

# EDUCAÇÃO COMO MERCADORIA: UMA ANÁLISE DISCURSIVA SOBRE AS DINÂMICAS DOS PORTAIS EDUCACIONAIS RELACIONADOS À GEOGRAFIA ESCOLAR

*Grégory Cardoso Marmacedo Ribeiro<sup>1</sup>*

*Élida Pasini Tonetto<sup>2</sup>*

## RESUMO

O uso da Internet no ambiente escolar aumenta ano a ano, logo, é importante analisar o funcionamento dos portais educacionais para compreender suas possibilidades e limites como apoio ao trabalho pedagógico. Portanto, esta pesquisa, resultante de um Trabalho de Conclusão de Curso da Licenciatura em Geografia, teve como objetivo analisar o discurso de portais educacionais que abordam conteúdos de Geografia Escolar. Para tanto, foram utilizados pressupostos metodológicos da pesquisa pós-crítica em educação. A pesquisa aproximou-se de elementos da análise discursiva baseada em Foucault. Foi realizada uma pesquisa sobre termos relacionados à Geografia Escolar nos sites de busca *Google* e *Bing*. Três principais portais de educação foram identificados: Brasil Escola, Toda Matéria e Mundo Educação. A análise de discurso foi baseada em informações presentes nesses portais e nos sites das empresas responsáveis por eles. Através das análises, foi identificado que as empresas que detêm maior poder econômico para investir em seus sites conseguem melhores posições nos buscadores. Ainda, foi observado um processo de apropriação e mercantilização do conhecimento, transformando a educação em mercadoria e não em um direito, evidenciando, assim, a predominância social de um discurso neoliberal. Essa lógica discursiva atinge o campo educacional por diferentes aspectos, aparecendo nesta pesquisa através de uma monetização da educação por meio dos acessos aos conteúdos escolares.

**Palavras-chave:** Geografia Escolar; Portais Educacionais; Neoliberalismo

## 1. INTRODUÇÃO

O uso da Internet aumentou entre os jovens brasileiros, segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), confirmando que, nas últimas décadas, houve um crescimento relevante de crianças e adolescentes que se informam pela Internet, cerca de 51% dos conectados assistem ou leem notícias on-line (Cetic.br, 2018). O número de estudantes que estudam pela Internet por conta própria passou de 50% para 69%, entre os anos de 2019 e 2020 (CGI.br, 2021). Quanto ao uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), é apontado que, após a pandemia de Covid-19, ocorreu uma intensificação no uso dessas tecnologias por toda a sociedade, incluso no campo educacional (CGI.br, 2023). Em virtude disso, é necessário ampliar a compreensão acerca das dinâmicas dos ambientes digitais relacionados à educação.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul - gregory-97@hotmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul - elida.tonetto@ufrgs.br

Nas últimas décadas, projetos políticos difundidos em diferentes países atuaram na promoção de reformas na educação, realizando intervenções nos currículos escolares (Giroto, 2016). Essas mudanças também podem ser observadas em ambientes digitais e estão inseridas em uma ideia de educação voltada para o mercado de trabalho, advindas de um discurso neoliberal. O estudo de Andrade e Oliveira (2022), que teve como objetivo auxiliar os professores na orientação dos alunos sobre pesquisa científica em meio digital, trouxe um alerta sobre a necessidade de compreender como as ferramentas de pesquisa funcionam e os interesses que estão relacionados aos primeiros resultados apresentados nos buscadores.

Dentre os dispositivos de pesquisa existentes, o Google é o mais utilizado pela maioria dos brasileiros (96,95%) (Statcounter, 2023). Isso é, um único buscador de informações é utilizado pela maioria da população, que não é isento do interesse da empresa que o detém. Assim como o buscador Google, também existem outros dispositivos de pesquisa atrelados a empresas, tais corporações, proprietárias de buscadores e outras plataformas, não são zonas neutras, mas sim estão conectadas a uma trama global. Nesse sentido, é importante compreender que:

A operação de um mero mecanismo de busca aloca o resultado em um ordenamento de links conforme critérios que envolvem decisões humanas, portanto, carregadas de valores, noções, saberes e decisões políticas de qual seria a melhor solução para uma escolha algorítmica ou o melhor modo de aprendizado com os dados que receberá (Silveira, 2021, p. 45).

Em virtude disso, é necessário analisar as suas formas de funcionamento, que estão fortemente atreladas a conteúdos publicitários e influenciam nos resultados exibidos (Martins e Madureira, 2012). Portanto, é necessário conhecer os grupos relacionados aos primeiros resultados desses dispositivos de pesquisa, uma vez que estão sendo utilizados por estudantes e professores brasileiros como fonte de informação e estudo.

Diante dessas questões, o objetivo do estudo, resultante de um Trabalho de Conclusão de Curso da Licenciatura em Geografia, foi analisar o discurso de portais de educação que abordam conteúdos de Geografia Escolar. Para isso, foram construídos os seguintes objetivos específicos: 1) identificar quais são os principais portais de educação relacionados aos conteúdos da Geografia Escolar que aparecem nos buscadores mais relevantes; 2) verificar as informações disponíveis sobre esses portais,

identificando quais são os grupos responsáveis por eles; 3) analisar o discurso veiculado por esses portais por meio de uma aproximação da Análise de Discurso de Michel Foucault.

## **2. Pressupostos Teóricos da Pesquisa**

Ao adentrar na investigação, as lentes teóricas expandiram-se para além dos portais educacionais lançaram-se num caminho de desnaturalizar as tecnologias digitais, nesse sentido adotou-se um referencial que problematiza a adesão acrítica às tecnologias, tornando-se fundamental compreender a produção de tecnologias digitais, incluindo aquelas vinculadas à Educação, dentro de um modo de produção capitalista em sua fase neoliberal.

Contudo, o neoliberalismo não pode ser entendido como algo meramente ligado ao aspecto econômico, segundo Dardot e Laval (2014, p. 15), o Neoliberalismo pode ser definido como “um conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência”. Por exemplo, é possível notar como os diferentes usos da Internet exercem influência na área educacional, podendo ser utilizada como um dispositivo de auxílio ao processo de ensino-aprendizagem, ou apenas como mais uma forma de obter lucratividade e responder a interesses do mercado.

Nesse sentido, entende-se que, ao navegar na Internet, o sujeito tem sua atenção dividida em várias outras atividades, pensadas de modo proposital pelas empresas para a distração e o acesso a inúmeros links, monetizados por elas. Isso se repercute ainda na aprendizagem, pois:

[...] no caso de uma leitura de uma página de texto na web, a internet oferece ao leitor tantos outros estímulos (visuais e auditivos): anúncios nas bordas e entre os textos, links para assuntos relacionados instigando para que sejam clicados (os links geralmente estão grafados em cor diferente do restante do texto, destacando-os), vídeos complementares – que não permitem que o usuário se concentre, apenas responda a seus estímulos, sendo empurrado incessantemente de um link a outro (Lira, Pereira e Fell, 2017, p.126).

