com](http://uninter.com) > 0800 702 0500; Quem nunca?; Você não é todo mundo!; Você não é; Você encontrou o seu jeito de estudar; Nova graduação semipresencial; 2 dias de aulas práticas na semana; Cursos a partir de R\$ 359 mensais; Uninter, a única EaD nota 5 no MEC.*

Neste material, o discurso muda radicalmente, em relação aos dois outros vídeos da Uninter. A linguagem, antes formal, agora aparece de maneira bastante direta e coloquial, incorporando, inclusive, algumas marcas da oralidade, como a da mãe dizendo “*Você não é todo mundo!*”. Não há a imagem em movimento de nenhum personagem, assim como não aparece em ação o artista Otaviano Costa – embora em determinado momento apareça sua foto na animação, como para reforçar aspectos como o do sucesso e do destaque profissional, a partir das formações imaginárias construídas. A compreensão do interdiscurso ganha destaque, na medida em que alguns discursos relacionam-se constantemente com outros para se fazerem valer. Retomando o conceito, temos que representa,

[...] portanto, os saberes constituídos na memória do dizer; são sentidos que foram se construindo historicamente a partir da constelação das relações de poder, que podem ser assumidos ou não pelo sujeito, a depender das posições discursivas que este poderá ou não ocupar em função do funcionamento da ideologia (AMORIM, 2015, p. 24).

Assim, percebe-se a ocorrência de processos parafrásticos. O discurso neste material, apesar de ser mais direto e assumir tons diferentes no aspecto da formalidade, retoma destaques que vinham sendo feitos, ditos de outra maneira. Isso pode ocorrer por se entender que a reconfiguração gera mais efeito ou então para atingir públicos diferentes dos que haviam sido atingidos. Em relação aos conteúdos, percebe-se também relações de interdiscursos, como o grande destaque às condições de pagamento “*imperdíveis*” e aos brindes como recompensa, explorados anteriormente.

Aqui, porém, as cores que representam a instituição (amarelo e azul) aparecem de forma clara e viva (o que não ocorria nos demais materiais). Essa mudança visual vai ao encontro da proposta de inovação, defendida pela instituição a partir da expressão “*Nova graduação semipresencial*”. Como destaque desse novo formato de ensino, o vídeo aponta que essa é a única graduação na qual o aluno pode escolher as disciplinas que quer cursar. Na verdade, esse modelo representa, de acordo com informações no site da instituição, a Metodologia Flex, que oferece a possibilidade de escolha apenas entre as disciplinas chamadas de eletivas, sendo que no vídeo transparece uma maior liberdade para montar a grade. Chama a atenção, tanto no texto verbal quanto no escrito, o destaque ao advérbio “só”, que aparece em trechos como “*atividades práticas “só duas vezes na semana”*” e “*A matrícula é só R\$ 49,90*”. O termo aparece como um indicador de facilidades. Mais uma vez, portanto, o discurso gera uma impressão de facilidade, reforçando que a educação superior está acessível a todos e que não existem entraves e dificuldades para a formação.

#### **4.1.9. “Vestibular EaD 2018”**

O primeiro vídeo da Unicesumar selecionado para análise tem o título “*Vestibular EaD 2018*” e foi postado em 24 de outubro de 2017. Até o

encerramento desta pesquisa, o material contava com pouco mais de 1,5 milhão de visualizações. Abaixo, indicamos o código para acesso ao vídeo, bem como o conjunto de *frames* e a TV.

### VÍDEO 12 – VESTIBULAR EAD 2018



### CONJUNTO DE *FRAMES* 13



#### **TV:**

*A vida tem muitos caminhos. A educação a distância da Unicesumar prepara você para todos eles. Aqui você conta com o suporte de tutores e mediadores que acompanham e facilitam seu aprendizado. Estude onde estiver, na melhor educação a distância, entre os maiores grupos educacionais do Brasil. E o*

*melhor: é formação superior de qualidade que cabe no seu bolso. Venha para a Unicesumar. Educação a distância, de perto e levada a sério.*

**Texto escrito:**

*Programa de coaching; 80% professores mestres ou doutores; Cursos com nota máxima no MEC; Aplicativo exclusivo; Material didático exclusivo; Mensalidades acessíveis; Matricule-se já, Unicesumar, 0800 600 6360.*

A Unicesumar dispensou, a partir de 2017, a exploração de personalidades famosas nas peças publicitárias da educação a distância, o que era uma prática recorrente, assim como é feito por outras instituições. Recorrendo ao histórico da instituição, é fácil encontrar comerciais antigos com celebridades como os globais Lázaro Ramos e Dira Paes. Em seus lugares, personalidades que se aproximam da realidade dos enunciatários, o que contribui para o processo de identificação e espelhamento, perante os materiais.

Há o cuidado, durante a produção, em se deixar em destaque as cores usadas institucionalmente pela IES: azul, amarelo e branco, que aparecem e se interrelacionam a partir de objetos, decorações, roupas, veículos, entre outros elementos, em primeiro e/ou segundo plano. É possível perceber no vídeo um roteiro que indica uma rotina, representada por uma mulher, possivelmente aluna, que, durante todo o vídeo, conversa com o enunciatário de forma direta e individual, contribuindo para a aproximação entre enunciador e receptor das mensagens. O ambiente inicial é a casa da personagem, especificamente a cozinha, na qual, enquanto ela toma o café da manhã, estuda a partir de livros abertos. Percebe-se a mensagem de facilidade do estudo na modalidade a distância, ao se demonstrar a possibilidade de atividades acadêmicas de forma concomitante a outras do dia a dia.

Quando a personagem sai de casa, em direção à IES, e afirma que a EaD da Unicesumar prepara o enunciatário para os muitos caminhos que a vida possui, chama a atenção a presença de pessoas de diferentes estilos e ocupações em segundo plano – com adereços das cores usadas pela instituição. Entre esses figurantes, está um homem, negro, caminhando logo atrás da personagem principal e vestindo uma roupa social, o que indica a sua atuação em uma das funções de grande formalidade, como a de advogado, que, em nossa sociedade, assumem papel de destaque. Apesar da representação do negro no material publicitário, há que se destacar alguns pontos que saltam como

possibilidades de sentidos: a sua figura está em segundo plano; seu sucesso – e, por conseguinte, respeito e destaque – depende de uma formação superior, mais especificamente na Unicesumar; as pessoas negras só não assumem locais sociais desejados se não quiserem, porque as oportunidades são iguais a todos. Tais compreensões reforçam os aspectos que apontam para a educação superior como um espaço de privilegiados e para cada pessoa como a única responsável por seu sucesso profissional, visto que as possibilidades estão postas – reforçadas no material pelo enunciado “formação superior de qualidade que cabe no seu bolso”.

