

A MERCANTILIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR A PARTIR DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: ASPECTOS GERAIS DE UM DIAGNÓSTICO CRÍTICO

The Commodification of Higher Education from Distance Education: General Aspects of a Critical Diagnosis

Marcio Pedroso Juliani¹

Antônio Pereira dos Santos²

Altair Alberto Fávero³

Resumo: O artigo traz o conceito de mercantilização do ensino superior a partir da educação a distância, apresentando um breve diagnóstico crítico. Tem-se como objetivo refletir acerca de três visões sobre a mercantilização do ensino superior a distância, com o recorte para o posicionamento do setor empresarial, do Governo Federal, por meio das suas políticas educacionais, e do universo acadêmico. Demonstra-se, dessa forma, quais são os pontos mais relevantes em cada uma das visões sobre a mercantilização. Metodologicamente, foi realizada uma pesquisa qualitativa, amparada em uma pesquisa bibliográfica e documental, que se justifica por buscar contribuir para a discussão e a reflexão em torno da educação atualmente, uma vez que ela está fortemente guiada pelas formas de precarização do ensino, entre elas, o modelo de educação a distância. Conclui-se, com base na investigação realizada, que esse modelo de educação, citado anteriormente, está em crescimento, regido por critérios econômicos; adota-se o discurso de preparação para o mercado de trabalho, tornando o saber um bem rentável voltado à especialização profissional. Como não há pretensão de esgotar o tema, sugere-se a continuidade do estudo com outros temas vinculados à mercantilização, como, por exemplo, a temática sobre a privatização, financeirização e terceirização, todos intrinsecamente ligados ao mercado da educação superior.

Palavras-chave: Ensino a distância. Ensino superior. Mercantilização da educação.

Abstract: The article introduces the concept of the commodification of higher education based on distance education, presenting a brief critical diagnosis. The objective is to reflect on three views on the commodification of distance higher education, with a focus on the positioning of the business sector of the Federal Government through its educational policies and the academic universe. In this way, it is demonstrated what are the most relevant points in each of the views on commodification. Methodologically, qualitative research was carried out, supported by bibliographic and documentary research, which is justified by seeking to contribute to the

¹ Mestre em Administração – Atitus Educação. Doutorando em Educação – Universidade de Passo Fundo – UPF. Bolsista PROSUC CAPES. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9674-9435>. E-mail: 1239@upf.br

² Licenciado em Filosofia – UPF. Mestrando em Educação – Universidade de Passo Fundo – UPF. Bolsista PROSUC CAPES. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3530-6582>. E-mail: antoniops1993@gmail.com

³ Doutor em Educação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Professor no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade de Passo Fundo – UPF. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9187-7283> - E-mail: favero@upf.br

discussion and reflection on education currently, since it is strongly guided by the forms of the precariousness of teaching, among them the distance education model. Based on the research carried out, it is concluded that this education model mentioned above is growing and the discourse of preparation for the job market is adopted, governed by economic criteria, making knowledge a profitable good focused on professional specialization. As there is no pretense of exhausting the topic, it is suggested to continue the study with other topics linked to commodification, such as the issue of privatization, financialization, and outsourcing, all intrinsically linked to the higher education market.

Keywords: Distance education. University education. Commodification of education.

1 Introdução

A criação da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) nº 9.394 de 1996, que estabeleceu as diretrizes e bases para educação nacional, acarretou a abertura e legalização do funcionamento dos cursos relativos ao ensino superior, na modalidade a distância. Com o advento da internet, iniciado no Brasil no ano de 1995, e da criação da Lei 9394/96, as universidades puderam dar início à possibilidade de produzir cursos em um ambiente único e a atingir múltiplos espaços de aprendizagem, em um mesmo lapso temporal. A partir desse panorama, dá-se início a um novo processo de aprendizagem, com foco em uma forma massificada de ensino e prospecção de alunos. Assim, o diagnóstico crítico realizado procurou evidenciar essa nova configuração das universidades, tornando-a, de antemão, um bem essencialmente privado, pelo viés mercadológico, econômico e neoliberal.

Nesse sentido, o presente artigo objetiva investigar, de maneira preliminar, o conceito de mercantilização e a sua origem, destacando, por meio da literatura existente, os aspectos gerais sobre a mercantilização da educação superior no que se refere aos cursos ofertados no Ensino a Distância (EaD) no Brasil. Para tanto, destacam-se três pontos fundamentais: a visão empresarial ou capitalista; a visão do Governo Federal e a visão da Academia, apontando, com isso, uma movimentação na intensificação da mercantilização da educação a distância a partir do final do século XX e do início do século XXI. A pergunta norteadora dirige a busca por identificar se as empresas educacionais que têm o foco no EaD objetivam prover a educação acessível e de qualidade ou mercantilizar a educação.