Para os autores citados, em um contexto educacional, essas distrações prejudicam o processo de aprendizagem, uma vez que a atenção está dividida entre os conteúdos escolares e os diferentes estímulos dos anúncios. Além disso, a atenção é um

fator importante para que ocorra a consolidação do aprendizado (Lira, Pereira e Fell, 2017).

É possível observar nesses portais a monetização de saberes historicamente construídos pela humanidade. Determinados grupos de empresas, exercem uma espécie de monopólio sobre os enunciados geográficos, se apropriando dos conteúdos de forma a gerar lucratividade por meio dos anúncios. Essa análise não aponta soluções, mas problematiza o fato de os conteúdos escolares serem utilizados nas dinâmicas de mercado. Além disso, observa-se o fato de as empresas terem muitos sites atrelados a elas, uma vez que o potencial das páginas está associado a quantos usuários propensos a publicidade elas atraem. Isso ocorre, pois quanto maior a quantidade de sites mais acessos elas podem ter e, conseqüentemente, aumento da lucratividade com a publicidade.

Existem outras questões que podem ser problematizadas a respeito da temática desta pesquisa, uma delas é a questão da soberania nacional com relação ao próprio conteúdo educacional ofertado através da Internet em território nacional. Sendo assim, também se faz necessário um olhar crítico ao capitalismo na era digital, uma vez que segue sua lógica de acumulação de capital (Peroni et al., 2024). Dessa forma, é preciso ter cuidado com a adesão acrítica à tecnologia e a confiança cega em seus benefícios, pois isso leva ao fetichismo tecnológico, no qual a tecnologia é sempre vista como a solução para todos os problemas. Uma perspectiva analítica permite um afastamento do chamado “solucionismo tecnológico”, no qual a resolução dos problemas só pode ser encontrada por meio de aplicativos, sensores ou ciclos infinitos de retroalimentação, que são sempre geridos por empresas privadas (Morozov, 2018, p. 91). O que é observado na realidade é o avanço de grupos educacionais ligados à tecnologia digital no campo da educação e pouca ou nenhuma melhoria nas condições de trabalho, formação ou remuneração dos profissionais docente (Tonetto, 2017).

Portanto, abordar essas questões em sala de aula pode se fazer interessante para os estudantes, por se tratar de um assunto que está relacionado ao ambiente escolar e ao cotidiano dos alunos, além de possibilitar uma diferente leitura da realidade escolar. Conforme Andrade e Oliveira (2022), uma discussão que vem ganhando espaço no campo educacional é a questão do protagonismo dos estudantes no processo de aprendizagem. Para o desenvolvimento, junto aos alunos, da autonomia e da criticidade,

faz-se importante o uso do cotidiano desses estudantes no processo de ensino aprendizagem. Esse processo ganha novas especificidades no contexto das TDICs, uma vez que novos espaços e técnicas fazem parte do cotidiano escolar.

Nesse contexto, fica evidente a importância de o professor construir, junto aos estudantes, uma capacidade reflexiva que contemple os diferentes aspectos que compõem a sociedade atual. E qual seria a disciplina escolar que melhor pode abordar esses diferentes aspectos que não a Geografia Escolar? Mas, para tal, é fundamental investigar e conhecer o modo como os diferentes conteúdos educacionais são produzidos na Internet, que é o esforço e o escopo deste estudo.

### **3. PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO DA PESQUISA**

O horizonte teórico-metodológico desta pesquisa insere-se nas concepções das pesquisas pós-críticas em educação. Esse tipo de pesquisa possui uma abordagem adaptável, abordando as micropolíticas cotidianas que, por sua vez, são influenciadas por discursos dominantes na nossa sociedade (Meyer e Paraíso, 2012). Alguns estudos, produzidos por pesquisadores da Geografia Escolar, aproximam-se deste modo de pesquisar, destacam-se os estudos de Tonetto (2013 e 2017) sobre as aprendizagens a partir de redes sociais e dispositivos móveis, por se tratar de abordagem teórico-metodológica e temática semelhante.

No interior dos estudos pós-críticos, o estudo aproximou-se da Análise de Discurso de Michel Foucault que, devido ao caráter mutável do pensamento do autor, nos oferece a possibilidade de buscar em suas teorias uma maneira de dar sentido às coisas (Veiga-Neto, 1996). Nessa perspectiva não são aceitas explicações únicas e interpretações fáceis, uma busca pelo sentido único e oculto das coisas. Para isso, é necessário, então, focar apenas no nível de existência das “palavras”, no que está sendo dito. Não existe nada oculto por trás do discurso, o que existe são os enunciados e as relações, que o discurso acaba por colocar em funcionamento (Fischer, 2001).

Ao acionar o conceito foucaultiano de discurso como ferramenta para analisar as práticas discursivas que permeiam os portais de educação que abordam conteúdo direcionados à Geografia Escolar, é necessário destacar que as análises não têm o propósito de verificar a qualidade dos conteúdos abordados por esses portais, tampouco

de fazer um “juízo de valor” quanto à atribuição de palavras escolhidas pelas empresas que os hospedam, mas sim de voltar à atenção para as práticas discursivas que ambientam esse conteúdo.

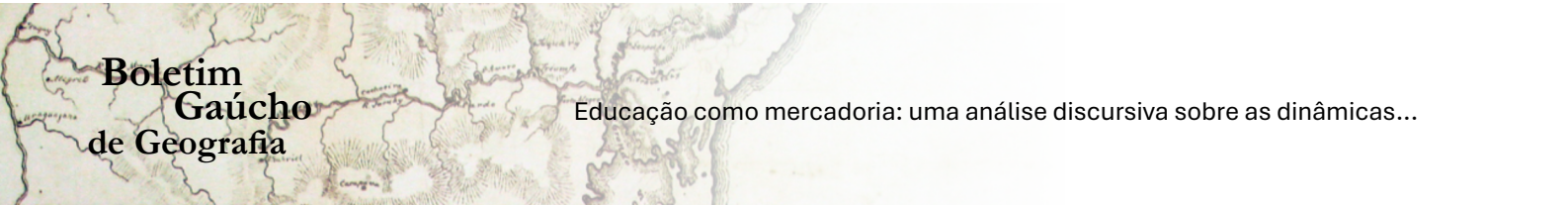
Para Foucault, os conceitos não são únicos e fechados em si mesmos, não sendo possível a compreensão de um conceito isoladamente (Fischer, 2001). Levando em conta o já exposto, sem a ideia de delimitar os conceitos, para esta pesquisa, torna-se importante o entendimento dos conceitos de discurso, enunciado e prática discursiva. O conceito de discurso é apresentado por Foucault de diversas formas, em sua obra denominada “A Arqueologia do Saber”, destaca-se uma delas: “Chamaremos de discurso um conjunto de enunciados que se apoiem na mesma formação discursiva” (Foucault, 2004, p. 132). Já o enunciado não pode ser caracterizado como uma unidade ou um elemento do mesmo gênero da frase, preposição ou ato de fala, não se caracterizando como uma estrutura e sim como uma função que cruza diversas estruturas e unidades, fazendo aparecer conteúdos concretos no tempo e no espaço (Fischer, 2001). Por sua vez, a prática discursiva é entendida como um conjunto de regras anônimas, históricas, determinadas no espaço e no tempo e que definem, para uma dada época e sociedade, as condições de exercício da função enunciativa (Foucault, 2004).

