

As estratégias territoriais das plataformas digitais de trabalho docente no Brasil

The territorial strategies of online teaching platforms in Brazil

Las estrategias territoriales de las plataformas digitales de trabajo docente en Brasil

Marcus Vinicius Santos Vieira
Universidade Federal de Minas Gerais
marcus-santos-vieira@hotmail.com

Resumo

O artigo apresenta os resultados de uma pesquisa em curso sobre as plataformas virtuais de trabalho docente no Brasil. Manejadas por grupos empresariais estrangeiros e nacionais, nossa hipótese parte de que os agentes econômicos por trás do serviço fazem uso do território brasileiro, a partir de suas intencionalidades corporativas. Desse modo, a pesquisa tem como objetivo identificar e compreender as estratégias territoriais praticadas pelas empresas-plataformas hegemônicas do ramo, o que pode ser traduzido pela composição da tecnoesfera e da psicoesfera que essas empresas-plataformas dependem. Nessa investigação, a disposição sociotécnica (algoritmo, modelo de reputação, monetização, *marketing*, etc.), a topologia dessas empresas (sede empresarial, localização dos usuários, distribuição dos escritórios, investidores, etc.) e sua dependência de fixos, demonstram como os fatores territoriais são inalienáveis na ação desses agentes.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Plataformização do território. Uberização docente.

Abstract

This article presents the results of an ongoing research into virtual teaching platforms in Brazil. Managed by foreign and national business groups, our hypothesis is that the economic agents behind this service make use of the Brazilian territory, based on their corporate intentions. Thus, the aim of the research is to identify and understand the territorial strategies practiced by hegemonic companies/platforms in this field, which may be interpreted through the composition of the technosphere and psychosphere that these companies/platforms depend on. In this investigation, the sociotechnical disposition (algorithm, reputation model, monetization, marketing, etc.), the topology

of these companies (business headquarters, user location, office distribution, investors, etc.) and their dependence on fixed points, demonstrate how territorial factors are inalienable in the action of these agents.

Keywords: Digital platforms. Platformization of the territory. Teaching uberization.

Resumen

El artículo presenta los resultados de una investigación en curso sobre las plataformas virtuales de trabajo docente en Brasil. Gestionadas por grupos empresariales extranjeros y nacionales, nuestra hipótesis es que los agentes económicos detrás del servicio hacen uso del territorio brasileño, basándose en sus intenciones corporativas. Así, la investigación tiene como objetivo identificar y comprender las estrategias territoriales practicadas por las empresas-plataformas hegemónicas en el campo, lo que puede traducirse en la composición de la tecnosfera y psicosfera de las que dependen estas empresas-plataformas. En esta investigación, la disposición sociotécnica (algoritmo, modelo de reputación, monetización, marketing, etc.), la topología de estas empresas (sede empresarial, ubicación de usuarios, distribución de oficinas, inversores, etc.) y su dependencia de puntos fijos, demuestran cómo los factores territoriales son irrenunciables en la acción de estos agentes.

Palabras clave: Plataformas digitales. Plataformatización del territorio. Uberización de la enseñanza.

Introdução

A junção entre a educação e o desenvolvimento técnico imbricado pelas plataformas digitais, compõe uma nova frente produtiva no que tange o lucrativo mercado educacional. Na atual escalada de incorporação das universidades e escolas às práticas de ensino a distância (EAD), fica perceptível essa lógica. Segundo o Censo da Educação Superior realizado pelo INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira), nos últimos dez anos, o índice de novos alunos matriculados no EAD aumentou 428,2%, colocando o ensino a distância como modalidade mais procurada que os cursos presenciais no ensino superior (G1, 2022).

Em 2020, com a pandemia do Covid-19, essa tendência à digitalização se acentua ainda mais. Devido às medidas de mitigação da doença, como o distanciamento social, os alunos dos sistemas formais de ensino foram compelidos a dar continuidade às suas atividades educacionais com a imposição do ensino remoto emergencial. Durante esse período, é possível perceber uma integração completa das escolas e universidades - tanto públicas quanto privadas - à lógica digital que, como vemos em Colemarx (2021), tal medida beneficiou tanto grupos empresariais ligados à educação, quanto aqueles voltados à tecnologia informacional.

Paralelo aos processos formativos formais, o contexto de pandemia corroborou também com a ascensão de plataformas digitais desenvolvedoras de “soluções” e “inovações” ligadas ao ramo educacional, como aquelas voltadas à intermediação de professores e alunos em aulas particulares (IKUTA, 2022). Tal setor não adota uma nomenclatura específica, podendo ser denominadas como plataformas de *e-learning*, plataformas de aprendizagem, *marketplace* de ensino, *edtech*, *startups*, etc.

Tomando as plataformas de trabalho docente como nosso objeto, em uma delimitação mais profunda, consideramo-las como: (i) plataformas digitais mediadas por empresas; (ii) plataformas digitais que possuem viés educacional¹; (iii) plataformas em que professores são colocados em contato direto com os alunos perante uma demanda levantada (resolução de atividades, acompanhamento educacional, aulas de reforço, aulas particulares), seja virtualmente ou presencialmente; (iv) plataformas em que seus trabalhadores (professores) sejam autônomos, remunerados somente pelo tempo de trabalho, ausente de direitos e proteções trabalhistas.

Geridas por empresas, que aqui denominaremos empresas-plataformas, esses agentes fazem parte da virada técnica e econômica que coloca as plataformas digitais como protagonistas do novo processo produtivo capitalista baseado na extração e manipulação de dados (SRNICECK, 2016), conformando uma nova fase do “meio técnico-científico-informacional” (SANTOS, 2013 [1994]). Nesse panorama, o debate proposto neste artigo tange os usos do território tomado por essas empresas-plataformas de trabalho docente. Formada por um conjunto considerável de empresas, que vão desde aquelas de ação internacional, fixadas principalmente nos países centrais do capitalismo, até empresas nanicas que atuam unicamente em escala nacional, este mercado demonstra seu poderio devido à quantidade de usuários (professores) cadastrados nesse tipo de serviço no Brasil, às dezenas de plataformas do ramo e pelo poder econômico das empresas hegemônicas do setor.