Negligencia-se, portanto, o fato de, apesar de custarem menos que os da modalidade presencial, os cursos da EaD ainda são uma realidade longe para grande parte das pessoas. De acordo com um estudo realizado pela Organização Não-Governamental (ONG) ActionAid<sup>30</sup>, com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), e divulgado no mesmo ano de veiculação do comercial em questão, de 2012 a 2017, dobrou, no Brasil, o número de pessoas negras em condição de pobreza (que vivem com até R\$ 387,07 por mês) ou extrema pobreza (com até R\$ 136,00). De acordo com o relatório, no início do período analisado, 3% da população negra estava na linha da pobreza e 2% na da pobreza. No final do período, esse percentual em conjunto, saltou para 10%, sendo que 5% passaram a ocupar cada categoria. Em contrapartida, o número de pessoas brancas nas mesmas condições, além de ser muito menor, permaneceu inalterado em cinco anos: apenas 2% desses foram classificados como pobres ou extremamente pobres. A partir de tais dados, podemos refletir sobre as diferenças que ainda pairam entre brancos e negros no tocante ao ingresso na educação superior. Sendo esse nível de ensino dominado pela iniciativa privada, ainda há muito o que se avançar para a democratização do acesso, visto que as condições de investimento ainda são inconcebíveis a uma parcela significativa da população, principalmente aquela castigada historicamente pelas desigualdades geradas a partir de concepções preconceituosas.

---

<sup>30</sup> <https://www.metropoles.com/brasil/porcentagem-de-negros-na-pobreza-e-miseria-dobrou-em-5-anos-no-brasil>

A figura do negro aparece em contraste à do branco, ainda, no vídeo, em relação aos espaços ocupados por eles no momento de estudar. Enquanto uma moça de cor preta estuda ao ar livre, vestida de forma casual, os brancos estão retratados em ambientes aconchegantes e estando bem vestidos. Dá para se conceber, com isso, que o negro só pode ser bem sucedido, por meio da formação acadêmica, sendo que, enquanto isso não ocorrer, ocupará lugares menos privilegiados. Além disso, essa formação pesa sobre os seus ombros. Em outras palavras, ele ocupará esses espaços e as vantagens decorrentes dele a partir de seus méritos.

Para atestar a qualidade dos cursos ofertados pela instituição, o vídeo destaca, ainda, a avaliação do Índice Geral de Cursos (IGC), feita pelo MEC. Apesar de não apresentar o conceito 5, o material editado aponta cinco estrelas e, ainda, a expressão “*Nota máxima no MEC*”. Recorrendo ao site do Ministério<sup>31</sup>, porém, constata-se que a nota da instituição não é 5, mas sim 4. Mesmo essa nota estando dentro do esperado como expressão de qualidade, o material leva a crer que o conceito é 5, a partir da expressão e do uso das cinco estrelas. Há que se destacar, ainda, que a Unicesumar também não é uma universidade – e sim centro universitário –, mas o uso do prefixo Uni, que começou em 2013, faz com que a imagem da instituição soe com força e imponência perante os possíveis alunos/clientes. Mais uma vez, percebe-se então, o mascaramento de uma informação, em benefício da imagem que se tem a respeito da instituição.

#### **4.1.10. “EaD Unicesumar faz toda a diferença”**

O segundo vídeo da Unicesumar selecionado para esta pesquisa é intitulado “*EaD Unicesumar faz toda a diferença*”. Postado em 17 de outubro de 2018, com foco no ano letivo de 2019, o material contava com mais de 5,9 milhões de visualizações quando do encerramento deste trabalho. A seguir, indicamos o *CR Code* para o seu acesso, bem como o conjunto de *frames*, a TV e o texto escrito.

---

<sup>31</sup> [www.emec.gov.br](http://www.emec.gov.br)

## VÍDEO 13 – EAD UNICESUMAR FAZ TODA A DIFERENÇA



### CONJUNTO DE FRAMES 14



#### TV:

*Apresentadora: Sabe por que faz diferença estudar na educação a distância da Unicesumar? Porque aqui você aprende sem abrir mão dos seus compromissos, como a Ana.*

*Ana: Eu estudo nas horas livres e passo mais tempo com a minha filha.*

*Apresentadora: Porque você escolhe a graduação dos seus sonhos, tipo a Dani.*

*Dani: Hoje eu faço o curso que eu sempre quis e estudo de qualquer lugar.*

*Apresentadora: É tudo isso por um preço que cabe no seu bolso. Diz aí, Rodrigo.*

*Rodrigo: É, isso aí. Agora eu consigo investir no meu crescimento.*

*Apresentadora: Viu só? Estudar na melhor educação a distância do Brasil faz toda a diferença. Matricule-se.*

**Texto escrito:**

*Estude pelo App; Cursos com nota máxima no MEC; + de 50 cursos; Polos em todo o Brasil; A partir de R\$ 156,00/mês; Provas agendáveis; Unicesumar Educação a Distância 0800 600 6360; Matricule-se.*

Neste comercial, o destaque se dá às facilidades que um curso da educação a distância oferece ao aluno. As cores institucionalmente usadas aparecem, mais uma vez, reforçadas. O material explora, também, o depoimento de personagens, que não estão identificados como sendo acadêmicos reais da instituição, para atestar os enunciados feitos pela apresentadora, que, apesar de não ser uma personalidade famosa, se diferencia dos demais personagens pela roupa mais formal que usa e por transitar em todos os espaços, assumindo a posição de enunciadora legitimada pela instituição, mesmo que, como vimos, defenda algo que seja alheio à sua trajetória e à sua vida.

A apresentadora em questão, branca, magra e com vestimenta bastante formal, percorre, no decorrer do vídeo, os espaços ocupados pelos personagens, que representam alunos. Nessa ação, tem-se a compreensão da instituição indo até o aluno – o que pode ser representado pelo aumento no número de polos espalhados pelo Brasil, em decorrência das prerrogativas legais das quais trata a legislação.

O primeiro ambiente apresentado retrata a sala de estar da personagem Ana, que intercala uma possível atividade prática do curso no qual está matriculada com brincadeiras com a sua filha pequena. Na expressão *“Eu estudo no tempo livre e passo mais tempo com a minha filha”*, usada por Ana, compreende-se que estudar a distância representa ter mais facilidade, menos trabalhos e cobrança de menos tempo de estudo, o que faz com que o aluno não precise sacrificar nenhuma de suas atividades em prol de sua formação.