É importante destacar que o discurso não se trata de uma combinação de palavras ou conjunto de elementos significantes (signos) que se relacionariam a conteúdos (coisas, fenômenos etc.) (Veiga-Neto, 2007). Logo, para Foucault:

Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse “mais” que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever. (Foucault, 1986, p. 55).

No contexto da pesquisa, o “mais” pode ser entendido como a relação entre os portais educacionais na Internet, Educação e o Neoliberalismo, que consiste na análise das dinâmicas que envolvem a busca por melhores colocações nos sites de pesquisa, tendo como fio condutor o conteúdo da Geografia Escolar retroalimentada pela Internet.

Ao abordar o objeto de pesquisa, faz-se importante ressaltar que este apresenta variações de nomenclatura, algumas dessas variações são apresentadas por Kubo (2022), sendo elas: site educacional, site educativo e site de pesquisa escolar. Para além desses, também é usado o termo website (Lins, 2021) e Portais de educação ou



educacionais, empregado pelos próprios sites analisados. Dessa forma, as variações de nomenclatura serão tratadas como sinônimos ao abordar o objeto de pesquisa.

Baseado nos pressupostos teóricos metodológicos da pesquisa pós-críticas em educação e da Análise de Discurso de Michel Foucault, inicialmente foi realizada uma pesquisa sobre os conteúdos de Geografia Escolar – que, na perspectiva adotada também podem ser entendidos como enunciados geográficos. A pesquisa foi realizada nos sites de busca Google e Bing, escolhidos por serem os mais acessados no Brasil (Statcounter, 2023). Os termos de busca utilizados nos buscadores foram definidos com base em conteúdos da Geografia Escolar, os termos utilizados foram: “Formação dos relevos”; “Fusos horários” e “Globalização”. Os termos foram pesquisados individualmente em cada buscador e em diferentes computadores, os cinco primeiros portais que apareceram nos resultados foram selecionados.

Após, foram selecionados os três portais que apareceram com maior frequência. A partir dos resultados, foi possível identificar os três principais portais relacionados aos conteúdos da Geografia Escolar na Internet: Toda Matéria, Brasil Escola e Mundo Educação. Com essas informações, foi possível investigar e descrever as formas de ambientação do conteúdo e os dados sobre as empresas que os administram, em consonância com os objetivos do estudo e com a abordagem teórico-metodológica adotada, na qual a descrição é um procedimento metodológico.

#### 4. NAVEGANDO PELOS PORTAIS EDUCACIONAIS NA INTERNET

Ao longo das análises, navegou-se pelos portais encontrados: Brasil Escola, Toda Matéria e Mundo Educação. Todas as informações analisadas na pesquisa foram retiradas diretamente dos respectivos sites, nas abas “Sobre” e “Quem somos”. Foram identificadas as empresas responsáveis por cada site, sendo a empresa Rede Omnia responsável pelos sites Brasil Escola e Mundo Educação e a empresa 7Graus responsável pelo site Toda Matéria. Os dados disponíveis nos sites desses portais encontram-se na Tabela 1.

**Tabela 1:** Dados sobre os Principais Portais de Educação Escolar.

|                                                 |
|-------------------------------------------------|
| <b>3 Principais Portais de Educação Escolar</b> |
|-------------------------------------------------|

| <i><b>Site de Pesquisa</b></i> | <i><b>Nome Fantasia</b></i> | <i><b>Razão social</b></i> | <i><b>CNPJ</b></i> | <i><b>País de origem</b></i> |
|--------------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------|------------------------------|
| Toda Matéria                   | 7Graus Lda                  | 7 GRAUS, LDA               | 17.051.876/0001-60 | Portugal                     |
| Brasil Escola                  | Rede Omnia                  | Omnia Soluções Web Eireli  | 07.442.830/0001-18 | Brasil                       |
| Mundo Educação                 | Rede Omnia                  | Omnia Soluções Web Eireli  | 07.442.830/0001-18 | Brasil                       |

**Fonte:** Elaborado pelo autor, 2023

Todas as informações descritas a seguir foram retiradas da aba “sobre” do site “Toda Matéria: conteúdos escolares” ([www.todamateria.com.br](http://www.todamateria.com.br)), no ano de 2023. Segundo essas informações, trata-se de um site sobre conteúdos escolares destinado ao apoio à educação no Brasil. Criado no ano de 2011, tem a intenção de auxiliar estudantes, professores e pesquisadores. O website e todos os conteúdos presentes nele pertencem a empresa 7Graus Lda. No tópico “Quem somos”, está a descrição da equipe, composta por professores das áreas de Artes, Português, Matemática, Biologia, História e Geografia. Ao acessar o site da empresa 7Graus Lda ([www.7graus.com](http://www.7graus.com)), foi possível verificar que se trata de uma empresa com sede em Portugal, dona de alguns outros websites populares, cujos endereços eletrônicos são: [significados.com.br](http://significados.com.br), [sinonimos.com.br](http://sinonimos.com.br) e [significados.com](http://significados.com). Ao navegar pelo site da empresa, também foi encontrado a versão em espanhol do website Toda Matéria.