O “unicórnio”² austríaco (BROWNE, 2021), *GoStudent*, exemplifica essa frente mercantil. Segundo seu site, a empresa possui pelo menos 1.800 funcionários contratados em 22 escritórios pelo mundo - contando inclusive com um no Brasil. No total, foram investidos na empresa pelo menos € 590 milhões, que possui *valuation* estimado em mais de € 3 bilhões. Em seu quadro de empresas parceiras estão as gigantes do mercado informacional: T-Mobile, Google e Meta. Outro exemplo tange a empresa-plataforma ucraniana, e agora estadunidense, *Preply*, que também obteve êxito nesse mercado. Segundo seus relatórios, a cifra da empresa saltou de 1,3 milhões de dólares em 2016, para 35 milhões em 2021 após a abertura para investidores externos e pela assistência de aceleradoras de startups. Esse crescimento proporcionou a internacionalização da plataforma que atua hoje em pelo menos 203 países. No mesmo ritmo que estas duas, a francesa *Superprof* chega ao Brasil em 2016, ao comprar uma das “líderes do mercado brasileiro”, a plataforma *Go Aulas* (SIMI, 2016). Atualmente a empresa demonstra seu ímpeto com os 35 milhões de alunos que usaram a plataforma para encontrar um professor.

Mediado por um *modus operandi* semelhante às demais plataformas digitais da chamada “*gig economy*” (WOODCOCK & GRAHAM, 2020), que se baseia na intermediação de consumidores com trabalhadores independentes que atuam sob gestão algorítmica e um sistema de avaliação, essas plataformas possuem a única tarefa de

¹ Existem plataformas que conectam prestadores de serviços a seus potenciais clientes, como a *GetNinjas* e a *99 Frelas*, nestas são oferecidas também professores sob demanda. No entanto, por ser um serviço majoritariamente voltado a exploração do trabalho em outras áreas, não incluiremos esse tipo de plataforma em nossa análise.

² O termo se refere às Startups avaliadas em US\$ 1 bilhão ou mais (ÉPOCA NEGÓCIOS *ONLINE*, 2018).

proporcionar o encontro entre o cliente e o trabalhador, isentando as empresas de todas as responsabilidades laborais e legislativas do serviço. Essa gerência conforma alto risco às seguridades políticas e sociais há anos estabelecidas (SLEE, 2017), já que nessa arquitetura digital se promove uma acentuação da exploração na relação capital-trabalho criadora de um “novo proletariado da era digital” (ANTUNES, 2020 [2018]), extremamente flexível e sem direitos trabalhistas. São “relações de trabalho individualizadas e invisibilizadas, assumindo assim, a aparência de ‘prestação de serviço’ e obliterando as relações de assalariamento e de exploração do trabalho” (ANTUNES, 2020 [2018], p. 11). Tal relação laboral, levou ao uso do neologismo “uberização”³ (ANTUNES, 2020 [2018]; ABÍLIO, 2020; TOZI, 2020) na definição da mais-valia amplificada pela tecnologia informacional.

Os professores que trabalham por meio das plataformas de trabalho docente não são denominados como trabalhadores, mas como “autônomos”, “afiliados”, “parceiros”, e integram essas plataformas sem nenhum contrato de trabalho, compondo um contingente ilimitado de professores quantificado muito além da demanda, e que estão permanentemente disponíveis para serem usados, mas que remunerados somente pelo que produzem, criando uma estrutura de trabalho “*just-in-time*” (ABÍLIO, 2020). Em ares de dominação do espírito neoliberal, esse tipo de plataforma é difusor de uma “racionalidade empreendedora” (DARDOT & LAVAL, 2016), levando os trabalhadores pauperizados aos moldes da dita “uberização” assumirem a posição de serem “empreendedores de si”, munidos de “total” autonomia laboral. Tendo em vista o ideal de empreendedor na proposta de Schumpeter (1997 [1911]), como aquele responsável pela introdução de inovações ao sistema econômico, os trabalhadores “empreendedores” da plataforma, no entanto, se deparam com condições precárias de trabalho, sendo subservientes à lógica corporativa e predatória. Nesse sentido, essas plataformas demonstram seu papel na constituição de uma psicosfera⁴ do moderno e do empreendedorismo, que vêm a moldar e preparar os espíritos e os corpos para ação eficiente das modernizações técnicas que são as plataformas digitais (TOZI & BOZZI, 2021).

Os trabalhadores das plataformas de trabalho docente, uberizados e espalhados por todo o território nacional, somam a força de trabalho subserviente ao verticalizado nexos arquitetado pelos centros de comando das empresas-plataformas, majoritariamente sediados no norte global. Disposição que corresponde a uma exitosa manobra corporativa na maximização de seus lucros, já que as empresas-plataformas podem ter livre acesso aos territórios levando em consideração a densidade da atual tecnoesfera composta pela banalização dos objetos técnicos telemáticos (celulares e computadores) e a capilarização

³ O termo é referente a empresa “Uber”, que representa um forte protagonismo dentre as empresas que utilizam dos artifícios estruturados pelas plataformas digitais, na regulação do trabalho. O uso do termo permite nomear como metáfora as novas estruturas emergentes, porém é um termo ainda limitado, perante a sua “capacidade explicativa e analítica” (TOZI, 2020, p. 103).

⁴ Para Santos (2020 [1996]), a psicosfera é correspondente ao aspecto imaterial do espaço onde “o reino das ideias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido” orientam e norteia o segmento da técnica, instituindo ao uso da tecnoesfera.

da “rede suporte”⁵ (BERTOLLO, 2019). Essa materialidade aliada ao atual estado da psicosfera, forma uma nova divisão territorial do trabalho, onde os agentes hegemônicos estrangeiros estabelecem uma “vampirização” (SANTOS & SILVEIRA, 2001), ou seja, uma drenagem de recursos estabelecidos nos respectivos territórios de atuação até os setentrionais centros de comando dessas empresas.