A personagem Dani, possivelmente presente em um ambiente que representa um salão de beleza, enuncia a frase *“Hoje eu faço o curso que eu sempre quis e estudo de qualquer lugar”*, expressão acompanhada dos seguintes enunciados na tela: *“+ de 50 cursos; Polos em todo o Brasil”*. Vale destacar que esse discurso está relacionado ao ousado plano de expansão da instituição nos últimos anos. Um pouco antes da veiculação do vídeo, seus responsáveis comemoravam a marca de 470 polos espalhados pelo país, após um aumento de

470% no número de unidades em menos de três anos; aberturas, como se viu, facilitadas pelas prerrogativas legais. Por fim, a apresentadora ocupa o ambiente de Rodrigo, que é provavelmente um feirante, negro, que afirma que, com as possibilidades de cursos com baixo custo, tem, agora, possibilidades de investir em seu crescimento – o que deixa claro, mais uma vez, o viés financeiro explorado pela instituição.

Todos esses aspectos – estudar quando sobra tempo, o encontro de um polo de apoio presencial próximo e as condições de mensalidade e pagamento – geram uma ilusão da facilidade, que pode representar danos à vida das pessoas e também à imagem da EaD, podendo estar relacionada aos altos índices de evasão que ainda são verificados na modalidade.

#### **4.1.11. “Volte a sonhar. Volte a estudar!”**

O último vídeo da Unicesumar que compõe o objeto de análise deste trabalho é intitulado *“Volte a sonhar. Volte a estudar!”*. Com um minuto e cinco segundos, foi postado no canal da instituição no dia 18 de janeiro de 2019, sendo que até a conclusão deste trabalho contava com 885,5 mil visualizações. A seguir, indicamos o código para acesso ao material, bem como o conjunto de frames e o texto escrito.

#### **VÍDEO 14 – VOLTE A SONHAR. VOLTE A ESTUDAR!**



### CONJUNTO DE FRAMES 15



#### Texto escrito:

*Esta mensagem é para quem parou de estudar, mas não de sonhar; Melhor EaD DO Brasil segundo o MEC; Maior IGC entre as IES vinculadas aos 10 maiores grupos educacionais do Brasil (Análise Setorial Hoper – 2017), considerando a média do IGC contínuo das mesmas IES como critério de desempate. Consulta avançada disponível no e-MEC/2018.*

O vídeo aqui destacado é direcionado a um público bastante específico: alunos que deixaram de estudar. É preciso levar em conta que, se há a compreensão, por parte da instituição, de que existe público suficiente para a recepção desse material, é porque os índices de evasão acadêmica são consideráveis, o que nos faz refletir uma vez mais sobre o abandono de cursos na educação superior ofertados na modalidade a distância. E isso não é um problema que afeta única e exclusivamente a instituição da qual tratamos neste momento: de acordo com os dados do último Censo EAD.BR (2018), os índices de evasão na EaD chegam a até 50%, enquanto nos cursos semi e presenciais a média é de 25%.

Há que se pensar então, no perfil que, para a instituição, representa, de maneira geral, esses alunos evadidos. A esse respeito, o comercial tem muito a dizer. Com uma produção bastante emotiva, com recursos visuais e sonoros, é possível perceber no vídeo uma história de superação. Trata-se de uma personagem negra e pobre que, possivelmente, havia deixado a casa dos pais

por motivos que podem ser o de um relacionamento amoroso ou o de desentendimentos familiares por causa de sua gravidez. Tempos depois (meses ou anos) ela volta com o filho para o lar, onde é recebida amorosamente pela mãe. Seu quarto e seus pertences parecem guardados, como se esperassem por sua volta. Ao organizá-los, a jovem encontra um jaleco, no qual está bordada a palavra “Pedagogia”, possivelmente o curso que ela estudava quando deixou a casa dos pais e também abandonou a vida acadêmica. Comovida e com os filhos nos braços, Joana decide voltar a estudar na Unicesumar. Sua rotina é marcada pela conciliação entre o trabalho de cobradora de ônibus e os estudos, que realiza conforme sua disponibilidade de horários, com certo sacrifício. De repente, o seu uniforme de trabalho muda: ela sai de casa, em um dia, com o jaleco e com muitos materiais pedagógicos nas mãos. Entra no transporte público, como de costume, mas não mais na condição de cobradora, e sim como passageira com destino ao seu novo local de trabalho, possivelmente uma escola, o que era seu objetivo. À história, somam-se frases de efeito, como “*Esta mensagem é para quem parou de estudar, mas não de sonhar*”, enfatizando a importância da continuação dos estudos para o alcance dos objetivos.

O primeiro aspecto que chama a atenção é a presença de uma personagem negra, representada na condição de pobreza e nas decepções da vida – como a amorosa. Do mesmo período, não encontramos outras produções da instituição nas quais o negro não famoso assumia papel de destaque. Esse aspecto faz refletir sobre como tem sido explorada a imagem dos negros e pardos, que são maioria no Brasil, na mídia e em especial na publicidade. De acordo com a Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (Pnad)<sup>32</sup>, do IBGE, e divulgada em 2018, o Brasil continua sendo um país extremamente desigual no tocante a raça. Enquanto a média de salário entre os empregados negros e pardos é de R\$ 1.588,00, a dos brancos é de R\$ 2.814,00, ou seja, 77% a mais. Quando comparamos as taxas de desemprego, os números também assustam: 14,2% e 11,9%, respectivamente. Isso se reflete no levantamento acerca da formação em nível superior: enquanto entre as pessoas brancas o índice de

---

<sup>32</sup> <https://exame.abril.com.br/brasil/os-dados-que-mostram-a-desigualdade-entre-brancos-e-negros-no-brasil/>

formados é de 22,9%, entre os negros e pardos esse mesmo índice é de 9,3%, menos da metade.

Apesar de não haver o domínio generalizado sobre esses dados, há na sociedade uma visão bem clara do que representa a imagem de pessoas de cores e raças diferentes. Isso está incorporado a uma ideologia, que influi direta e indiretamente na formulação dos discursos, para a AD. A formação ideológica consiste no agrupamento de elementos e condutas que não podem ser considerados nem individuais, nem universais, mas que são identificadas com certa regularidade em uma determinada organização social e influem nas relações de forças entre classes dessa mesma organização.

Indo além nessa definição, Pêucheux (1997) reforça que a AD representa um lugar teórico no qual os questionamentos se desdobram em relação a língua, sujeito e história. Sendo assim, a linguagem torna-se algo complexo e precisa ser estudada a partir de duas vertentes complementares: a interna (que abarca os aspectos próprios de sua forma linguística) e a externa (como fruto material da ideologia). As características e os contextos histórico-ideológicos dos Sujeitos do discurso não podem ser omissos.

Sob esse viés, compreende-se que as relações de linguagem estão muito além das limitações impostas pela linguística. Elas representam um processo vivo e dinâmico de relações dos próprios sujeitos, sendo que suas compreensões e seus efeitos podem ser diversos e numerosos.