Sobre os websites Brasil Escola e Mundo Educação, a aba “Quem somos” direciona para o site da empresa Rede Omnia ([www.redeomnia.com](http://www.redeomnia.com)). Logo, não foi encontrado uma aba específica em cada um desses websites, as informações específicas ficam todas no site da empresa. Segundo as informações encontradas, a Rede Omnia é uma empresa privada e com sede em Goiânia, é proprietária de diversos sites educacionais no país. Tem fundação no ano de 2002 e investe na área de conhecimento por meio das novas tecnologias. Na parte do site referente à equipe, pode-se observar no quadro de integrantes diversos funcionários, como: jornalistas, revisor de textos, analista de conteúdo, operador de site, auxiliar de limpeza, entre outros. Ao total a lista consta com a presença de 24 funcionários, desses, apenas um é professor de história e uma é professora de biologia, sem a menção de mais profissionais da área da educação. Com base nas informações disponíveis, o maior website da empresa é o Brasil

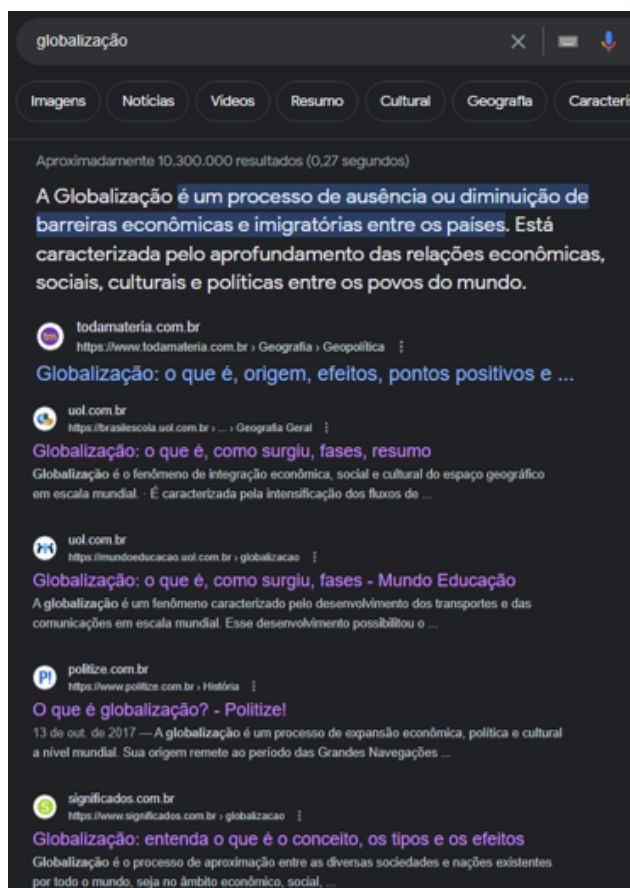
Escola, que concorre com outros sites da própria empresa, como o Mundo Educação e o Prepara Enem.

Por meio dos resultados das buscas, foi identificado um certo padrão entre os sites de conteúdos relacionados à Geografia Escolar, evidenciando uma disputa pelos primeiros lugares nas buscas. É possível aferir que os sites que, majoritariamente, ficam no topo das pesquisas têm relações em comum, por exemplo, Brasil Escola e Mundo Educação, por pertencerem a mesma empresa, a Rede Omnia. A empresa 7Graus também é responsável por outros sites de destaque nas buscas, como os sites Sinônimos e Significados, não relacionados diretamente à área da educação, mas com alta frequência de acessos. Isso se deve ao fato dessas empresas terem mais poder econômico para impulsionar os seus sites, colocando-os nos primeiros lugares dos dispositivos de busca através das estratégias de Search Engine Optimization (SEO) (Paludo, 2019).

Logo, é observado que as empresas, que detém um maior poder econômico para investir em estratégias de SEO, têm maior êxito em impulsionar seu conteúdo nos buscadores. Assim, nota-se que os mecanismos de busca têm influência no funcionamento dessas empresas, fazendo com que elas atuem sob determinadas práticas discursivas, para ficarem melhores posicionadas nos buscadores. Como resultado dessa necessidade de aparecer nos primeiros lugares, existe uma alteração na produção textual na Internet, visando se adequar aos mecanismos de buscas (Caldeira, 2015).

Como mencionado anteriormente, uma das principais características para a aparição no topo das pesquisas é o uso adequado de palavras (Caldeira, 2015). Analisa-se um exemplo na Figura 1, na qual, ao pesquisar pelo termo “Globalização” dos cinco primeiros resultados, quatro pertencem às empresas analisadas. Observa-se, então, que os websites que pertencem as mesmas empresas, nesse exemplo, o Brasil Escola e Mundo Educação (Rede Omnia) e o Toda Matéria e Significados (7Graus), fazem o uso de um jogo de palavras parecidos para descrever o termo de pesquisa, dizendo basicamente o mesmo, mas utilizando sinônimos, sem alteração de sentido. Isso ocorre, pois visam utilizar palavras que possibilitam obter uma melhor posição dos seus sites nos dispositivos de busca.

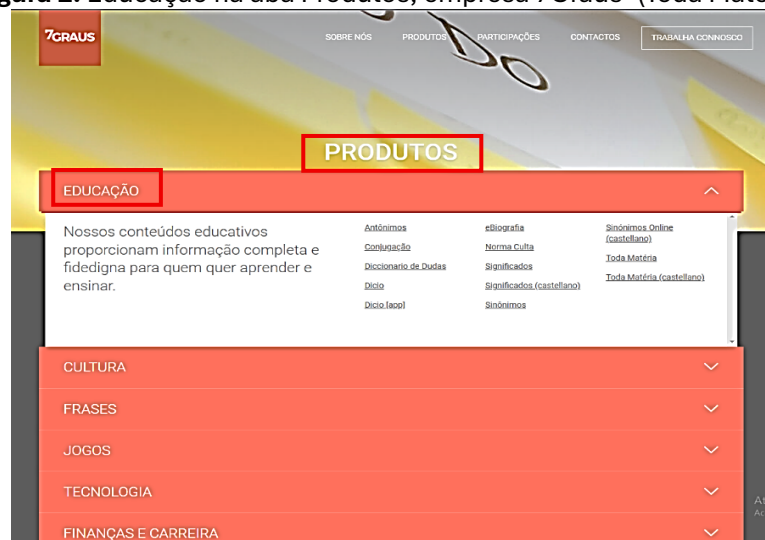
**Figura 1:** Exemplo do diferente uso de palavras para explicar um mesmo conceito



**Fonte:** Pesquisa no Google, adaptado pelo autor, 2023.

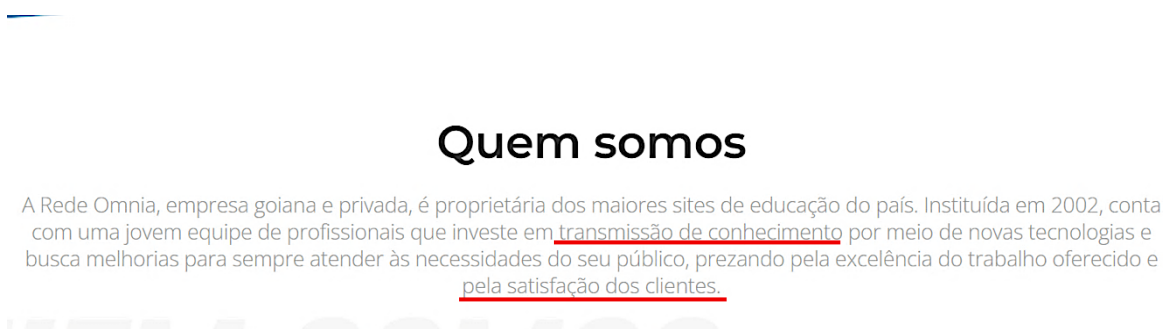
Partindo para uma análise mais direcionada aos sites das empresas Rede Omnia e 7Graus, é possível observar, por meio do uso das palavras, a forma como essas empresas concebem a educação. Pode-se observar que, ao acessar o site da empresa 7Graus, e verificar que na aba “Produtos” o primeiro item em destaque é “Educação<sup>1</sup>”, neste item encontram-se os portais educacionais administrados pela empresa que abordam conteúdos educacionais, incluindo o Toda Matéria, analisado neste estudo, conforme pode ser visto na Figura 2.