Nesse sentido, consideramos que as empresas-plataformas utilizam uma série de estratégias para assegurar o uso do território. Tais estratégias partem da condição heterogênea da organização do espaço geográfico, que condiciona o território como um fator produtivo diferencial, de forma que consideramos as plataformas digitais aqui abordadas como “plataformas territoriais” (TOZI, 2020; TOZI, DUARTE & CASTANHEIRA, 2021), já que há uma dependência da condição material do espaço. Simultaneamente, esse aparato técnico parte da apropriação da psicosfera atual que se baseia no ideário do empreendedorismo e do sujeito neoliberal.

Dessa forma, pretendemos nesse artigo expor os resultados dessa pesquisa que segue em desenvolvimento, identificando e compreendendo as táticas corporativas de uso do território pelas plataformas digitais de trabalho docente. Nessa delimitação, o texto foi dividido em dois aspectos dialéticos do espaço: na primeira, delimitamos as estratégias de uso do território que compõem o aspecto material do espaço, ou seja, a tecnoesfera, e no segundo, as estratégias de âmbito imaterial, a psicosfera.

O território como recurso para às plataformas digitais de trabalho docente no Brasil

Originadas, em sua grande maioria, na primeira metade da década passada, as plataformas digitais de trabalho se espalham em dezenas de países pelo mundo. Para uma melhor leitura do panorama dessas empresas-plataformas atuantes no território brasileiro, foi compilado na Tabela 01, o dimensionamento das plataformas encontradas em nossas buscas, levando em consideração o país de origem, países de atuação, quantia de professores/alunos cadastrados.

⁵ A rede suporte é a porção de objetos técnicos que consitui a internet, como cabos de fibra ótica, antenas, satélites e modems.

Tabela 01: Dimensão das plataformas digitais voltadas a tutorias sob demanda no Brasil

Plataformas	Ano de origem	País sede	Atuação internacional	Nº de professores cadastrados	Nº de alunos cadastrados	Nº de professores cadastrados no Brasil
Superprof	2013	França	39 países	19 milhões	39 milhões	197.910
Preply	2012	EUA	203 países	140 mil	1 milhão+	n/a
Profes	2012	Brasil	Somente no Brasil	45 mil	160 mil	45.000
GoEstudent	2016	Áustria	22 países	19 mil	n/a	n/a
Tutor.ID	2015	Estônia	119 países	7.494	3.361	n/a
TutorMundi	2016	Brasil	Somente no Brasil	2.100	n/a	2.100
SuasAulasParticulares	2007	Espanha	n/a	n/a	3,9 milhões	n/a
Luma	n/a	Brasil	6 países	214+	3.215+	n/a
Cambly	n/a	EUA	n/a	n/a	n/a	n/a
Class4u	n/a	Brasil	Somente no Brasil	844	n/a	844
Aulas 24 por 7	n/a	Brasil	Somente no Brasil	n/a	n/a	n/a

Fonte: elaboração própria, com base nos dados disponibilizados nas respectivas plataformas no mês de maio de 2022.

Mesmo com insuficiência de determinadas informações, fica perceptível a origem estrangeira dos agentes hegemônicos do mercado. Nota-se, no conjunto, que a maioria das empresas são nacionais e locais, somente a *Profes* possui um número de clientes equivalente às empresas estrangeiras, ainda que a empresa atue somente no Brasil. Apenas a plataforma brasileira *Luma* oferece seu serviço para seis outros países, número bastante inferior quando comparado à magnitude das demais empresas-plataformas internacionais. Portanto, esse tipo de serviço se concentra no controle de empresas estrangeiras que possuem maior controle territorial em relação as empresas-plataformas nacionais.

A ação desses agentes sobre o território se baseia na drenagem de recursos extraídos de seus locais de atuação. Essa extração pode ser fundamentada em forma de renda (i), conforme o modelo de monetização praticados pelas plataformas, e em forma de dados (ii), na medida em que os usuários depositam seus dados e informações nas plataformas.

Na extração em forma de renda, há de se colocar que existem distintas práticas utilizadas que perpassam pelo modelo de monetização de cada plataforma. Algumas são compelidas por meio da cobrança de uma taxa aos professores por aula dada (*Profes*, *Aulas Particulares em Casa*, *TutorID*, *Cambly*); nos minutos em que os alunos ficaram *online* com um professor (*TutorMundi* e *Profes*); venda de créditos trocadas por aulas (*GoStudent*); planos de assinatura que prometem benefícios aos seus usuários (*Superprof*, *Profes*, *Preply*).

No quesito extração de dados, é configurada outra articulação de exploração de recursos que algumas destas plataformas utilizam. A Superprof, por exemplo, afirma em suas “Menções Legais” que a plataforma extrai dezenas de dados de seus usuários que vão desde seus dados pessoais, endereço e documentos até a contabilização das funcionalidades de suas redes sociais, como por exemplo, o recurso “like”. Segundo a empresa, os dados são enviados para seus “parceiros de negócios” que podem utilizá-los para:

enviar ao utilizador, de acordo com a legislação aplicável e quando necessário, com o seu consentimento, materiais de marketing e informações necessárias para facilitar o serviço ou o processo de reserva e para lhe dar sugestões e recomendações acerca de bens ou serviços relacionados com os nossos serviços e que lhe podem interessar. [...] Este processamento baseia-se no seu consentimento e/ou no nosso interesse legítimo (ou seja, fornecer-lhe publicidade com significado) (SUPERPROF, 2022)

Além dessa função mercadológica, esses dados são um painel informativo para essas empresas, pois assim é possível rastrear seus usuários. Desse modo, dados como localidade, idade, profissão, gostos e desejos são colhidas e configuram dados estratégicos que podem nortear os planos táticos dessas plataformas, conformando na transformação de “informações banais” para “informações produtivas” (SILVA, 2001). Essas informações auxiliam no planejamento futuro destes agentes, tornando suas ações mais precisas quanto aos seus locais de expansão, faixa etária de maior propensão ao uso do serviço, etc.