Com vistas a responder à pergunta norteadora, realizamos uma pesquisa na perspectiva de um diálogo hermenêutico e crítico entre as obras consultadas e a Legislação pertinente ao tema do estudo, bem como com informações de empresas educacionais, a partir de seus relatórios, disponíveis em meios digitais. A coleta de dados para a presente pesquisa se deu por meio de uma busca no *Google Acadêmico*, onde pode ser encontrado vasto material sobre o tema da pesquisa, nos *sites* institucionais de empresas educacionais do Brasil, local de livre acesso à problemática refletida. Podendo a pesquisa ser considerada básica quanto a sua natureza, exploratória quanto aos seus objetivos e qualitativa na abordagem do problema. Os critérios metodológicos utilizados nesta pesquisa foram suficientes para alcançar os objetivos propostos pelos autores neste estudo.

Para responder ao objetivo proposto, o presente artigo está estruturado em quatro partes. De início, é realizado um breve relato sobre as origens do termo mercantilização. Em seguida, adentra-se a problemática central do estudo, isto é, a mercantilização da educação superior a distância, elucidando a visão empresarial e capitalista desse modelo educacional. Na terceira parte, apresenta-se a visão do governo federal sobre a mercantilização; e, por último, a forma como a universidade, na atual conjuntura, compreende um ensino pautado nessa modalidade em questão.



2 Revisão de Literatura

O capítulo Revisão de Literatura está dividido em quatro subcapítulos: 2.1 Mercantilização: um breve relato sobre suas origens; 2.2 Mercantilização da Educação Superior a distância: Visão empresarial ou capitalista; 2.3 Mercantilização da Educação Superior a distância: Visão Governo Federal; e 2.4 Mercantilização da Educação Superior a distância: Visão da Academia.

2.1 Mercantilização: um breve relato sobre suas origens

O mercantilismo pode ser definido como um “[...] conjunto de teorias e das práticas de intervenção econômica que se desenvolveram na Europa moderna”, vigente entre os séculos XV e XVIII, que ajudou na consolidação da burguesia como classe social dominante (DEYON, 2001, p. 15). Para Falcon (1996), sua origem está na transição do feudalismo para o capitalismo, ou seja, da passagem das sociedades medievais estruturadas pelas relações feudais, para formações burguesas, baseada em relações capitalistas. Na Europa, essas práticas econômicas foram idealizadas por economistas como Adam Smith e Jean-Baptiste Colbert. O mercantilismo se iniciou no Brasil por meio do exclusivismo comercial no início da colonização portuguesa. Para Santos (2017, p. 95), o exclusivismo comercial pode ter sua origem:

Com o crescimento da economia portuguesa, entendemos o sentido da colonização do Brasil, que foi fundamentalmente comercial. Ou seja, a colônia estava destinada a fornecer ao comércio europeu alguns gêneros tropicais de grande importância, como o ouro, açúcar, o tabaco, entre outras coisas. A economia da colônia da América portuguesa se organizará e funcionará para a produção e exportação, no regime de exclusivismo metropolitano, garantindo mercado e receitas para a Coroa.

No Brasil, o viés mercantilista na educação superior teve seu princípio nos anos 90 do século passado, com a aprovação da Lei de Diretrizes e Bases nº 9394/96, que dedicou um capítulo inteiro ao tema, primando por um Estado minimalista, com a transferência da responsabilidade para a esfera privada, dando-lhe mais liberdade de atuação, com menos controles e regulamentação, de modo a atender às necessidades do mercado (ROSSATO, 2006).

2.2 Mercantilização da Educação Superior a distância: Visão empresarial ou capitalista

As universidades privadas passam por problemas financeiros e se queixam da “concorrência desleal”, frente às universidades públicas (FRIEDMAN, 2021), quanto ao quesito de subsídios do Estado, o que faz com que tenham que buscar apoio público para a manutenção de suas atividades. Na procura de uma opção que satisfaça a necessidade de capital financeiro, elas se apoiam na massificação de suas atividades, mais precisamente, no ensino remoto.

O avanço no crescimento de credenciamentos de polos de ensino a distância, mais bem visualizado a partir de 2010, conforme dados apontados pelo MEC, mostra a pujança de grupos empresariais privados quando se trata de conquistar fatias no mercado da educação superior na modalidade a distância. *Holdings* bem estruturadas e capitalizadas buscam, no mercado, escolas, faculdades e universidades que estejam em locais estratégicos, para fazerem aquisições ou fusões.