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://www.7graus.com/portfolio/>> Acesso em: 07 ago. 2023

**Figura 2:** Educação na aba Produtos, empresa 7Graus<sup>2</sup> (Toda Matéria)

**Fonte:** Adaptado pelo autor, 2023

Já no site da empresa Rede Omnia, destaca-se no texto discricional da empresa, na aba “Quem Somos”, em primeiro lugar, o emprego da frase “transmissão de conhecimento<sup>3</sup>”, advinda de uma concepção “bancária da educação” (Freire, 1987) e muito questionada no contexto educacional brasileiro. Em segundo lugar, o uso da expressão “satisfação dos nossos clientes”, expõe uma lógica na qual os sujeitos que acessam os sites educacionais são entendidos como clientes, conforme pode ser observado na Figura 3.

**Figura 3:** Exemplo de concepção bancária da Educação<sup>4</sup>

**Fonte:** adaptado pelo autor, 2023

Ao navegar por estes sites também é possível observar a mercantilização empregada sob a atenção dos usuários. Nos sites dessas empresas, é possível observar a existência de dados que mostram o número de visualizações e acessos recebidos. As

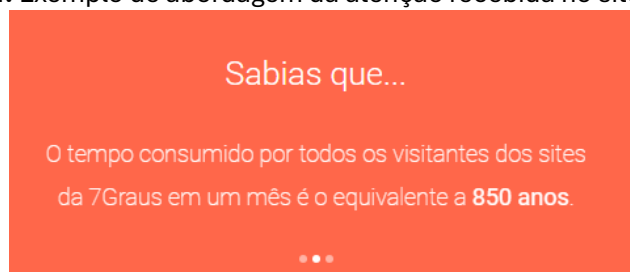
<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.7graus.com/portifolio/>> Acesso em: 07 ago. 2023.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.redeomnia.com/quem-somos>> Acesso em: 07 ago. 2023.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.redeomnia.com/quem-somos>> Acesso em: 07 ago. 2023.

informações expostas no site da empresa 7Graus trazem diferentes formas de medir a atenção recebida pelos seus sites, um exemplo disso é a frase: “sabias que... o tempo consumido por todos os visitantes dos sites da 7Graus em um mês é o equivalente a 850 anos”, conforme mostrado na Figura 4. Já os dados presentes no site da Rede Omnia voltados ao número de visualizações e acessos, são exibidas em infográficos, que evidenciam também a média de acessos por gênero e faixa etária de sua audiência, seguido por uma caixa de texto indicando a possibilidade de anunciar nos sites da empresa, como exibe a Figura 5. Cabe destacar que, no website dessa empresa, por meio dos enunciados, o público é visto como possível anunciante, sendo oferecido um mídia-kit para anunciar nos maiores sites de educação do Brasil.

**Figura 4:** Exemplo de abordagem da atenção recebida no site 7Graus<sup>5</sup>



**Fonte:** adaptado pelo autor, 2023

**Figura 5:** Exemplo de abordagem da atenção recebida no site Rede Omnia<sup>6</sup>



**Fonte:** adaptado pelo autor, 2023

No que se refere ao site Brasil Escola, identificou-se que ele é caracterizado pela empresa como “O primeiro, mais completo e visitado site de educação do Brasil”, com 30,2mi de visitas e 48mi de *pageviews*. Essa informação é exibida em um infográfico, vale

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.7graus.com/empresa/>> Acesso em: 07 ago. 2023.

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.redeomnia.com/nossos-sites/mundo-educacao>> Acesso em: 07 ago. 2023.

destacar que a informação é a mesma, tanto para o site Brasil Escola quanto para o Mundo Educação. Quanto ao site da Rede Omnia, é informado que todos os portais de responsabilidade da empresa recebem aproximadamente 42 milhões de visitas por mês, um número bastante expressivo.

Na lógica dos sites analisados, entende-se que não só o número de visitas aos sites é o mais importante, mas também a quantidade de *pageview*, que é caracterizado como o número de páginas vistas pelos usuários no site. Ou seja, se no primeiro boom da Internet o critério para estimar o valor de uma companhia virtual se dava pelo número de acessos, atualmente, esse valor é determinado pelo número de páginas de conteúdo gerado pelo usuário potencialmente disponível para a publicidade (Keen apud Martins e Madureira, 2012).

Neste sentido, se destaca a frase de Lewis (2010) “se você não está pagando pelo produto, você não é cliente; você é o produto sendo vendido”. Então, o objeto de valor desses portais educacionais é a atenção dos visitantes, que é capturada durante o tempo de visita a eles. Uma prática que já é realizada há muito tempo pelo rádio e pela televisão, a diferença é que nos portais analisados o que está em jogo é o conteúdo educacional. Assim, tais portais obtêm sua lucratividade com a atenção que lhes é proferida. Isso se evidencia numa grande quantidade de anúncios publicitários nos portais analisados, que são dos mais diferentes tipos, desde marcas de sucos até novos modelos de veículos. Em poucos segundos navegando nos portais, é notável a quantidade exorbitante de anúncios publicitários e, em diversos momentos, a visualização do conteúdo escolar é prejudicada em detrimento dos anúncios, conforme Figuras (6, 7 e 8).

**Figura 6:** Amostra de anúncios no site Toda Matéria <sup>7</sup>



**Fonte:** adaptado pelo autor, 2023

<sup>7</sup> Disponível em: <todamateria.com.br> Acesso em: 29 jun. 2023.

Figura 7: Amostra de anúncios no site Brasil Escola <sup>8</sup>

Fonte: adaptado pelo autor, 2023

Figura 8: Amostra de anúncios no site Mundo Educação <sup>9</sup>

Fonte: adaptado pelo autor, 2023

Outra forma de observar a não priorização do conteúdo educacional é o exemplo do quadro de funcionários apresentado pela empresa Rede Omina (Brasil Escola e Mundo Educação) que de 24 funcionários, apenas dois são professores, nas áreas de história e biologia. É pertinente destacar essa informação, já que se trata de um portal educacional que apresenta conteúdos escolares que devem ser abordados por profissionais da área da educação e da ciência de referência, no caso a Geografia.