Outro dado importante contido no território que essas empresas dependem, diz a respeito da qualidade da conexão de internet. A videoconferência é um artifício central no serviço oferecido, já que as empresas dependem que os alunos e docentes se conectem remotamente. Isso depende de toda a materialidade envolta da “rede suporte”, o que é estabelecido no Brasil de forma assimétrica (BERTOLLO, 2019). Nesse sentido, podemos levar em consideração que essas empresas necessitam de uma tecnoesfera para sua atuação.

Bettega et. al (2020), com o intuito de reconhecer a qualidade de internet necessária para uso de recursos educativos *online*, traz uma ampla revisão bibliográfica na mensuração da largura de banda mínima para cada atividade virtual utilizável em contexto educacional (Tabela 03).

Tabela 02: Largura de banda mínima para determinadas atividades virtuais

Atividade	Velocidade de download	Latência	Perda de pacotes
Áudio	0,27 Mbps	128 ms	Até 2%
Navegação na web	1 Mbps	300 ms	Até 2%
Download de arquivo	5 Mbps	80 ms	Até 2%
Jogos online	3,75 Mbps	90 ms	Até 1%
Streaming de vídeos	3,44 - 8,25 Mbps	60 ms	Até 0,5%

Fonte: Bettega (2020). Os limites da banda larga: o papel da conectividade nos usos das TIC para o desenvolvimento das competências digitais nas escolas públicas brasileiras. TIC Educação 2019, p. 147.

Levando em consideração que as empresas-plataformas discutidas dependem da “atividade” de “*streaming* de vídeos”, como colocado por Bettega (2020) a largura de banda mínima para essa atividade é de 60 ms de latência. Ao comparar essa quantidade com a faixa mediana de latência por município brasileiro (Gráfico 01), 3.391 municípios (73,22%) possuem a mediana de latência necessária para a realização de uma chamada de vídeo de qualidade, enquanto 1.245 municípios (26,85%) não possuem a latência exigida.

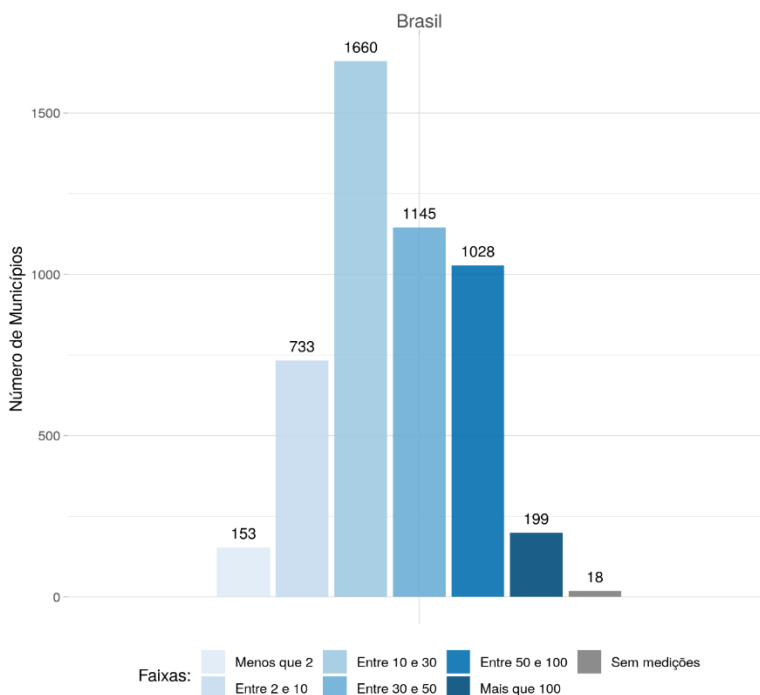


Figura 01: Mediana de latência (ms) de internet no Brasil

Fonte: Mapa de qualidade da internet (2021).

Essa diferença está atrelada, para Bertollo (2019), no suporte desigual no território para o fornecimento de internet conforme a distribuição dos *backbones*⁶ pelo país. Em Sheppard (2002, apud. BERTOLLO, 2019), a “posicionalidade” destes *backbones*, condiciona como a rede é “aproveitada e usufruída”. Ou seja:

[...] os centros urbanos secundários e com menos acessibilidade estão num nível inferior nessa rede, pois o tráfego e o fluxo de dados atravessam mais etapas para alcançá-las, aumentando sua latência, isto é, implicando atraso no recebimento dos dados (BERTOLLO, 2019).

Nota-se que a internet segue uma hierarquia urbana, portanto é um dado atrelado ao processo de formação socioespacial brasileira, que perante a:

[...] densidade populacional, a acumulação de riqueza e a densidade de redes técnicas das regiões metropolitanas. Elas têm melhor cobertura, maior número de linhas e de pontos de assistência, melhor qualidade e mais velocidade de conexão, atendendo ao objetivo de rentabilidade das corporações de telecomunicações, que investem em áreas com maior potencial de retorno do capital aplicado (BERTOLLO, 2019).

A distribuição da internet e sua qualidade se baseiam na densidade dos “espaços luminosos” voltados aos processos globalizantes (SANTOS e SILVEIRA, 2001). Esses espaços necessitam de altos fluxos informacionais, demandando maior capilarização dos cabos de fibra e de serviços de internet. Enquanto há também “espaços opacos”, letárgicos, que resistem ao movimento hegemônico, possuindo menor densidade técnica no território (ibidem). Essa desigual expansão do meio técnico-científico-informacional no país, que conforma em uma também desigual expansão da tecnoesfera, configura o território como fator diferencial de rendimento para essas empresas. Isto é, territórios de determinada densidade técnica são territórios mais produtivos para essas plataformas, já que o serviço depende do aparato técnico informacional, conformando as plataformas digitais como verdadeiras plataformas territoriais.