Com motes como: “gente criando o futuro”; “paixão por educar” ou “não deixe nada atrapalhar seu futuro”, as empresas educacionais buscam criar um ambiente agradável para o aluno, com a certeza de que será o melhor lugar para estudar e garantir uma posição no mercado de trabalho. Elas investem alto em comunicação, na tentativa de atingir o público desejado onde ele estiver. Do mesmo modo, os presidentes dessas corporações, em seus discursos, agregam frases com o mesmo teor, visando, com isso, a identificação da empresa com o aluno.

O fundador e presidente do Conselho de Administração do Grupo Ser Educacional, Janguê Diniz, ressalta: “nós acreditamos no Brasil e podemos contribuir muito mais para torná-lo um país melhor” (SER EDUCACIONAL, 2014). Já o Presidente da Cogna, Rodrigo Galindo, enfatiza o poder corporativista da organização quando diz: “Entendemos que é nosso dever, como uma empresa séria e íntegra, cuidar dos nossos colaboradores, fornecedores e acionistas. Assim como também os colaboradores são responsáveis por suas ações dentro da organização e, por isso, devem zelar por sua imagem e patrimônio” (KROTON EDUCACIONAL, 2016).

Objetivando serem vistas com bons olhos perante a sociedade, as empresas educacionais abusam da criatividade quanto à criação de sua Missão, Visão e Valores (Quadro 1), trazendo o foco na transformação do educando e na preparação para o mercado de trabalho, porém, sem ensinar sua formação como ser social, munido de consciência acadêmica, o que explicita, a sua raiz capitalista, que é intrínseca neste ramo de atividade. Assim, as empresas educacionais podem estar formando sujeitos intrinsecamente ligados ao modelo econômico delas, crendo ser positivo para a sociedade onde esses sujeitos atuam. É importante perceber que as empresas se apresentam como transmissoras de valores e de conhecimentos, mas concentram o ensino em uma concepção instrumental, em vista do treinamento para o mercado de trabalho e da adaptação dos sujeitos às fortes tendências neoliberais e econômicas.

Quadro 1 – Missão, Visão e Valores das empresas educacionais.

	Cogna/Kroton	Ser Educacional	Vitru/Uniassevi
Missão	Melhorar a vida das pessoas por meio da educação responsável e de qualidade, formando cidadãos e preparando profissionais para o mercado, contribuindo para o desenvolvimento de seus projetos de vida.	Produzir, proporcionar e socializar conhecimento, formando profissionais e seres humanos éticos, íntegros e competentes, com melhores condições de empregabilidade.	Ser a melhor solução de educação para a construção da sua própria história.
Visão	Ser referência em educação, atuando de forma inovadora e sustentável; ser a melhor escolha para estudar; trabalhar e investir e ser líder nos mercados onde atua.	Estar entre os cinco maiores grupos educacionais do país, ser reconhecido por prestar serviços de qualidade, com resultados sustentáveis e satisfação dos alunos, colaboradores, acionistas, organizações e comunidades.	Ser líder nas regiões onde atua, ser referência de ensino para a melhoria de vida dos nossos alunos, com rentabilidade e reconhecimento de todos os públicos.



Valores	Paixão por Educar Somos educadores movidos pela paixão em formar e desenvolver pessoas. Respeito às pessoas Promovemos o respeito à diversidade e aos compromissos assumidos, cultivando relacionamentos. Honestidade e responsabilidade Agimos com integridade, transparência e assumimos os impactos de nossas ações. Fazer acontecer Somos ágeis em transformar ideias e desafios em realizações. Foco em geração de valor sustentável Trabalhamos para gerar impactos positivos e sustentáveis para a sociedade. Trabalhar e aprender juntos Unimos esforços para o mesmo propósito.	Qualidade no ensino e modelo de gestão voltado à cultura da qualidade total e valorização do mérito. Criatividade para o desenvolvimento de cursos que geram oportunidades reais de empreendedorismo e empregabilidade. Respeito aos alunos, aos colaboradores, aos acionistas, aos fornecedores, ao patrimônio e aos princípios do grupo. Honestidade e verdade em todas as ações e atitudes. Austeridade no uso de recursos do grupo. Respeito socioambiental e ao patrimônio cultural Associação dos conceitos de globalização com o resgate e a preservação do patrimônio cultural nacional e responsabilidade socioambiental. Diversidade Comprometimento com as semelhanças e diferenças de pessoas, culturas e ideias.	Ética e Respeito: Cumprir as regras sempre, com transparência e respeito, é a base do nosso relacionamento com alunos, funcionários e parceiros. Valorização do Conhecimento: Não basta saber, é preciso saber fazer. Valorizamos o conhecimento como forma de inspirar e aproximar as pessoas. Vocação para Ensinar: Nossos profissionais têm prazer em educar e contribuir para o crescimento dos nossos alunos. Atitude de Dono: Pensamos e agimos como donos do negócio. Simplicidade e Colaboração: Trabalhamos juntos como um time, com diálogo aberto e direto. Foco em Resultado e Meritocracia: Nossa equipe cresce por mérito através da superação de metas e dedicação de cada um.
----------------	--	---	---