Destaca-se ainda o fato de que os portais educacionais têm muitos acessos de um público jovem, conforme mostra a Figura 5. Considerando que parte significativa desse público ainda é menor de idade, torna-se problemático determinados anúncios presentes nos portais. É comum, ao navegar pelos websites analisados, se deparar com

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br>> Acesso em: 31 mai. 2023.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br>> Acesso em: 31 mai. 2023.

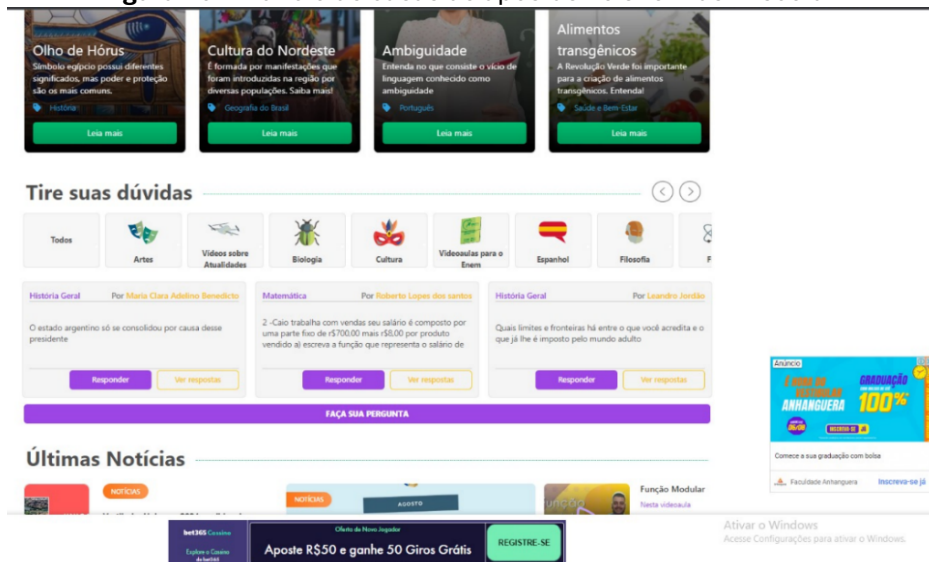
anúncios relacionados às casas de apostas, conforme mostram as Figuras 8, 9 e 10, prática que tem ganhado muito espaço entre o público mais jovem nos últimos anos. No contexto atual do Brasil, é interessante observar como estas práticas vão se inserindo no cotidiano e acabam sendo normalizadas através de práticas discursivas, destacam-se nessas os anúncios e os conteúdos escolares na mesma página educacional.

**Figura 9:** Anúncio de casa de apostas no portal Toda Matéria<sup>10</sup>



Fonte: adaptado pelo autor, 2023

**Figura 10:** Anúncio de casas de apostas no site Brasil Escola<sup>11</sup>



Fonte: adaptado pelo autor, 2023

Ainda que nem todos os anúncios sejam de inteira responsabilidade dos portais, a discussão da questão faz-se pertinente. Os anúncios podem ser exibidos nos sites por

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://todamateria.com.br>> Acesso em: 05 ago. 2023.

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br>> Acesso em: 05 ago. 2023.

meio do AdSense do Google, essa ferramenta permite que os anunciantes comprem espaço para os seus anúncios nos websites, levando em conta o conteúdo do site e o público-alvo (Google, 2023). É válido salientar que a empresa em questão possui alta capacidade técnica de perfilar seus usuários visando um direcionamento preciso de propagandas comerciais (Silveira et al, 2021). Essa é apenas uma das formas dos anúncios ficarem visíveis nos portais. Outra forma é contato direto entre os anunciantes e os sites, conforme é observado nos portais Mundo Educação e Brasil Escola (Rede Omnia), nos quais o próprio visitante do portal é tratado como um possível anunciante, conforme mencionado anteriormente.

Ao navegar pelos portais analisados, é possível identificar determinados enunciados, dentre os quais se destaca a disposição de anúncios sobre o conteúdo escolar. Isso evidencia como os conteúdos geográficos escolares estão envolvidos em um complexo jogo, no qual, permeados por propagandas, são utilizados como forma de gerar lucro, servindo como um produto de mercado na lógica do discurso neoliberal. Em uma sociedade em que dificuldade de concentração está cada vez maior, anúncios com imagens e vídeos têm por ideia chamar a atenção do visitante, o que resulta em distração. Assim, ao navegar nesses portais, o indivíduo tem sua atenção dividida em várias outras atividades e estímulos (Lira, Pereira e Fell, 2017). Estudar, aprender ou ser capturado pelo consumo trata-se de uma decisão de segundos, via clique.

Existem outras questões que podem ser problematizadas a respeito da temática desta pesquisa, uma delas é a questão da soberania nacional com relação ao próprio conteúdo educacional ofertado através da Internet em território nacional. Para além de ter empresas como a Google (Alphabet) atuando na distribuição de conteúdo, nesta pesquisa, foi possível verificar também a influência direta de uma empresa estrangeira sobre o conteúdo escolar, em uma perspectiva da Geografia Escolar. A empresa 7Graus (Toda Matéria), com sede em Portugal, exerce influência significativa sobre o conteúdo escolar presente em meio digital no Brasil, com seu portal sendo considerado um dos maiores do país. Ainda que sua sede administrativa seja em Portugal, entende-se que, mesmo gerando empregos em território nacional, parte significativa da renda gerada com o público brasileiro é transferida para Portugal, sendo uma dinâmica característica do sistema produtivo capitalista.

Por meio das análises, foi possível identificar os principais portais educacionais ligados aos conteúdos geográficos, bem como o interesse deles em aparecer nas primeiras colocações dos buscadores. Além disso, analisou-se o emprego de determinados jogos de palavras e dinâmicas presentes nesses portais, assim como a busca da atenção dos usuários e da consequente monetização em cima de um conteúdo escolar. Dessa forma, destaca-se que a circulação de enunciados de mercado corresponde a formações e práticas discursivas do discurso neoliberal, ainda sendo possível afirmar que nesse contexto os conteúdos geográficos escolares estão como um produto acionado por esse discurso.

Ainda que as práticas desses sites não estejam inseridas diretamente em políticas públicas educacionais, é possível observar, através da análise das práticas discursivas presentes nos sites das empresas e nos portais educacionais por elas administrados, um processo de apropriação e mercantilização do conhecimento produzido historicamente, transformando o conteúdo escolar em um produto de mercado no contexto neoliberal, desconstruindo a ideia da educação como um direito e um bem comum.