A produção de uma psicoesfera pelas empresas-plataformas de trabalho docente

Além de depender da tecnoesfera, é necessário para essas empresas-plataformas que as mentes e os corpos estejam em consonância ao seu uso, já que não há significância desses objetos se não houver existência relacional com os sujeitos (KAHIL, 2010). Portanto, para compreendermos a ação das empresas-plataformas e sua expansão pelo território, é necessário considerar também a constituição da psicoesfera que esses agentes se apoiam, e que atraem os professores plataformizados a integrarem o conjunto técnico. Para isso, nesse item, descreveremos este nicho de plataformas, a partir da experiência acumulada pelo seu uso, as características sociotécnicas e o sentido guardado no

⁶ Estrutura que interliga pontos responsáveis pela mobilidade de alto fluxo de dados (BERTOLLO, 2019).

marketing dessas empresas. A discussão destes pontos ajuda a traduzir essa psicosfera que, como veremos, é uma psicosfera do moderno, psicosfera da inovação, uma psicosfera do empreendedorismo.

Inicialmente, delimitamos duas formas de trabalho docente encontradas em nossa pesquisa, o que é estabelecido: (i) na resolução de tarefas escolares, acadêmicas e técnicas de forma instantânea (TutorMundi, Profes); (ii) divulgação do perfil dos professores para os interessados que desejam uma aula particular ou uma tutoria contínua (Profes, Superprof, Preply, GoStudent).

A TutorMundi ilustra o modelo de trabalho resolução de tarefas instantâneas. A plataforma disponibiliza 24 horas por dia, nos sete dias da semana, a possibilidade de efetuar uma chamada de aula particular ou em sanar dúvidas em questões específicas com os professores da plataforma. Quando “disponíveis” na plataforma, os professores cadastrados nas disciplinas recebem as solicitações dos alunos para uma chamada no *chat* da plataforma (Figura 02). Ao concluir a solicitação, o professor é remunerado conforme a duração do atendimento, que corresponde a um valor fixo de R\$ 0,16 centavos por minuto (Figura 02). Esse valor pago aos docentes, quando acumulado em um mês, trabalhando 8 horas por dia, nos cinco dias da semana, totaliza uma remuneração de R\$ 1.600,00. Remuneração quase três vezes menor que o piso salarial dos professores da escola básica, estipulado pelo governo federal, de R\$ 4.420,55 (BRASIL, 2023).

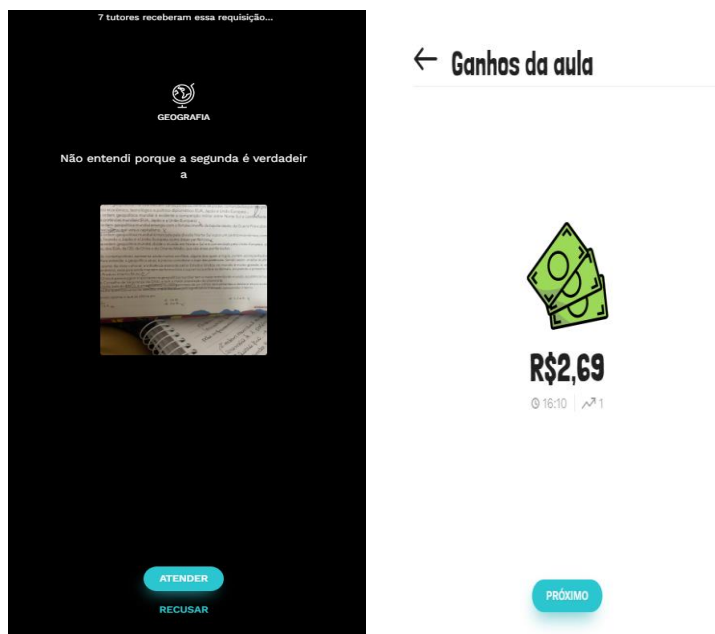


Figura 02: Atendimento e remuneração na plataforma TutorMundi
Fontes: capturas de tela na TutorMundi feitas por Marcus Vieira, em março de 2022.

A plataforma Profes utiliza a mesma lógica da resolução instantânea de tarefas, porém, diferente da TutorMundi, o algoritmo do site encontra “um professor capacitado” a partir do tema e objetivo da aula buscado.

A segunda forma de trabalho docente, o modelo de divulgação de perfis – forma mais popular dentre as plataformas pesquisadas – disponibiliza em “cards” os professores colocados em divulgação na plataforma (Figura 03). Isso é, cada professor têm um preço, uma habilidade, uma metodologia de ensino e uma localidade, que servem como diferenciais na hora da escolha dos professores pelos interessados. Portanto, nesse sistema, a visibilidade dos perfis dos professores é um detalhe central para garantia do trabalho aos docentes.