Fonte: Elaborado pelos autores, de acordo com sites institucionais das empresas elencadas (2022).

Pela análise da visão, missão e valores dessas três empresas do ramo da educação, podemos notar, além da semelhança no modo de construção desses conceitos estratégicos, uma padronização no dizer, parecendo se atentar mais em atender a desejabilidade social e os órgãos reguladores do que os anseios dos próprios colaboradores (SCORSOLINI-COMIN, 2012). Em outras palavras, podemos afirmar que os conceitos propostos na Visão, Missão e Valores organizacionais das empresas citadas estão, de certo modo, alinhadas com o conceito de construção de riqueza, visto que apostam em ideias como: “estar entre as cinco maiores”, “resultados sustentáveis”, “com rentabilidade”, “foco na geração de valor sustentável”, “atitude de dono” e “foco em resultado e meritocracia”, mostrando face mais capitalista do que acadêmica. Uma visão economicista da escola pode ser percebida pela definição de Schultz (1973, p. 19, grifo do autor), quando é ressaltado que “[...] as escolas podem ser consideradas empresas especializadas em *produzir* instrução. A instituição educacional que congrega todas as escolas, pode ser encarada como uma indústria”.

De acordo com a Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED, 2021), a abertura de novos polos de educação a distância no Brasil chegou à marca de 2.538 unidades, sendo que, desse total, 66,4% são de fora da cidade de atuação, o que indica uma massificação na sua atuação, aumentando a oferta de cursos e gerando concorrência local. O estudo aponta também que 55,84% dos estudantes são mulheres, que enxergam, nessa modalidade de ensino mais acessível, uma maneira de equilibrar os estudos com as demais jornadas de trabalho (casa, filhos e trabalho). O mesmo censo demonstra um equilíbrio quanto à etnia dos alunos, quando é comparada a Instituição de Ensino Superior (IES) privada EaD com os demais modelos de

IES (pública presencial; pública EaD; privada presencial); porém, a predominância é de brancos, com percentual na faixa de 60%. Em síntese, o estudo da Abed demonstra que as IES EaD privadas estão conquistando espaços novos e, também, os espaços anteriormente ocupados por polos presenciais, o que faz com que se constate que suas estratégias de crescimento e geração de riqueza estão no caminho certo, uma vez que geram concorrência frente aos seus pares e conquistando cotas de mercado.

Polizel (2017) afirma que algumas das empresas de educação, principalmente as de capital aberto (que possuem ações ofertadas na Bolsa de Valores), trazem vantagens para a educação como um todo, no que tange:

1. Economia de escala com a constante padronização e integração de processos;
2. Maior controle de custos, fruto de uma gestão mais profissional;
3. Menores valores de mensalidades, reflexo da redução de custos;
4. Políticas mais agressivas de comunicação e *marketing*;
5. Maior potencial de recursos para investimentos;
6. Consolidação, concentração de grande número de alunos;
7. Acesso a capital de baixo custo;
8. Padronização de processos;
9. Acesso facilitado (menor custo) a recursos metodológicos e didáticos (POLIZEL, 2017, p. 34-35).

O EaD, ao chegar a lugares mais distantes, atingir as etnias menos favorecidas e ofertar espaços de acesso à educação para as mulheres, faz com que fique claro um propósito capitalista, pois, ao atingir um leque maior de alunos, pretensamente, lucra-se mais, porém, com atributos sociais que se dizem potencializar o desenvolvimento da cidadania e a conscientização dos direitos individuais e sociais. Entretanto, essa expansão do ensino a distância é marcada por um desenvolvimento desigual, pois, ao mesmo tempo em que esse ensino chega a lugares remotos, com um discurso pretensioso de inclusão, ele se destina a preparar mão-de-obra adaptada às necessidades da economia.