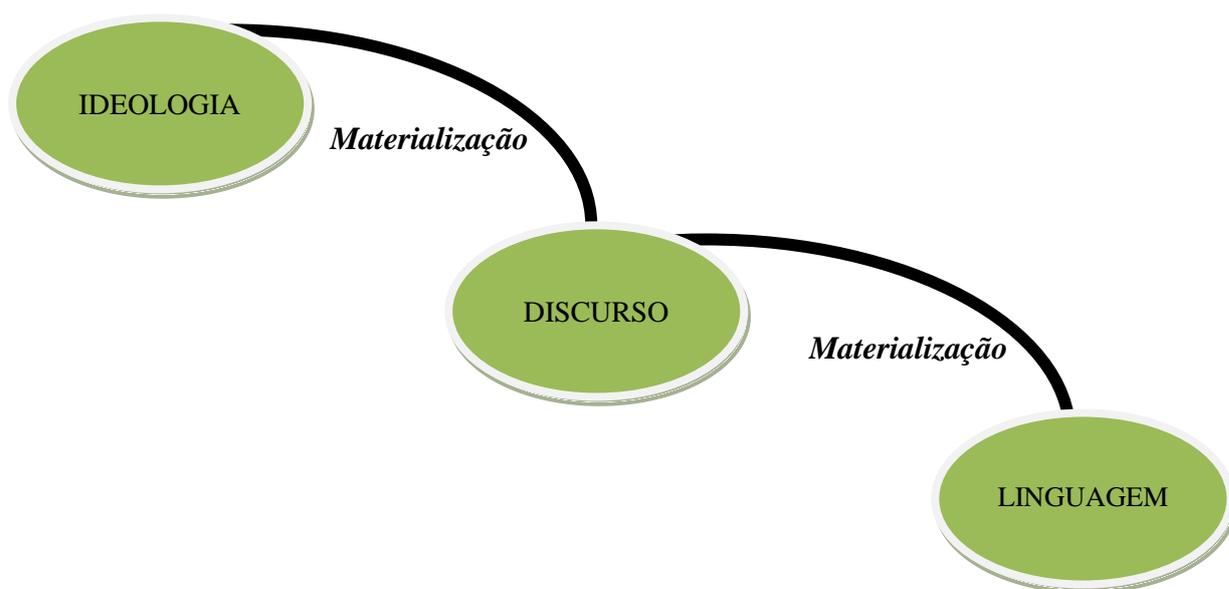
Análise de Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana (ORLANDI, 2005, p. 15).

A linguagem, enquanto discurso, deixa de representar, perante a AD, apenas um instrumento de comunicação ou base para o pensamento. Mais que o aglomerado de signos para essas finalidades, consiste em elemento material de interação, lutas de classes e produção social; jamais deve ser vista como um fenômeno neutro do qual se apropria a humanidade sem a reflexão profunda sobre a arma que representa. A linguagem, traduzida em discurso, pode ser

concebida como um domínio disputado, por constituir-se privilégio no reforço de ideologias (BRANDÃO, 2012).

Enquanto a linguagem constitui-se como a materialidade do discurso, em AD, este, por sua vez, é fruto material da ideologia. Os sentidos percebidos a partir dessa ponta provêm das formações ideológicas às quais os Sujeitos do discurso estão relacionados e vinculados. Assim sendo, os analistas do Discurso apontam para a linguagem como a expressão de todo um contexto que deve ser considerado. É por essa razão que tal elemento deixa de ter valor apenas como representação signica e passa a ser analisado como movimento, descontínuo e irrestrito, de sentidos (FERNANDES, 2005).

**Figura 2: Materialização entre Ideologia, Discurso e Linguagem**



Fonte: FERNANDES, 2005. Elaborado pelo autor.

Dessa maneira, enunciador e enunciatário não representam individualmente. Não estamos falando, no vídeo, por exemplo, da Joana. Falamos de uma jovem negra, mãe solteira, pobre ou extremamente pobre, trabalhadora, com carências sociais, entre outras características, que passa a integrar o grupo imaginado como vulnerável, marginalizado e ignorante. Porém, ao mesmo tempo, o desenrolar da história da personagem transmite aquilo que é comum nos

discursos envolvendo os negros: que eles têm as mesmas condições que os brancos e só precisam se esforçar para a conquista de seus sonhos.

Martins (2000) afirma que, historicamente, em relação à publicidade, o negro, quando não é negligenciado e deixado sem visibilidade, aparece com traços bastante estereotipados. Isso não é um problema dos signos e dos símbolos, mas representa a concepção que se tem em nossa sociedade marcadamente eurocêntrica. Comungando com esse pensar, destacamos:

Assim como as demais formas de discurso social (entenda-se textos jornalísticos programas de TV, livros didáticos etc) a publicidade dará eco aos valores da sociedade que a produziu. Como no Brasil os valores são pautados dentro de uma lógica eurocêntrica, que deprecia o que não é espelho, nossos anúncios tendem a reproduzir e legitimar as desigualdades raciais (MARTINS, 2007, p.6).

Sendo assim, o vídeo, mesmo que de forma sutil, reforça características do negro que estão convencionadas socialmente. Além disso, reforça o discurso de que as condições de formação superior estão disponíveis a todos e que desfrutar disso depende simplesmente da vontade de cada um, menosprezando aspectos históricos e sociais que fazem com que as condições de estudo (e até mesmo de escolarização) estão muito aquém do que o esperado, para determinados grupos.

#### **4.2. O discurso sobre EaD e a produção de sentidos**

Na formulação dos diferentes discursos que destacamos até aqui, há filiações a determinadas formações ideológicas a respeito da EaD, como as concepções de aluno, educação superior, democracia, conhecimento etc. Dessa maneira, levando em consideração a compreensão de que uma memória discursiva ocorre a partir da relação estabelecida pelo interdiscurso e pelo intradiscurso, como postulado por Orlandi (2005), alguns eixos/trajetos temáticos podem representar a materialização dos discursos até aqui explorados, a partir de (re)formulações parafrásticas e/ou polissêmicas. Tais definições, que exploramos a seguir, contribuem para a delimitação de determinadas FDs.

O primeiro trajeto discursivo que destacamos como umas das regularidades presentes nos/entre os materiais analisados, é a exploração da EaD como um trampolim para o sucesso (principalmente no aspecto profissional). Recursos visuais, textuais e sonoros contribuem com frequência para apresentar essa modalidade de ensino, ao enunciário, como a oportunidade imperdível para quem quer ser bem sucedido. Esse trajeto aparece materializado na figura dos artistas que se põem na condição de enunciadores recomendadores da modalidade (nos vídeos 01, 02, 03, 09, 10 e 11), mesmo que não tenham curso superior, uma vez que o que está em jogo são as suas imagens e as formações imaginárias que se formam a partir delas, quase sempre relacionadas ao sucesso, à riqueza e à satisfação profissional; e na superação e mudança de vida, expressadas a partir de personagens e alunos e ex-alunos por meio de depoimentos (vídeos 05, 06, 07 e 14), representações pelas quais as dificuldades são consideradas partes do processo e precisam ser superadas a qualquer custo;

O segundo trajeto que merece realce diz respeito à compreensão da EaD como a oportunidade financeira para acesso à educação superior (vídeos 09, 11, 12, 13 e 14), com destaque para baixo preço nas matrículas/mensalidades, descontos para casos específicos (como o religamento de alunos), concessão de *brindes*, como materiais e curso de inglês etc.; na facilidade. Este eixo está ligado a outro, que representa a polissemia a partir de um mesmo eixo: a EaD como um mercado altamente lucrativo e no qual vale a pena investir, compreensão tida a partir da rápida expansão das IES pelo Brasil e do uso rápido da flexibilidade gerada pelas alterações na legislação, o que faz aumentar consideravelmente o número de cursos ofertados na iniciativa privada.