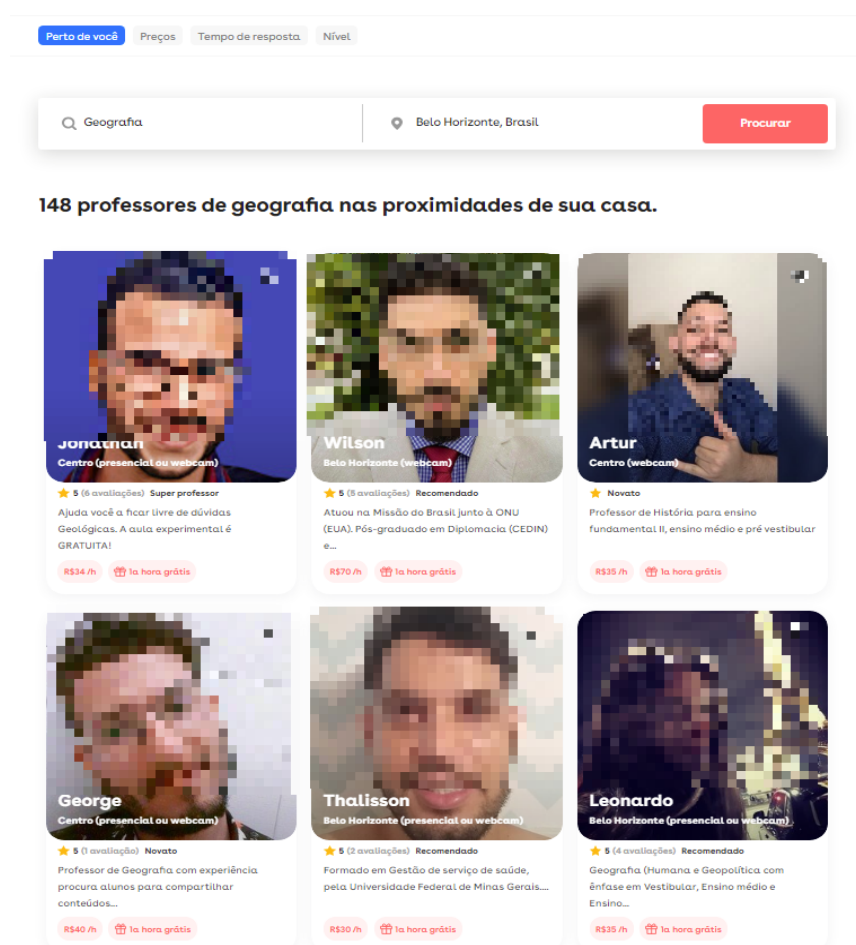


Figura 03: Plataformas de trabalho docente que divulgam os perfis de professores
Fonte: captura de tela da plataforma Superprof, feita por Marcus Vieira, em julho de 2022.

Para a Superprof, os elementos descritos nos anúncios dos perfis são fundamentais para “conquistar mais alunos”. Nessa lógica, as experiências, o trajeto profissional e as qualidades dos professores são colocadas como diferenciais que aumentarão seu êxito em encontrar alunos. O *blog* do site, “*We Love Prof*”, compartilha essa necessidade:

Tente convencer os responsáveis pelo pupilo a escolher você. Por que eles deveriam entrar em contato com você e não com as centenas de outros professores, muitas vezes cadastrados nas mesmas plataformas? Para isso, é preciso investir no falar de si mesmo, dando especial enfoque às qualidades importantes para o ensino. Há tantas qualidades diferentes que você pode apresentar em seu anúncio. Você certamente possui algumas delas. (SUPERPROF, 2021).

A plataforma Profes, em seu e-mail de boas-vindas para os professores recém-cadastrados, afirma a importância da visibilidade e a necessidade de investir nos “Pontos Profes” para adquirir uma boa colocação no “*ranking*” de professores da plataforma.

Visibilidade é a **palavra-chave dentro do Profes**. Quanto mais visível você tiver, mais solicitações de aulas receberá. É preciso entender que o aluno **chega no Profes** de diversas formas: procurando palavras no Google, lendo artigos do *blog*, utilizando o tira-dúvidas, resolvendo exercícios, etc. Muitas vezes ele cairá já numa lista de professores, onde mostramos 30 por página. Lembre-se: **VOCÊ QUER ESTAR NA PRIMEIRA PÁGINA!** Porém entenda que a primeira página é competitiva. Cada lista de professores é diferente da outra, pois mudam-se as cidades, o tipo de aula (presencial, *online* ou ambos), as disciplinas, as especialidades, etc. **Então é melhor você estar bem em tudo. Para você ver seu ranking, logo sua visibilidade no Profes, você tem que ver seu ranking nas milhares especialidades que você se cadastrou. E quanto mais especialidades você tiver cadastrado, maior sua visibilidade. Como faço para você aumentar minha visibilidade? Por meio dos Pontos Profes.** O ranking é elaborado a partir dos Pontos Profes em cada busca específica. Portanto criamos um simulador para você observar seus pontos atuais e simular quais esforços gostaria fazer para ganhar mais pontos. Itens diferentes somam diferentes pontos. Planos de professor, aulas ministradas e avaliações **dão muitos pontos**, *blog*, tira-dúvidas e tempo de resposta, um pouco menos (PROFES, 2021, grifo original).

Como essas plataformas de divulgação possuem motores de busca dos perfis dos professores, a disposição dos *cards* de professores após cada busca feita pelos alunos, coloca em destaque os perfis de melhores avaliações⁷ e aqueles que são assinantes dos

⁷ As avaliações são pontuadas pelos alunos no final das aulas. Quanto maior a quantidade e a qualidade da avaliação, mais visível será o perfil do professor.

planos de assinatura⁸. Desse modo, as plataformas produzem um ambiente meritocrata, que viabiliza o monopólio dos professores bem avaliados e que são assinantes.

Os *blogs* desses sites reforçam a importância do investimento em *marketing* pessoal, em táticas para atrair alunos, “Dicas de produtividade”; “Como ser um professor particular popular?”; “MEI Professor Particular: conheça as vantagens”; “Quanto posso ganhar com aulas particulares”; “Quando dar aulas particulares?”; “Como alunos escolhem um professor particular”. Schaefer (2020), ao juntar 22 textos contidos nos *blogs* das plataformas Profes e Superprof e realizar a Análise de Conteúdo e Análise Crítica do Discurso⁹ (ACD), concluiu que a representação social do professor por estas plataformas expressa “um docente flexível, com uma didática personalizada a cada aluno, atento ao mercado e à competição por aulas, conectado às novidades tecnológicas e com capacidade de vender a si próprio” (SHAEFER, p. 41, 2020).