2.3 Mercantilização da Educação Superior a distância: Visão do Governo Federal

Na Lei de Diretrizes e Bases nº 9394/96, no art. 80, fica claro que os governos devem promover a educação a distância quando diz: “O Poder Público incentivará o desenvolvimento e a veiculação de programas de ensino a distância, em todos os níveis e modalidades de ensino, e de educação continuada”. Fica visível, portanto, que a educação a distância tem uma base concreta na lei; porém, torna-se necessário entender que a LDB não é uma lei que se constitui em um ponto final, mas, sim, estabelece o alicerce para o seu cumprimento e adoção. Cabe, portanto, ao Governo Federal, a promoção, o credenciamento e a difusão do ensino a distância no Brasil, assim como a regulamentação de exames e de diplomas, o que determina, como competência das instituições e dos sistemas de ensino a produção, o controle e avaliação dos métodos e dos processos para a oferta dos cursos superiores na educação a distância.

Foi homologada pelo então Ministro da Educação, Aloizio Mercadante, no ano de 2016, uma nova resolução do Conselho Nacional de Educação (CNE) com as diretrizes e normas para a educação superior a distância, consolidando o marco regulatório para essa modalidade de ensino. Com esta resolução, afirma o Ministro: “Muda a relação entre a educação a distância e a própria instituição, não é mais uma coisa afastada, ela é parte do projeto educacional e pedagógico. Nós vamos avaliar as instituições pelo seu conjunto. A modalidade a distância faz parte da essência do projeto pedagógico”. Ressalta-se, ainda, que, a intenção do CNE foi, de fato, “[...] inserir e estimular a EaD como um fator educacional capaz de reorientar as políticas da instituição, olhando sempre para as metas do Plano Nacional de Educação” (BRASIL, 2016).

A resolução consolida a parceria entre instituições credenciadas para EaD e outras pessoas jurídicas, o que deixou a parte pedagógica a cargo das Instituições de Ensino Superior (IES); logo, a instituição parceira é responsável por apresentar a infraestrutura logística e tecnológica necessária.

Dados do Ministério da Educação (BRASIL, 2019) mostram que o credenciamento de polos de educação a distância teve substancial aumento no período entre 2010 e 2017, atingindo a marca de crescimento de 102%, o que totalizou 9.900 polos de apoio aos cursos da modalidade EaD. Outro fator importante foi o crescimento de quase 80% de novos polos entre 2017 e 2018. Segundo o MEC, esse crescimento anormal de polos EaD pode identificar a necessidade de revisão de processos e de proposição de medidas para assegurar a qualidade de tal modalidade de cursos.

Conforme o titular da Secretaria de Regulação e Supervisão Superior (Seres), Marco Antônio Barroso Faria: “O objetivo agora é elaborar diretrizes que sejam capazes de aferir e assegurar a qualidade dos cursos ofertados. O ministério não descarta a elaboração de novas diretrizes, a criação de novos instrumentos de avaliação e a revisão da legislação” (BRASIL, 2019). A propósito o que fica evidenciado que o ministério possui mecanismos de inovação e controle das instituições que ofertam cursos na modalidade a distância, impactando positivamente na melhoria contínua da Educação a Distância.

2.4 Mercantilização da Educação Superior a distância: Visão da Academia

A busca incessante por novos espaços e a conquista deles pelas empresas educacionais, cujas políticas educacionais priorizam a formação profissional do sujeito, demonstram o abandono, ou a marginalização (posto à margem), dos objetivos sociais da educação, uma vez que eles são transpostos por uma política com fins econômicos e mercantis.

Neste sentido, pode-se trazer a seguinte afirmação para ensinar que:

A mercantilização abrange uma atenção à naturalização de mudanças que estão ocorrendo na vida cotidiana que envolvem produção e consumo, atividades e processos gerais do capitalismo e suas crises e instabilidades, que sustentam a busca por novos mercados, novos produtos e, conseqüentemente, novas fontes de lucro. (BALL, 2004, p. 4, tradução nossa).

Essa ideia do autor vem ao encontro do ponto de vista de que já estamos nos acostumando a mudanças constantes na nossa rotina diária, na diversificação de produtos, nas formas de se comunicar e nas formas de consumir produtos e serviços. Dentro dessa ótica, podemos inferir que a indústria da educação segue o mesmo caminho, deixando de lado a qualidade de seus produtos, tendo, como foco, a oferta de valores, com intuito de maximizar seus ganhos, converter a educação em mercadoria e transformar os estudantes em “clientes-consumidores”, conforme classifica Bittar e Ruas (2012).