Outro trajeto que deve ser registrado é o do mito da facilidade de se estudar EaD, na comparação com a modalidade presencial (predominante nos vídeos 01, 11, 12 e 13). Esse aspecto se materializa nas indicações de possibilidades de estudar apenas nas horas vagas, ir poucas vezes ao polo de apoio presencial, conciliar afazeres do dia a dia com os estudos, ter mais tempo livre para se divertir e relaxar, entre outras. Também se encontra presente nos discursos dos comerciais analisados, o trajeto discursivo sobre o espaço acadêmico como de privilégios, ao qual devem ter acesso aqueles que

merecerem, por seus esforços, a conquista desses ambientes (com predominância nos vídeos 02, 04, 05, 06, 07, 13 e 14).

Tais trajetos são apontados a partir de certa regularidade de exploração nos discursos dos materiais que compõem o *corpus* de análise. Eles se relacionam por meio de inter e intradiscursos, por processos parafrásticos ou polissêmicos, e, ao mesmo tempo em que determinam determinadas FDs, expressam essas mesmas formações, que estão ligadas a formações ideológicas presentes e convencionadas em determinado período na sociedade. Em outras palavras, contribuem para a compreensão do modo como a EaD é pensada, considerada, comunicada e explorada.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS: A INCOMPLETUDE DE UM GESTO DE FINALIZAÇÃO

Pouco tempo restava para o aniversário. O presente ainda não havia sido comprado. Rapidamente, percorri, mentalmente, as opções de compra da região, para encontrar o item mais adequado para a aniversariante. Perdido em meio a várias possibilidades existentes no imaginário, decido ir ao *shopping*; afinal, várias opções mercadológicas encontram-se disponíveis nesse mesmo espaço, facilitando a escolha.

Que satisfação o lugar de compra pode nos causar. Fui andando pelos corredores, por entre as vitrines planejadas cuidadosamente no intuito de atrair os consumidores, e verificando as possibilidades. *“Que tal um calçado? Ou, então, uma peça de roupa? Ah... essa loja de perfumes é bacana; essa de jóias também é.”* Caminhava, quase me perdendo no tempo disponível, em meio a tantos atrativos, até que paro diante de uma loja. Ali eu não encontraria o presente que buscava, mas encontrara a intensificação de uma das inquietações que embasaram a pesquisa de mestrado. Estava diante de um novo ambiente comercial. Havia atrativos publicitários ousados. Cores e composições de prender a atenção. Mas não era uma loja comum, de sapatos, vestimentas ou adereços. Encontrava-me perante uma loja de umas IES, que tinha o objetivo principal de vender cursos da modalidade a distância, com a facilidade de agendar o vestibular e receber brindes após a inscrição.

Por alguns minutos, as estratégias publicitárias ficaram em minha mente, demonstrando, por um lado, como a educação superior tem se tornado um mercado gigante e, por outro, como a expansão da modalidade tem beneficiado principalmente as instituições da iniciativa privada. Mais uma vez, busquei refletir se esses anúncios têm sido fieis à seriedade de uma formação superior e às atribuições necessárias aos alunos. Coloquei em questionamento também o fato de o ensino ser colocado com frequência como uma mercadoria, com moeda de troca, desprezando a formação como uma construção – e não obtenção. Isso me fez compreender que a discussão acerca da temática se faz necessária no

contexto atual e, além disso, que ela precisa da contribuição de novos pesquisadores.



Sendo o discurso materialização ideológica, que abarca em si complexos aspectos históricos e sociais não estáticos, traçar parâmetros conclusivos para este trabalho parece-nos missão impossível – e de certa forma desnecessária. Assim como nos guiamos na realização desta pesquisa, continuamos a acreditar que nossos esforços consistem apenas em alguns gestos de reflexão acerca daquilo que merece manifestação das defesas mais veementes: o acesso à educação de qualidade – aqui, especificamente, ao nível de educação superior. Para tanto, externalizamos nosso refletir com as atenções voltadas à modalidade de educação a distância, que tem sido, nos últimos anos, eixo norteador de nossas pesquisas e discussões.

Iniciamos este trabalho com uma inquietação a respeito dos discursos presentes nas peças publicitárias de cursos da EaD, em especial aquelas da iniciativa privada. Dessa maneira, buscamos realizar alguns gestos de análise de sentidos, entendendo as construções discursivas como resultados, entre outras origens, de políticas públicas nacionais, que, desde, principalmente, a década de 1990, provocaram muitas mudanças no campo da educação, incluindo a formalização da modalidade a distância, a partir da LDBEN, em 1996.

Como compreendemos que isso não se fez da noite para o dia, mas processou-se de modo a atender aspectos ideológicos, políticos e históricos, recorreremos às pesquisas bibliográfica e documental, na intenção de identificar iniciativas de ensino para além do aspecto presencial, bem como influências práticas e legais que levaram à formalização da modalidade. Nessa ação, compreendemos que o reconhecimento da EaD no Brasil, a exemplo do que aconteceu/acomete em várias partes do mundo, ocorreu no seio de uma série de transformações da área da educação orientadas por agentes, órgãos e organismos internacionais, com vistas à expansão da oferta de educação a distância.

Com várias iniciativas não formais registradas antes mesmo da formalização, a EaD, a partir da última década do século XX, passa a integrar

diferentes textos legais, inicialmente de maneira tímida, mas cada vez de maneira mais intensa, a ponto de fazer com que, nos últimos anos, a modalidade cresça, ano a ano, em proporções muito maiores que aquelas observadas na modalidade presencial. Essa expansão da modalidade ganha força com o advento das TICs e das novas tecnologias, que elevaram as possibilidades de ensino para além dos muros acadêmicos a outros patamares.