A lógica do mercado permeia o campo educacional em diferentes aspectos e dimensões, aparecendo nesta pesquisa através da monetização da educação por meio dos acessos aos conteúdos escolares nos portais educacionais. Assim, as análises visibilizam enunciados (clientes, produtos, anúncios publicitários) e práticas discursivas (padronização textual, busca por acessos) dos conteúdos educacionais na Internet que constituem um discurso neoliberal, por meio da mercantilização da educação que concebe a lógica educacional a partir da concepção da lucratividade.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste artigo realizou-se uma aproximação da análise discursiva sobre os principais portais de educação relacionados ao conteúdo da Geografia Escolar. Por meio de buscas, foram encontrados os portais educacionais Toda Matéria, Brasil Escola e Mundo Educação, como os portais de maior relação com os conteúdos da Geografia Escolar. Além disso, também foram identificadas as empresas responsáveis por eles, sendo elas, 7Graus LDA e Rede Omnia. As análises foram realizadas a partir de uma aproximação da análise discursiva foucaultiana, tomando como ferramentas analíticas

os conceitos de discurso, enunciado e práticas discursivas. Tais análises partiram de informações presentes nos portais educacionais identificados e nos sites das empresas responsáveis por eles.

As análises evidenciaram alguns enunciados mercadológicos importantes de serem discutidos no contexto escolar. Assim, com a ideia de não delimitar os conceitos, os enunciados podem ser vistos na disposição dos anúncios, no emprego de determinadas palavras, como “educação” na aba “mercadoria” ou os anúncios se sobrepondo ao conteúdo geográfico. Foi possível visibilizar práticas discursivas que ocorrem na esteira de uma disputa entre empresas para conseguir melhores posições nos buscadores e serem mais acessadas, na tentativa de obter uma maior exposição na Internet. Dessa forma, entende-se que o objetivo delas é o lucro, já que se tratam de corporações privadas que agem sob a ótica da lucratividade capitalista.

A lógica de mercado empregada pode ser vista em diferentes enunciados identificados nas análises, tanto no uso da palavra “clientes” ao se referir aos usuários do site, quanto no fato de a educação estar presente na aba “produtos”. Além disso, pode ser levado em conta também o uso do termo “transmissão de conhecimento” ao tratar aspectos relativos à aprendizagem, além da não priorização de professores no quadro de funcionários. Portanto, à medida em que a educação não é priorizada, entende-se que ela serve apenas como uma ferramenta para esses portais, a fim de exibir anúncios, que são expressivos e, diversas vezes, se sobressaem visualmente aos conteúdos geográficos escolares.

A pesquisa analisou e caracterizou as dinâmicas que ocorrem na relação dos websites com o campo da educação, levando em conta o meio político-social ao qual pertencem, não se detendo à qualidade e correção dos conteúdos escolares em si. Nesse sentido, percebe-se que os conteúdos geográficos servem como um produto para o discurso neoliberal, isso pode ser observado ao navegar por esses portais e perceber que eles sendo colocados em segundo plano, servindo apenas para a exibição dos anúncios.

A mercantilização da educação, que pode ser vista em diversos enunciados encontrados nos portais educacionais, está em consonância com práticas discursivas do discurso neoliberal. Nesse sentido, se fez importante compreender o neoliberalismo além de uma doutrina econômica, mas como um discurso que permeia a sociedade,

influenciando sua forma de estudar, trabalhar e viver. As análises expostas ao longo da pesquisa são pertinentes e exigem atualização constante, uma vez que estas dinâmicas se modificam com velocidade.

E justamente por se tratar de um tema dinâmico, é importante continuar acompanhando e aprendendo sobre o funcionamento dos buscadores e dos algoritmos, bem como investigar melhor a crescente inserção e evolução das Inteligências Artificiais (IA), suas implicações e impactos no campo educacional. Outro ponto a destacar é que os portais analisados são sites informativos sobre conteúdos geográficos, mas que reverberam na Geografia Escolar, por isso é importante analisar como o professor se relaciona e/ou faz uso desses conteúdos em seu planejamento pedagógico e em sala de aula.

## 6. REFERÊNCIAS

ANDRADE, Giovanna. Souza.; OLIVEIRA, Sheila. Fernandes. Pimenta. UMA DIDÁTICA PARA A PESQUISA ESCOLAR: se não está no Google não existe? **Revista Eletrônica de Letras**, v. 15, n. 1, 25 maio 2022.

BRASIL ESCOLA, **Brasil Escola**. 2023. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/>>. Acesso em 25 jul. 2023.

CALDEIRA, Fátima Hassan. O mecanismo de busca do Google e a relevância na relação sistema-usuário. **Letrônica**, v. 8, n. 1, p. 91–106, 15 jul. 2015.

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). **Cresce número de crianças e adolescentes que buscam notícias na Internet, aponta Cetic.br**. 2018. Disponível em: <<https://cetic.br/noticia/cresce-numero-de-criancas-e-adolescentes-que-buscam-noticias-na-internet-aponta-cetic-br/>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI.br). Tecnologias de Informação e Comunicação por crianças e adolescentes (TIC KIDS) (2020). **Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2020 (Edição Covid-19 – Metodologia adaptada)**. São Paulo, SP, 2021. Disponível em:<[https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211125083634/tic\\_kids\\_online\\_2020\\_livro\\_eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20211125083634/tic_kids_online_2020_livro_eletronico.pdf)> Acesso em: 8 jun. 2023.

Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI.br). Tecnologias de Informação e Comunicação por crianças e adolescentes (TIC KIDS) (2022). **Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2022**. São Paulo, SP, 2023. Disponível em:<[https://cetic.br/media/docs/publicacoes/1/20230825142135/tic\\_kids\\_online\\_2022\\_livro\\_eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/1/20230825142135/tic_kids_online_2022_livro_eletronico.pdf)> Acesso em: 10 out. 2023.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Foucault e a análise do discurso em educação. **Cadernos de Pesquisa**, p. 197–223, 2001. Disponível em: < <https://doi.org/10.1590/S0100-15742001000300009> > Acesso em 24 mai. 2023.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France**, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 22ª. Ed. São Paulo: Loyola, 2012.

\_\_\_\_\_, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense universitária. 7ª edição. 2004.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. 107 p.

GIROTO, Eduardo. Donizeti. Dos PCNS A BNCC: O Ensino De Geografia Sob O Domínio Neoliberal. **Geo UERJ**, v. 0, n. 30, 18 out. 2016. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/23781>> Acesso em: 16 jun. 2023.

GOOGLE. **Centro de ajuda: Como funciona o Adsense**. Disponível em: < [https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=pt&ref\\_topic=1319753&sjid=15178691458214403402-SA](https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=pt&ref_topic=1319753&sjid=15178691458214403402-SA) > Acesso em: 06 ago. 2023.