Dois exemplos de *marketing* dessas plataformas ilustram a criação da psicosfera dos professores plataformizados:

Jornadas de até 60 horas semanais, empregos acumulados, bicos, nenhum tempo para família, muito menos para exercer atividades de lazer. O professor no Brasil, além de sofrer com a desvalorização da carreira e o desprestígio da profissão, ganha muito pouco. Essa é a dura realidade de grande parte dos profissionais da rede pública de ensino no país. No entanto, apesar de conhecermos a crise educacional vigente no Brasil, sabe-se que a profissão de professor oferece boa empregabilidade. Ou seja, há muitas opções no mercado para quem quer atuar com educação. [...] Reforço escolar, acompanhamento do ano letivo, recuperação, aulas preparatórias para Enem e vestibular, revisão e produção de texto. Você sabia que dar aulas particulares pode ser uma atividade muito rentável? Dar aulas particulares de matérias e conteúdos que você domina é uma excelente maneira de incrementar sua renda no final de cada mês. Na tentativa dos pais em melhorar o desempenho dos filhos na escola, a procura pelo serviço de aulas particulares conheceu um grande crescimento nos últimos anos. Existem professores que chegam a cobrar mais de R\$ 100 por hora/aula (SUPERPROF, 2019).

E aos alunos:

Seja no trabalho, na escola ou nas comunicações cotidianas com nossos amigos e familiares, a internet se tornou uma ferramenta indispensável. E na área da educação não poderia ser diferente!

⁸ As assinaturas disponíveis para professores nas plataformas de divulgação, prometem dar visibilidade aos perfis dos professores assinantes e também consultorias sobre a qualidade do perfil dos professores.

⁹ Para Schaefer, “a articulação destas duas formas de análise nesta pesquisa tem o intuito de triangular informações: em um primeiro momento a coleta de informações através de técnicas quantitativas, formação de classes e, posteriormente, a interpretação destas por meio da consideração de aspectos gerais, expostos na revisão bibliográfica” (SCHAEFER, p. 30, 2020).

Graças à internet, as aulas particulares *online* têm se popularizado cada vez mais no Brasil, e refletem um novo modo de consumir e de oferecer serviços. O que mais atrai neste tipo de curso é sem dúvida alguma as comodidades que ele oferece: flexibilidade de horários, oferta variada de aulas, poder estudar no conforto da sua casa, ter acesso aos melhores professores em todo o país, entre outras. [...] enquanto aluno, você tem a possibilidade de escolher um professor que possa de fato ajudá-lo naquilo que você precisa, seja aprender uma língua, estudar para o vestibular, se preparar para um concurso, etc. (SUPERPROF, 2018).

Fica clara a criação de um ideário, que objetiva demonstrar o quão aproveitável é dar ou ter aulas particulares por meio das novas tecnologias. A demonstração do moderno e inovador a qual a *blog* nos apresenta, definindo a plataforma como algo vantajoso em si, dá sentido à psicoesfera do empreendedor, à psicoesfera da novidade, à psicoesfera do moderno. Esse estímulo orienta o uso das técnicas que, nesse contexto, tem como objetivo reconfigurar as mentes e os desejos a aderirem e acolherem as plataformas de trabalho docente, tanto para serem alunos que veem na praticidade da plataforma o caminho para achar o professor ideal para sanar suas demandas, tanto para serem professores autônomos, donos do seu próprio tempo e do seu próprio negócio.

Considerações finais

O sucateamento da educação e do trabalho docente demonstra ser um processo infundável na formação socioespacial do território brasileiro. Em uma perspectiva histórica, desde a crise do fordismo e a queda das políticas keynesianas, novos ciclos de precarização do trabalho são consolidados. Essa frente de precarização se apoia no aprimoramento dos objetos técnicos, como demonstra a banalização dos celulares e internet móvel que ampara o processo de uberização do trabalho (TOZI, DUARTE & CASTANHEIRA, 2021). Nesse sentido, a novidade tecnológica aqui exposta, é parte de mais uma dessas frentes de precarização em conjunto da criação de um novo nicho do mercado educacional.

Nesse bojo, podemos notar que esse setor analisado delimita novos usos do território brasileiro estabelecidos, majoritariamente, por corporações estrangeiras e hegemônicas do capital. Como vimos, esses agentes necessitam da materialidade do espaço, a tecnoesfera, pois a “rede suporte” que fundamenta a internet é determinante na qualidade do serviço oferecido. Ao mesmo tempo, esses agentes dependem do “espírito” dos sujeitos, a psicoesfera, para a consolidação de seu mercado no território. Essa imaterialidade, contida no território pelo atual espírito da época, é também emanada pelos próprios objetos técnicos que são as plataformas digitais de trabalho docente, a partir de uma psicoesfera do empreendedorismo e da inovação.

Referências

ABÍLIO, L. C. *Uberização: a era do trabalhador just-in-time?* Estudos Avançados, 2020, v. 34, n. 98, p. 111-126. Disponível em:

www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142020000100111 . Acesso em: 07 abr. 2022.

ANTUNES, R. *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020a [2018]. 325p.

BERTOLLO, M. *A capilarização das redes de informação no território brasileiro pelo smartphone*. 2019. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidad de São Paulo, São Paulo, 2019.

doi:10.11606/T.8.2019.tde-11042019-171300. Disponível em:

<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-11042019-171300/es.php> Acesso em: 17 abr. 2022.

BETTEGA, E. T.; MARIN, G.; NETO, P. K. *Os limites da banda larga: o papel da conectividade nos usos das TIC para o desenvolvimento das competências digitais nas escolas públicas brasileiras*. TIC educação: Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Escolas Brasileiras.

BRASIL. *Ministério da Educação eleva o piso nacional dos professores de R\$ 3.845,63 para R\$ 4.420,55*. Ministério da Educação. Notícias. 17 jan. 2023. Disponível em:

<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-da-educacao-eleva-o-piso-nacional-dos-professores-de-r-3-845-63-para-r-4-420-55> Acesso em: 23 mai. 2023.

BROWNE, R. *Europe's first billion-dollar education start-up is a tutoring site backed by SoftBank, Tencent*. Matéria do jornal CNBC. 2021. Disponível em:

<https://www.cnbc.com/2021/06/22/austrian-startup-gostudent-becomes-europes-first-edtech-unicorn.html> Acesso em: 19 mai. 2022

COLEMARX – Coletivo de Estudos em Marxismo e Educação. *Em defesa da educação pública comprometida com a igualdade social: porque os trabalhadores não devem aceitar aulas remotas*. Disponível em: <https://esquerdaonline.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Colemarx-texto-cr%C3%ADtico-EaD-vers%C3%A3o-final-b-1.pdf> Acesso em: 20 jun. 2022.