Para Menéndez Álvarez-Hevia et al. (2021), a vinculação do discurso mercantilista à educação superior se origina de três ideias fundamentais emergentes da literatura anglo-saxônica: as práticas próprias de gestão de ambientes empresariais, assim como as relações de mercado; a transformação de professores universitários em capital humano, estudantes em consumidores e a formação universitária em produtos de mercado; e a aceitação de uma cultura de competição e de controle, tanto na docência quanto na pesquisa. Todos esses aspectos estão

consolidados em diversas práticas acadêmicas e rotinas docentes que envolvem o ambiente universitário.

O estreitamento dos laços entre a Educação a Distância e o capital financeiro, no Brasil, com maior ênfase no início do século XXI, tornou-se mais notório no ensino superior das universidades privadas. Esse movimento, concentrado em fusões e aquisições, conforme enfatiza Costa (2021), “[...] são apenas uma das várias estratégias que têm reorganizado a administração das empresas de ensino superior no setor privado”.

Dentro dessa óptica, Bertolin (2009, p. 380), enfatiza que:

O maior risco da ampliação da perspectiva mercantilista e da visão da educação como um serviço comercial parece ser o de impossibilitar o próprio desenvolvimento social e o crescimento econômico de países como o Brasil, visto que o estabelecimento de parte da educação superior como bem público é fundamental para sustentar um projeto de nação (BERTOLIN, 2009, p. 380).

Vários são os fatores que agregam força à mercantilização da educação superior no Brasil, para Fávero e Bechi (2017, p. 91), eles podem ser: “[...] a construção de um Estado neoliberal, a influência do processo de globalização econômica, a crise no Estado de bem-estar social e a emergência do neoliberalismo, a escassez de recursos do Estado e adoção de estratégias mercantilistas na educação”. Laval (2019, p. 57) se refere, ainda, à mercantilização na educação como “[...] novo campo de acumulação de capital, dando surgimento da transformação das universidades em fábricas de saber eficientes, moldando a produção de conhecimento pelo capitalismo universitário”. Nesse contexto, “[...] a política de educação superior também é atacada, tornando-se um excelente campo para empresariamento e lucratividade do capital, sendo negada como um direito socialmente constituído” (LOPES et al., 2018, p. 31). Assim, de uma perspectiva humanística e do exercício da cidadania, no qual a educação, como dever do Estado, precisa oferecer, diante dessa virada neoliberal, corre-se risco de retrocesso em não possibilitar o direito à educação superior, pública e de qualidade.

As universidades mercantis se caracterizam, predominantemente, pela busca do lucro, investindo onde percebem que exista essa possibilidade, onde há demanda pelos seus produtos educacionais. Além da existência da demanda reprimida, outro fator relevante é o baixo custo de investimento que se faz necessário. Calderón (2000) diz que o baixo custo de implantação dos cursos revela a má qualidade do produto ofertado por essas empresas educacionais, sendo este um ponto de consenso entre analistas e pesquisadores do ensino superior. Laval (2004) elucida que a mercantilização dos produtos educativos se apresenta como um imaginário de livre escolha, no entanto, impõe, sobre os sujeitos, a venda de “pacotes” uniformizados, livres de burocracia, e, assim, “[...] a escolha, não é uma escolha livre, é a criação de um mercado e de uma oferta desigual que forçam a escolher, que encorajam mesmo os mais reticentes” (LAVAL, 2004, p. 156).

Constata-se, com a mercantilização da educação do ensino superior na modalidade EaD, a expansão de *campis* e polos para o interior dos estados, para outros estados da Federação, em especial, depois da promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9394/96, sendo que, conforme Mancebo (2010, p. 42) *apud* Bittar Ruas (2012), “[...] os cursos de ensino superior visam formar profissionais para atender a campos específicos do mercado de trabalho, com formato e duração média menor que a dos cursos de graduação tradicionais”. A massificação da educação a distância não é um movimento exclusivo do Brasil; segundo Caetano (2017), universidades já consolidadas, norte-americanas, como *Harvard*, *Princeton* e

Massachusetts Institute of Technology, uniram-se para ofertar um conjunto de programas internacionais destinados a pessoas de todo o mundo.

Sob o ponto de vista da expansão da educação superior, no modelo EaD, torna-se clara a importância dela como elemento vital para as relações sociais, políticas e institucionais e, portanto, “[...] de desconstrução de projetos que produzem e naturalizam a exclusão social” (DE ALMEIDA SANTOS, 2018, p. 168). À luz dos dados apresentados, pode-se afirmar que a educação tem se transformado em mercadoria, valiosa, de múltiplos interessados, o que sinaliza duas direções opostas: uma direção que leva ao conhecimento e à inclusão social e outra direção motivada pelo lucro.