\_\_\_\_\_. **Como a busca funciona: classificando resultados**. Disponível em: < <https://www.google.com/intl/pt-BR/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/> >. Acesso em: 05 ago. 2023.

KUBO, Aurélio Takao Vieira. Simulacros e simulações em sites de pesquisa escolar. **Revista Nanquim**, v. 1, n. 01, p. 15-15, 2022.

LAVAL, Christian; DARDOT, Pierre. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

LEWIS, Andrew. If you are not paying for it, you're not the customer; you're the product being sold. 2010. Disponível em: <<https://www.metafilter.com/95152/Userdriven-discontent#3256046>> Acesso em: 09 fev. 2022.

LINS, Francisco. Antonio. Vieira. **ANÁLISE DOS CONTEÚDOS PRESENTES EM WEBSITES VOLTADOS PARA O ENSINO DE QUÍMICA**. 2021.

LIRA, Joscelina.; PEREIRA, Mécia. Katarina. Sena.; FELL, André. Felipe. Albuquerque. A geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros. Florianópolis- SC, 2017, **Revista de Gestão e Tecnologia NAVUS** v.7, n.2 , p. 124-129, ISSN 2237-4558.

MARTINS, Sara Silva; MADUREIRA, Gisela. **Google AdWords: publicidade, vigilância e controle**. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/PAPERS/REGIONAIS/SUDESTE2012/resumos/R33-2345-1.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2023.

MEYER, Dagmar Estermann; PARAÍSO, Marlucy Alves. **Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação**. Belo Horizonte: Mazza Edições, v. 2, 2012.

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

MUNDO EDUCAÇÃO. **Mundo Educação**. 2023. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/>>. Acesso em 25 jul. 2023.

OLIVEIRA, José Renato Sena; MARTINEZ, Antonio Lopo. A contabilidade e o hipertexto: um estudo sobre o uso de websites como meio de disseminação científica contábil por instituições de ensino superior brasileiras. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 18, p. 97-

108, 2007. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/rcf/a/Wr3BrjD9B7bxWMXBNXjMBTL/?lang=pt> > Acesso em: 01 ago. 2023.

PALUDO, Letícia de Carvalho. **JORNALISMO E SEO: OTIMIZAÇÃO DE TÍTULOS PARA MECANISMOS DE BUSCA NO CIBERJORNAL** UOL. 2019. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/200469> > Acesso em: 15 jun. 2023.

PERONI, Vera; SAURA, Geo; LIMA, Paula; PIRES, Daniela. **Privatização da educação na era digital do capitalismo e as implicações para a democracia**. E book Linha. Porto Alegre, PPGEDU, CIRKULA, 2024.

REDE OMNIA. **Rede Omnia**. Disponível em: <<https://www.redeomnia.com/>> Acesso em: 25 jul. 2023.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; SOUZA, Joyce; CASSINO, João (ORGS.). **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra liberal**. São Paulo, SP: Autonomia Literária, 2021.

STATCOUNTER Global Stats - **Browser, OS, Search Engine including Mobile Usage Share**. Disponível em: <<https://gs.statcounter.com>> Acesso em 04 jun. 2023.

Toda Matéria. **Toda Matéria Conteúdos escolares**. 2023. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/sobre/>>. Acesso em 25 jul. 2023.

TONETTO, Élide Pasini. **Geografia, Educação e Comunicação: Dispersões, Conexões e Articulações na Cibercultura**. 2017. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/171862>> Acesso em: 10 jul. 2023.

\_\_\_\_\_, Élide Pasini. **Redes Sociais e práticas escolares: plataformas para uma geografia online**. 2013. Disponível em: < <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/86173> > Acesso em 10: jul. 2023.

VEIGA-NETO, Alfredo. **Foucault & a educação**. Autêntica Editora, 2007.

VEIGA-NETO, Alfredo. **A Ordem das Disciplinas**. 1996. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/131158/000190982.pdf?sequence=1> > Acesso em 29 de jun. 2023.

#### EDUCATION AS A COMMODITY: A DISCURSIVE ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF EDUCATIONAL PORTALS RELATED TO SCHOOL GEOGRAPHY

##### ABSTRACT

The use of the Internet in schools is increasing year by year, so it is important to analyze how educational portals work in order to understand their possibilities and limitations as a support for teaching. Therefore, this study aimed to analyze the discourse of educational portals that address school geography content. To this end, methodological assumptions from post-critical research in education were used. Furthermore, this study sought to approach elements of discourse analysis based on Foucault. A search was conducted on search engines for terms related to school geography. Three main educational portals were identified: Brasil Escola, Toda Matéria, and Mundo Educação. The discourse analysis was based on information present on these portals and on the websites of the companies responsible for them. Through the analyses, it was identified that companies with greater economic power to invest in their websites achieve better positions in search engines. Furthermore, a process of appropriation and commodification of knowledge

was observed, transforming education into a commodity rather than a right, thus evidencing the social predominance of a neoliberal discourse. This discursive logic affects the educational field in different ways, appearing in this research through the monetization of education through access to school content.

**Keywords:** School Geography; Educational Portals; Neoliberalism.

## **LA EDUCACIÓN COMO MERCANCÍA: UN ANÁLISIS DISCURSIVO DE LA DINÁMICA DE LOS PORTALES EDUCATIVOS RELACIONADOS CON LA GEOGRAFÍA ESCOLAR**

### **RESUMEN**

El uso de Internet en el ámbito escolar aumenta año tras año, por lo que es importante analizar el funcionamiento de los portales educativos para comprender sus posibilidades y límites como apoyo al trabajo pedagógico. Por lo tanto, este estudio tuvo como objetivo analizar el discurso de los portales educativos que abordan contenidos de Geografía Escolar. Para ello, se utilizaron supuestos metodológicos de la investigación poscrítica en educación. Además, este estudio buscó acercarse a elementos del análisis discursivo basado en Foucault. Se realizó una búsqueda en los motores de búsqueda sobre términos relacionados con la geografía escolar. Se identificaron tres portales educativos principales: Brasil Escola, Toda Matéria y Mundo Educação. El análisis del discurso se basó en la información presente en estos portales y en los sitios web de las empresas responsables de ellos. A través de los análisis, se identificó que las empresas que tienen mayor poder económico para invertir en sus sitios web obtienen mejores posiciones en los buscadores. Además, se observó un proceso de apropiación y mercantilización del conocimiento, que transforma la educación en una mercancía y no en un derecho, lo que pone de manifiesto el predominio social de un discurso neoliberal. Esta lógica discursiva afecta al ámbito educativo en diferentes aspectos, y aparece en esta investigación a través de la monetización de la educación mediante el acceso a los contenidos escolares.

**Palabras clave:** Geografía Escolar; Portales Educativos; Neoliberalismo.

Recebido em: 03/04/2024

Aceito em: 09/09/2025