Nessa esteira, chamou a nossa atenção o uso das prerrogativas legais de forma muito mais intensa pela iniciativa privada do que pelas instituições públicas, de modo que, de acordo com dados do último Censo EAD.BR (ABED, 2018), do número de matrículas realizadas em 2017, mais de 90% foram realizadas em instituições não mantidas pelo Poder Público. Dessa maneira, inferimos que a EaD tem representado uma possibilidade atraente para investimentos mercadológicos, inferência que pôde ser reforçada com outros dados oficiais e extraoficiais, que apontam para o crescimento em ritmo extremamente acelerado – assim como tramitaram as últimas legislações sobre o tema – e para o aumento da concorrência entre diferentes grupos educacionais, configurando esse campo como um nicho mercadológico bilionário.

Pautada nesses levantamentos, é que nossa análise sobre 14 comerciais audiovisuais das três maiores IES do estado do Paraná (Unopar, Uninter e Unicesumar) ocorreu. Nossa preocupação foi levar em consideração aspectos como os contextos de produção – nos sentidos estrito e amplo –, interdiscurso/intradiscurso e, por conseguinte, processos parafrásticos e polissêmicos, silêncios discursivos, o já-dito e o não-dito, entre outros ancorados na corrente teórico-metodológica da Análise do Discurso da linha francesa.

Nesse percurso analítico, pudemos perceber que a edição de leis voltadas ao reconhecimento, à formalização e à regulamentação da EaD, ao mesmo tempo em que contribuiu para a expansão da educação superior no Brasil, aumentando significativamente o acesso a esse nível de ensino, flexibilizou de maneira rápida e intensa a abertura de instituições, polos e cursos – em especial na iniciativa privada. Nesse contexto, perante a concorrência gerada pelo vislumbramento de um nicho mercadológico altamente lucrativo, a publicidade tem assumido papel de destaque na conquista de novos alunos, vistos também como clientes.

Identificamos que os referidos materiais encontram-se costurados por certas regularidades discursivas, dentre as quais, destacaram-se as seguintes: concepção da EaD como um trampolim para o sucesso, explorada a partir da presença de celebridades e das histórias de superação de alunos (reais ou fictícios); compreensão da modalidade como a oportunidade financeira para acesso à educação superior, vinculada aos deslizes de sentidos sobre cursos a distância como um mercado altamente lucrativo para investidores; o mito da facilidade de se estudar a distância, que representa erroneamente a possibilidade de formação sem dedicação intensa, com atividades acadêmicas apenas nas horas livres e em concomitância com outras da rotina; e a da indicação da modalidade como a ponte para o espaço de privilegiados, qual seja, o da educação superior. Tais regularidades, chamadas no material como trajetos discursivos, expressam e, ao mesmo tempo, definem as formações discursivas, que, por sua vez, estão ligadas às formações ideológicas, expressas pelas formações imaginárias em nossa sociedade.

Como gestos de compreensão a partir do trabalho, e mais especificamente da análise, expressamos que consideramos a expansão da EaD como um movimento legítimo e benéfico à democratização do acesso à educação superior. Contudo, parece-nos que existe um descompasso nas velocidades do desenvolvimento da modalidade nas IES públicas e privadas. Aquelas, mantidas pelo Poder Público, têm apresentado atuação tímida ou retraída, enquanto estas, marcadas por aspectos mercadológicos, disputam a atenção e a fidelização de alunos/clientes, considerando que o campo já representa 21,2% das matrículas no último nível de ensino (um aumento de mais de três vezes em dez anos) e com vistas às estimativas de continuação de crescimento, que preveem que até 2023 a EaD terá mais alunos que a modalidade presencial.

Nesse contexto, no qual a publicidade assume papel de destaque, muitas mensagens, relacionadas às regularidades discursivas observadas, são infiéis aos ideais que justificaram/justificam a formalização e o reconhecimento da EaD, bem como ao seu desenvolvimento de forma qualitativa. Ao pregarem a garantia de sucesso profissional a partir da matrícula, por exemplo, tais materiais negligenciam a realidade de que um terço dos formados em algum curso superior no Brasil estão desempregados, gerando uma certa ilusão, tendo em vista que

essa realidade não pode ser superada simplesmente pela vinculação a uma IES, mas a partir de tratamento de causas sociais, econômicas e históricas.

Da mesma forma, o barateamento dos cursos, ao mesmo tempo em que pode influir na qualidade do ensino, pauta-se em aspectos bastante massificadores para a diminuição dos custos. Assim, lucros financeiros ficam preservados e continuam em ascensão, ano após ano, o que atrai a atenção de investidores, que, antes da preocupação com a formação qualitativa, enaltecem os aspectos avaliativos quantitativos, para se manter em atuação.

Uma loja montada em um *shopping* exclusivamente para a venda de cursos de nível superior – como relatado no início desta parte final do trabalho – mostra o viés comercial que tem permeado a oferta da EaD no Brasil. Ao lado dos calçados, das roupas, das joias e dos acessórios que se deseja vender como necessários à aprovação social, a divulgação de ofertas *imperdíveis* de ingresso na *faculdade* acaba por banalizar a formação acadêmica, com discursos rasos e nem sempre fiéis – como aqueles que vimos nos comerciais analisados.

Além disso, cabe ressaltar, a massificação de cursos da EaD, de forma muito mais veemente que a observada na modalidade presencial, pode gerar um certo nivelamento entre o que é curso/formação destinado(a) a classes mais privilegiadas e àquelas menos favorecidas, reforçando um problema que, como vimos, historicamente tem marcado o Brasil: as diferenças no tratamento das camadas sociais.

Os discursos levam, também, à compreensão descontextualizada de que é fácil estudar a distância e que tal ação exige menos dedicação que na modalidade presencial. Cria-se, com isso, a ideia de cumprimento de aspectos meramente formais para a conquista do diploma. Essa falsa ideia contribui para que a evasão acadêmica em cursos da EaD seja, ainda, até duas vezes maior que a identificada nos cursos presenciais, já que, ao se deparar com a realidade, uma significativa parcela dos alunos se sente desprovida de características essenciais para discentes dessa modalidade. Além disso, a visão da EaD como o canal de acesso a um local de privilegiados reforça, mais uma vez, a concepção histórica de que a educação superior serve para realçar diferenças entre grupos, classes e ideologias.

E por falar em privilegiados, identificamos, permeando as diferentes construções discursivas, a presença de personalidades famosas, como sinônimo de sucesso e destaque. Muitas delas, sem formação superior; portanto, falando de algo que lhes é alheio, sobre o qual não possuem – ou não deveriam possuir – propriedade para falar.

Também consideramos desleal, para com o internauta e/ou telespectador, fazer uso de máscaras sobre a nomenclatura e a atuação das instituições, como o que observamos quando do uso do prefixo “Uni” ligado a centros universitários, no intuito de fazer emergir a ideia de universidade em um espaço não constituído como tal. Essa estratégia, muito presente nos anúncios das instituições, nos fez refletir sobre a enganação que a ausência de uma legislação mais rígida, no tocante à divulgação publicitária das instituições, valida. Afinal, universidade depende de mais investimentos, de cumprimento a mais regras e dedicação à pesquisa e extensão – o que não é característica de um centro universitário e/ou uma faculdade isolada.