DARDOT, P; LAVAL, C. *A nova razão do mundo*. São Paulo: Boitempo, 2016.

ÉPOCA NÉGOCIOS ONLINE. *Por que startups de US\$ 1 bilhão são chamadas de unicórnios*. 25 out. 2018. Disponível em:

<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2018/10/por-que-startups-de-us-1-bilhao-sao-chamadas-de-unicornios.html> Acesso em: 18 Jul. 2022.

G1. *Pela 1ª vez na história, graduações à distância têm mais alunos novos do que as presenciais, diz Inep*. G1, [S. l.], 18 fev. 2022. Educação. Disponível em:

<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2022/02/18/pela-1a-vez-na-historia-graduacoes-a-distancia-tem-mais-alunos-novos-do-que-as-presenciais-diz-inep.ghtml> Acesso em: 6 jul. 2022

IKUTA, Camila Yuri Santana. *Manifestações do trabalho em plataformas na educação*. *Revista ciências do trabalho*, [s. l.], n. Nº 21, 1 abr. 2022. Disponível

em:https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiT26vBtuf4AhXOgpUCHbk2C8QFnoECAUQAQ&url=https%3A%2F%2Frcfrct.dieese.org.br%2Findex.php%2Frcfrct%2Farticle%2Fdownload%2F300%2Fpdf&usq=AOvVaw3hLmmgYv6VGBjjKwf_toSb Acesso em: 7 jul. 2022.

MAPA DE QUALIDADE DA INTERNET. *Métrica*: mediana de latência, 2021. <https://qualidadedainternet.nic.br> Acesso em: 10 de maio de 2022.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. *O Brasil*: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, M. *A natureza do espaço*: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2020 [1996].

SANTOS, M. *Técnica, espaço, tempo*. Globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: Edusp, 2013 [1994].

SCHAEFER, B. M. *Sentidos e representações do trabalho docente em sites de professores particulares: entre precarização e liberdade*. Monografia submetido ao curso de graduação em Ciências Sociais, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/215492> Acesso em: 18 mai. 2022

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997 [1911].

SILVA, A. B. da. *São Paulo, produção de informações e reorganização do território brasileiro*. Tese (Doutorado em Geografia Humana). Universidade de São Paulo, São Paulo: 2001. Disponível em: <https://www.ige.unicamp.br/geoplan/professores/adriana-bernardes/textos/>

SIMI. *Plataforma de aulas particulares conta com mais de 350 professores em Minas Gerais*. *Matéria*. Matéria da redação do Sistema Mineiro de Inovação (SIMI) Disponível em: <http://simi.org.br/noticia/Plataforma-de-aulas-particulares-Conta-com-mais-de-350-professores-em-Minas-Gerais> Acesso em: 19 mai. 2022

SLEE, T. *Uberização: a nova onda do trabalho precarizado*. 1ªed, São Paulo: editora elefante, 2017.

SRNICEK, N. *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity, 2016.

SUPERPROF. *Blog We Love Prof*. 16 mai. 2018. Disponível em: <https://www.superprof.com.br/blog/estudar-com-a-ajuda-dos-cursos-por-webcam/> Acesso em: 11 Nov. 2021

SUPERPROF. *Blog We Love Prof*. 26 dez. 2019. Disponível em: <https://www.superprof.com.br/blog/salario-profe-particular/> Acesso em: 11 Nov. 2021

SUPERPROF. *Blog We Love Prof*. 28 mai. 2021. Disponível em: <https://www.superprof.com.br/blog/informacoes-de-anuncio-de-apoio/> Acesso em: 11 Nov. 2021.

SUPERPROF. *Menções Legais*. 2022. Disponível em:
<https://www.superprof.com.br/tcgu.html> Acesso em: 18 Mai. 2022

TOZI, F. *Da nuvem ao território nacional: uma periodização das empresas de transporte por aplicativo no Brasil*. Geosp – Espaço e Tempo (On-line), v. 24, n. 3, p. 487-507, dez. 2020. ISSN 2179-0892. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/geosp/article/view/168573>

TOZI, F.; DUARTE, L.; CASTANHEIRA, G. R. *Trabalho precário, espaço precário: as plataformas digitais de transporte e os circuitos da economia urbana no Brasil*. Ar@cne. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1 de março, vol. XXV, nº 252, 2021. Disponível em:
<https://revistes.ub.edu/index.php/aracne/issue/view/2440> Acesso em: 22 mar. 2021.

TOZI, F.; BOZZI, F. *Empreendedorismo periférico? Motoristas uberizados e lavadores precarizados em lava a jatos nas margens da metrópole*. Indisciplinar, 7(1), 184–219. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/indisciplinar/article/view/37624> Acesso em: 22 mar. 2022.

WOODCOCK, J.; GRAHAM, M. *The gig economy: A critical introduction*. Cambridge: Polity Press, 2020.

* Pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). Participação do evento financiada pela CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior)

Marcus Vinicius Santos Vieira

Graduado em Geografia pela Universidade Federal de São João del-Rei. Atualmente é Mestrando em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais, no Instituto de Geociências (IGC), sob orientação do Prof. Fábio Tozi, e bolsista da FAPEMIG (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais).

Agradecimento à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), que financiou a participação no evento “IV Colóquio Espaço e Economia”, em que este artigo foi apresentado.

UFMG - IGC - Av. Antônio Carlos, 6.627 – Pampulha, CEP: 31270-901, Belo Horizonte - MG

E-mail: marcus-santos-vieira@hotmail.com

Orcid: 0000-0002-7937-7649

Recebido para publicação em janeiro de 2023.
Aprovado para publicação em julho de 2023.