3 Considerações finais

A mercantilização do ensino superior na modalidade a distância já é uma realidade no cenário universitário brasileiro e as instituições de ensino superior não podem mais ignorá-la. Os impactos dessa mercantilização ainda não podem ser mensurados na sua totalidade, mesmo com a vasta literatura existente atualmente e a abrangente pesquisa sobre o tema, que é disponibilizada nos principais periódicos nacionais.

Objetivando contribuir para este estudo, três frentes foram abordadas na tentativa de explicar visões diferentes sobre a mercantilização do ensino superior na modalidade a distância, foram elas: a visão mercantil ou capitalista; a visão do Governo Federal e a visão da Academia. Pode-se perceber, com a análise desses três ângulos distintos, que a capacidade das empresas do ramo de educação tende a aumentar sua capilaridade de polos de ensino a distância, sendo que isso deve acontecer de forma aliada a uma política educacional que privilegia esse setor e à tendência de as universidades tradicionais seguirem por essa linha, o que demonstra que o mercado da educação a distância está em uma crescente acelerada no Brasil. Mesmo atrelado aos interesses de mercado e de interesses financeiros, o mercado da educação a distância busca inserir o cidadão no meio acadêmico, projetando-o para o mercado de trabalho.

A pesquisa realizada, ao fazer um diagnóstico crítico, não encerra a discussão, mas fomenta uma reflexão sobre a importância de estudos que se atentem à qualidade da educação superior, principalmente, com a grande expansão da educação a distância (Ead). Nesse viés, diante do cenário educacional brasileiro, sobretudo de desigualdade, é fundamental olhar a forma como o ensino tem se propagado mediante a estratégia neoliberal, tornando a educação mercadoria, em consonância com as demandas oriundas da sociedade.

Defende-se, com isso, uma problematização que leve em consideração os reais problemas que acarretam essa modalidade de ensino, demonstrando suas fragilidades, porque “[...] a educação superior brasileira pública e de qualidade, que deveria proporcionar uma boa formação ao estudante foi em um rápido período de tempo substituída em grande escala pelo sistema EaD” (LOPES et al. 2018, p. 41), ainda, os mesmos autores afirmam que esse modelo certamente flexibilizou e precarizou o sistema convencional de ensino, em benefício dos interesses dos organismos econômicos e financeiros, por meio da venda da educação superior. enfim, este estudo buscou extrair um pequeno fragmento sobre a mercantilização, podendo, ainda, serem investigados os temas como mercadorização, privatização, financeirização e terceirização como complemento para estudos futuros na Academia.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (ABED), (org.). **Censo EAD.BR**: Relatório analítico da aprendizagem a distância no Brasil 2019/2020. Curitiba: InterSaberes, 2021. Camila Rosa (tradutora).

BALL, Stephen John. Diretrizes políticas globais e relações políticas locais em educação. **Currículo sem fronteiras**, v. 1, n. 2, p. 99-116, 2001.

BALL, Stephen John. Education for sale! The commodification of everything? The Commodification of Everything? **King's Annual Education Lectura 2004**, University of London, London, 2004. Disponível em: <http://www.asu.edu/educ/epsl/CERU/articles/CERU-0410-253-OWI.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2021.

BERTOLIN, Júlio César Godoy. Avaliação da educação superior brasileira: Relevância, diversidade, equidade e eficácia do sistema em tempos de mercantilização. **Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior**, v. 14, p. 351-383, 2009.

BITTAR, Mariluce; RUAS, Claudia Mara Stapani. Expansão da educação superior no Brasil e a formação dos oligopólios-hegemonia do privado mercantil. **EccoS Revista Científica**, n. 29, p. 115-133, 2012.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 20 dez. 1996.

BRASIL. Ministério da Educação. Governo Federal (org.). **Ministro da Educação homologa resolução com novas diretrizes para educação superior à distância**: regulação. Regulação. 2016. Assessoria de Comunicação Social. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/212-educacao-superior-1690610854/34641-ministro-da-educacao-homologa-resolucao-com-novas-diretrizes-para-educacao-superior-a-distancia>. Acesso em: 21 nov. 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. Governo Federal (org.). **Educação a Distância**: credenciamento de instituições será revisado e aprimorado. 2019. Assessoria de Comunicação Social. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/212-educacao-superior-1690610854/73511-credenciamento-de-instituicoes-sera-revisado-e-aprimorado>. Acesso em: 21 nov. 2021.