Não procuramos determinar que nas instituições públicas não existam investidas propagandísticas, no intuito de aumentar o número de alunos – até porque, muitas dessas IES têm seus investimentos mantidos a partir de ações como campanhas de vestibular, cursos extracurriculares etc. Contudo, ao mesmo tempo em que verificamos a atuação da iniciativa privada de maneira muito mais marcante, em nossos estudos, realizamos o recorte e indicamos um trabalho sob esse novo olhar para uma nova pesquisa.

Seria desonesto de nossa parte, enquanto pesquisador da EaD, negar toda e qualquer contribuição das instituições particulares para o alcance de grupos que, por diferentes razões possíveis, ficaram por muito tempo sem ter acesso ao ensino superior e, por meio da iniciativa privada, vislumbraram a única forma de dar continuidade aos estudos. Porém, seria, também, uma atitude covarde atestar que a educação superior possa ser oferecida apenas em formato de mercadoria, em compensação à falta do Estado na garantia de um direito fundamental, já que, transformado em mercadoria, o campo educacional tende a priorizar o lucro. Dessa maneira, consideramos que falta controle no discurso produzido pelas instituições e, também, um maior rigor nos processos de aberturas legais, uma

vez que têm acabado por favorecer de maneira demasiada a iniciativa privada, paralelamente à omissão do Poder Público.

## REFERÊNCIAS

ABED. **Censo EAD.BR**: Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2016/2017. Curitiba: Ibpex, 2017.

ABED. **Censo EAD.BR**: Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2017/2018. Curitiba: Ibpex, 2018.

ALVES, João Roberto Moreira. **Educação a distância e as novas tecnologias de informação e aprendizagem**, 2001. Disponível em: [http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/186\\_1700\\_alvesjoaoroberto.pdf](http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/186_1700_alvesjoaoroberto.pdf) . Acesso em: 12 mai. 2018.

ALVES, Lucineia. (2010). **Educação a distância**: conceitos e história no Brasil e no mundo. Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância, 10, p. 83-92.

AMORIM, Mayane Santos. **Os discursos sobre o acesso ao Ensino Superior**: Uma Análise de propagandas de Vestibular da Bahia. Feira de Santana, BA. Dissertação de mestrado, 2015.

BANCO MUNDIAL. **Prioridades y estrategias para la educación**. Washington, DC: Banco Mundial, 1996. Disponível em: <http://documents.worldbank.org/curated/en/715681468329483128/pdf/14948010spanish.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: As conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BITTAR, Marisa; FERREIRA Jr., Amárico. **Pluralidade linguística, escola de bê-á-bá e teatro jesuítico no Brasil do século XVI**. Educação e Sociedade, Campinas, v. 25, n. 86, p. 171 – 195, abril 2004.

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Ed. UNICAMP, 2012.

BRASIL. **Decreto 2.494 de 19 de agosto de 1997**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d2494.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2494.htm). Acesso em: Abr/2018.

BRASIL. **Decreto 5.622 de 19 de dezembro de 2005**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm). Acesso em: Abr/2018.

BRASIL. **Decreto 9.057 de 25 de maio de 2017**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2017/decreto-9057-25-maio-2017-784941-norma-pe.html>. Acesso em: Abr/2018.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira (LDB) nº 9394, de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm). Acesso em: Abr/2018.

BRASIL. **Plano Nacional de Educação (PNE)**. Plano Nacional de Educação 2014- 2024: Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014, que aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências. – Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2014.

BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos; GRAU, Nuria Cunill. **Entre o Estado e mercado**: o público não-estatal. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **O Público Não-Estatal na Reforma do Estado**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999. p. 15-48.

CARINHATO, Pedro Henrique. **Neoliberalismo, reforma do estado e políticas sociais nas últimas décadas do século XX no Brasil**. Revista Aurora, Marília, ano 2, n. 3, p. 37-46, dez. 2008. Disponível em: [http://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Aurora/aurora\\_n3\\_miscelanea\\_01.pdf](http://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Aurora/aurora_n3_miscelanea_01.pdf) . Acesso em: 15 maio 2014.

CARVALHO, Cristina Helena Almeida de. **A mercantilização da educação superior brasileira e as estratégias de mercado das instituições lucrativas.** Rev. Bras. Educ. [online]. 2013, vol.18, n.54, pp.761-776. ISSN 1413-2478. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-24782013000300013>. Acesso em 05 jun. 2018.

CARVALHO, Nelly. **Publicidade: a linguagem da sedução.** São Paulo: Ática, 2003.

CHAUÍ, Marilena. **Democracia e sociedade autoritária.** 2012. Disponível em:

CHAUÍ, Marilena. **Ideologia e Educação**, em Educação e Sociedade. CEDES, Cortez Ed., Autores Associados, Ano II, nº 6, 1980.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder: Uma análise da Mídia.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CORBUCCI, Paulo Roberto; KUBOTA, Luis Claudio; MEIRA, Ana Paula Barbosa. **Evolução da Educação Superior Privada no Brasil: Da Reforma Universitária de 1968 à Década de 2010.** Ago, 2016. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7066/1/Radar\\_n46\\_evolu%C3%A7%C3%A3o.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7066/1/Radar_n46_evolu%C3%A7%C3%A3o.pdf). Acesso em: 23 jun. 2018.

COSTA, Maria Luisa Furlan. **Políticas Públicas para o Ensino Superior a Distância e a Implementação do Sistema Universidade Aberta do Brasil no Estado do Paraná.** Araraquara, SP. Tese de doutorado, 2010.

COSTA, Maria Luisa Furlan. **Rádio Educativo: A contribuição de Edgard Roquette Pinto para a democratização do conhecimento no Brasil.** Curitiba: CBHE, 2004.

COURTINE, Jean-Jacques. **Définition d'orientations théoriques et construction de procédures en analyse du discours**. Philosophiques, vol. IX, número 2, octobre 1982.

DIAS, Marco Antonio; NUNES, Edson. **Mercado e Educação: Cenário Atual do Ensino Superior Brasileiro**. Revista Fatec Zona Sul, 2016. Disponível em: file:///C:/Users/Cl%C3%A9ber%20Gon%C3%A7alves/Downloads/78-298-1-PB%20(1).pdf. Acesso em: 06 jun. 2018.

FARIA, Sergio Enrique. **A comunicação de marketing nas instituições de ensino superior**. (dissertação de mestrado). São Paulo: UMESP, 2002.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 13. ed., 1. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

FELIZOLA, Maria Cristina Merlin. **Lacan e o estruturalismo**. 2000. 153 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2000.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do Discurso: reflexões introdutórias**. Goiânia: Trilhas Urbanas, 2005.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **O quadro atual da Análise de Discurso no Brasil**. In: CORRÊA, Marcia Crisina; NASCIMENTO, Silvia Helena Novato do (Org.). Literatura(s) Contemporânea(s): a dinâmica do afeto. N. 27. Santa Maria: Calabria, 2003, p. 39-46.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 2004.

GARCIA, O. M. **Comunicação em prosa moderna**. 15. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1992.

GREGOLIN, M. R. V. **Análise do discurso**: lugar de enfrentamentos teóricos. In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. (Org.). Teorias linguísticas: problemáticas contemporâneas. Uberlândia: EDUFU, 2003, p. 21-34.

GREGOLIN, M. R. V. **Discourse analysis**: concepts and aims. Alfa (São Paulo), v.39, 1995.

LIBÂNEO, José Carlos. **Políticas educacionais no Brasil**: desfiguramento da escola e do conhecimento escolar. Cadernos de Pesquisa, v. 46, n. 159, p. 38-62, jan./mar. 2016.

LITWIN, Edith. (2001). **Das tradições à virtualidade**. In: LITWIN, E. (Org.). Educação a Distância: temas para o debate de uma nova agenda educativa. Porto Alegre: Artmed, p. 13-22.

LOUREIRO, Bráulio Roberto C. **Contexto neoliberal: as recomendações educacionais do Banco Mundial como resposta à crise estrutural do capital**. Verinoti – Revista on-line de Educação e Ciências Humanas, Belo Horizonte, ano 6, n. 11, p. 14-22, abr. 2010. Disponível em: <http://www.verinotio.org/conteudo/0.26875767695602.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2018.

MAIA, C.; MATTAR, João. **ABC da EaD**: a educação a distância hoje. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MALANGA, Eugênio. **Publicidade, uma introdução**. São Paulo: Edima, 1987.

MARCONCIN, M. A. **Desenvolvimento histórico da Educação a Distância no Brasil**. 2010. Disponível em: <http://www.followscience.com/account/blog/article/106/desenvolvimento-historico-da-educacao-a-distancia-no-brasil>. Acesso em: 10 maio 2018.

MARTINS, Carlos Augusto de Miranda e. **O silêncio como forma de racismo: a ausência de negros na publicidade brasileira.** Disponível em < [www.inter-scienceplace.org/inter-scienceplace/article/download/15/20](http://www.inter-scienceplace.org/inter-scienceplace/article/download/15/20) -> Acesso em 13 jan. 2019.

MEAD, George H. **Mind, self & society.** Chicago, The University of Chicago Press, 1934.

MELO, Iran Ferreira de. **Análise do Discurso e Análise Crítica do Discurso: Desdobramentos e Intersecções.** 2009. Disponível em: [http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/Melo\\_ADeACD.pdf](http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/Melo_ADeACD.pdf). Acesso em: 03 jul. 2018.

MENDONÇA, Camila Tecla Morteau. **O Estado do Conhecimento na Educação Superior a Distância e a Intervenção dos Organismos Internacionais nas Políticas Públicas (2001 – 2014).** Maringá, PR. Dissertação de mestrado, 2016.

NASCIMENTO, Claudiomar Ferreira do; BRITO, Fabrine Pereira de; LOPES, Joivaldo Sousa. **Para onde vai a universidade? Os organismos multilaterais e o financiamento da educação superior no Brasil,** 2005. Disponível em: [http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIII/html/Trabalhos2/Claudiomar\\_Ferreira\\_Fabrine\\_Pereira\\_Joivaldo\\_Lopes119.pdf](http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIII/html/Trabalhos2/Claudiomar_Ferreira_Fabrine_Pereira_Joivaldo_Lopes119.pdf). Acesso em: 05 abr. 2018.

OLIVEIRA, Patrícia Mertzig Gonçalves de; COSTA, Maria Luisa Furlan. **Mapeamento da pesquisa em Educação Musical a Distância no Brasil.** Curitiba, PR: Editora CRV, 2018.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos.** 3. ed. Campinas: Ed. Unicamp, 1995.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos.** 6 ed. São Paulo: Pontes, 2005.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Segmentar ou recortar**. Lingüística: Questões e Controvérsias, Centro de Ciências Humanas e Letras da Faculdades Integradas de Uberaba. Série de Estudos n. 10, p. 9-27, 1984.

PEDONE, Luiz. **Formulação, Implementação e Avaliação de Políticas Públicas**. Brasília: Fundação Centro de Formação do Servidor Público, 1986.

PEREIRA, Danilo Moura; SILVA, Gislaine Santos. (2010). **As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento**. Caderno de Ciências Sociais Aplicadas, n. 10, p. 151-174.

PÊCHEUX & FUCHS (1975). **A propósito da Análise Automática do Discurso**. In : GADET & HAK (org). Por uma análise automática do discurso. Campinas: Ed. Unicamp, 1990, p.163-252.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**. Uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi [et al.] Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

RANGEL, Jorge Antonio. **Edgard Roquette-Pinto** / Jorge Antonio Rangel. – Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010.

RESENDE, Stela Galbardi de. **Políticas Públicas para a Educação Superior a Distância no Brasil: Princípios e Contradições entre a Legislação Brasileira e as Recomendações dos Organismos Internacionais**. Maringá, PR. Dissertação de mestrado, 2018.

SANTOS, Francisco Coelho dos. **As faces da selfie: Revelações da fotografia social**. Revist Brasileira de Ciências Sociais [online]. 2016, vol.31, n.592. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v31n92/0102-6909-rbcsoc-3192022016.pdf>. Acesso em 05 dez. 2018.

SAVIANI, Demerval. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. 3. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2011.

SECCHI, Leonardo. **Políticas Públicas**: conceitos, esquemas de análise, casos práticos. 1. ed – São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SGUISSARDI, Valdemar. **Modelo de expansão da educação superior no Brasil**: predomínio privado/mercantil e desafios para a regulação e a formação universitária. Educ. Soc. [online]. 2008, vol.29, n.105, pp.991-1022. ISSN 0101-7330. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302008000400004>. Acesso em: 05 jun. 2018.

SILVEIRA, D. T.; CÓDOVA, F. P. **A pesquisa científica**. In: GERHARDDT, T. E. e SILVEIRA, D. T. (org.). Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Editora de UFRGS, 2009.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o Rádio não contou** - Do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo. São Paulo: Negócio, 1997.

TEDESCO, J. C. (2004). **Educação e novas tecnologias**: esperança ou incerteza? . In: \_\_\_\_\_. (Org.). Educação e novas tecnologias: esperança ou incerteza? São Paulo: Cortez; Buenos Aires: Instituto Internacional de Planeamiento de La Educación; Brasília: UNESCO. p.9-13.

TEIXEIRA, A. **Ensino superior no Brasil**: análise e interpretação de sua evolução até 1969. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1989. <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/download/24574/14151/>, acesso em jan 2019.