CAETANO, João Carlos Relvão. A Universidade no século XXI. **Trabalho & Educação**, p. 55-64, 2017.

CALDERÓN, Adolfo Ignacio. Universidades mercantis: A institucionalização do mercado universitário em questão. **São Paulo em Perspectiva**, v. 14, p. 61-72, 2000.

COSTA, Fábio Luciano Oliveira. Educação e mercado financeiro: Um estudo sobre a Anhanguera, Estácio e Kroton (2007-2014). **Roteiro**, Joaçaba, v. 46, p. 1-24, 2021.

DE ALMEIDA SANTOS, Catarina. Educação superior a distância no Brasil: Democratização da oferta ou expansão do mercado. **Revista Brasileira de Política e Administração da Educação**, Periódico Científico editado pela ANPAE, v. 34, n. 1, p. 167-188, 2018.

FALCON, Francisco. **Mercantilismo e transição**: Tudo é história. 15. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.

FÁVERO, Altair Alberto; BECHI, Diego. O financiamento da educação superior no limiar do século XXI: O caminho da mercantilização da educação. **Revista Internacional de Educação Superior**, Campinas, v. 3, n. 1, p. 90-113, 26 abr. 2017.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. Lisboa: Conjuntura Actual Editora, 2021. 273 p. (Clássicos da economia). Tradução: Jaime Araújo.

DEYON, Pierre. **O Mercantilismo**. 4. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2001. 153 p. Tradução: Teresa Cristina Silveira da Mota.

KROTON EDUCACIONAL (São Paulo) (org.). **Código de conduta**: Kroton Educacional 2016. Editora e Distribuidora Educacional S.A. Disponível em: https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/e1110a12-6e58-4cb0-be24-ed1d5f18049a/politicas-corporativas-e-estatutosocial/28da9b797ce522b4b23bde72c4782f356bb705fe1c79f8c2d6b8a24206f7d699/codigo_de_conduta.pdf> Acesso em: 22 nov. 2021.

LAVAL, Christian. **A escola não é uma empresa**: O neoliberalismo em ataque ao ensino público. 2. ed. Tradução: Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2019.

LAVAL, Christian. **A escola não é uma empresa**: o neoliberalismo em ataque ao ensino público. Tradução de Maria Luíza M. de Carvalho e Silva. Londrina: Planta, 2004.
LOPES, Maria Gracilei de Alberto; VALLINA, Kátia; SASSAKI, Yoshiko. A mercantilização do ensino superior no contexto atual: Considerações para o debate. **Interfaces Científicas**, v. 6, n. 2. p. 29-44, 2018.

MENÉNDEZ ÁLVAREZ-HEVIA, David et al. La mercantilización de la Educación Superior a través del modelo universitario inglés: elementos clave, críticas y posibilidades. **Revista española de educación comparada**, 2021.

POLIZEL, Caio Eduardo de Guido. **Governança corporativa na educação superior**. São Paulo: Saraiva Educação SA, 2017.

RAMOS, Marilú Dascanio; DRI, Wisllayne Ivellyze Oliveira. O setor privado no sistema educacional brasileiro: Uma vertente da mercantilização da educação. *Acta Scientiarum*. Universidade Estadual de Maringá. **Education**, Maringá, v. 34, n. 1, p. 71-80, 18 maio 2012.

ROSSATO, Ermelio. **A expansão do ensino superior no Brasil**: Do domínio público à privatização. Passo Fundo: UPF, 2006.

SANTOS, Gilberto dos. A dízima da alfândega da Bahia: Estabelecimento, forma e conflitos (1711-1720). **Revista Angelus Novus**, v. 13, n. 13, p. 93-113, 2017.

SCHULTZ, Theodore William. **O valor econômico da educação**. 2. ed. Tradução de: P.S. Werneck. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

SCORSOLINI-COMIN, Fabio. Missão, visão e valores como marcas do discurso nas organizações de trabalho. PUC RS. **Psico**, v. 43, n. 3, p. 325-333, 2012.

SER EDUCACIONAL (Recife PE) (org.). **Relatório Social**. 2014. Grupo Ser Educacional. Disponível em: <https://www.sereducacional.com>. Acesso em: 22 nov. 2021

UNIASELVI (Santa Catarina) (org.). **Institucional**: Missão, visão e valores. Missão, visão e valores. 2021. Uniasselvi. Disponível em: <https://portal.uniasselvi.com.br/institucional/missao-visao-valores>. Acesso em: 22 nov. 2021.

Recebido em agosto de 2022.

Aprovado em novembro de 2022.