



AS TECNOLOGIAS DIGITAIS NA PRODUÇÃO DE UM SUJEITO UNIVERSITÁRIO ARTISTA¹

THE DIGITAL TECHNOLOGIES IN PRODUCTION OF A UNIVERSITY SUBJECT ARTIST

Antonio Carlos da Costa Nunes (UFMG – accnpsi@yahoo.com.br)

Resumo:

Este trabalho consiste em apresentar alguns achados de uma pesquisa de mestrado que investigou as mídias institucionais de três instituições privadas de ensino superior pertencentes ao grupo Kroton. O argumento da pesquisa é que ao entender as páginas do facebook e do youtube como aparatos discursivos poder-se-á averiguar a incisão dessas materialidades sobre processos de subjetivação do estudante do ensino superior. Nesse sentido, seja o aluno da EaD ou da modalidade presencial, essas tecnologias operam na constituição de um sujeito universitário específico. Os procedimentos metodológicos da pesquisa foram estruturados a partir da análise do discurso na perspectiva do filósofo Michel Foucault. Dentro do universo pesquisado, buscou-se nas instituições publicações no youtube desde o ano de 2008 até 2015. Da mesma maneira, realizou-se o levantamento das postagens no facebook, de 2011 (ano da criação das páginas das três instituições) a 2015, focando nos vídeos das campanhas publicitárias, palestras e postagens que falavam sobre o sujeito universitário. Os resultados da pesquisa demonstraram que estas mídias constituem um dispositivo pedagógico pelo qual se transpõe uma ética empresarial para o espaço educativo, afirmando assim um tipo de ethos necessário para adentrar nos espaços de visibilidade do sucesso. Essas tecnologias ensinam técnicas para o empresariamento de si que passam por um processo contínuo de individualização-exercitação-condução da vida.

Palavras-chave: Tecnologias digitais; Discurso; Sujeito universitário

Abstract:

This work is to present some findings of a master research investigated the institutional media of three private higher education institutions belonging to the group Kroton. The argument of the research is to understand that the pages of facebook and youtube as discursive machines, makes it possible to ascertain the incision these materialities on subjective processes of the higher education student. The methodological procedures of the research were structured from the discourse analysis in the philosopher Michel Foucault perspective. Within this universe of research, he sought on youtube the three institutions published materials from 2008 to 2015. Similarly, there was a survey of posts on facebook, 2011 (year of the creation of the pages of the three institutions) to 2015, focusing on video advertising campaigns, lectures and posts that talked about the university subject. On youtube were analyzed 58 advertising videos, 3 lectures of teachers, 16 videos produced by students or talked about made students. Facebook analyzed 157 posts in mapped years. The survey results showed that these media are a pedagogical device by which spans a business ethics for the educational space, thus affirming a kind of ethos necessary to enter in the success visibility spaces. These technologies teach techniques for entrepreneurship yourself by means of a continuous process of individuation - drilling - driving life.

¹Trabalho desenvolvido com apoio financeiro da CAPES.



Keywords: Digital technology; Speech; University subject

1. Introdução

A opção por inscrever este trabalho no grupo temático *O Estudante da EaD em foco* não se justifica pelo motivo óbvio de que as instituições pesquisadas possuem cursos nesta modalidade. A escolha se deu por outro caminho. Trata-se de conceber as mídias (*facebook* e *youtube*) de três instituições privadas de ensino superior como aparatos discursivos. Nesse sentido, parece procedente compreender essas mídias como tecnologias digitais operantes nos processos de aprendizagem, mas sobretudo, nos processos de subjetivação do estudante do ensino superior.

Na mesma medida, a inscrição no subgrupo *Perfil e necessidades formativas* demonstra um interesse que não converge somente para a descrição de uma tipologia socioeconômica, embora esse elemento seja bastante característico na clientela destas instituições, ou seja, um público beneficiário do Fundo de Financiamento Estudantil (FIES) e do Programa Universidade Para Todos (PROUNI). A ideia de perfil, abre precedente para a descrição da invenção de uma *forma-ser* específica que o discurso criado, copiado e editado, por meio dessas tecnologias digitais faz aparecer.

Este trabalho estrutura-se em três partes, sendo a primeira uma breve descrição do desenho analítico e metodológico da pesquisa, passando por uma caracterização do Grupo educacional pesquisado, uma parte descritiva e analítica e, por último, a conclusão.

2. Um caminho metodológico

A análise das práticas discursivas na perspectiva *foucaultiana* não concebe o discurso como um resultante ideológico que deva ser interpretado, tampouco como um signo no qual é possível desvendar significados implícitos; os discursos são concebidos como dispersão (NALLI, 2005). Isso significa que são “formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade” (BRANDÃO, 2004, p. 32). Dessa forma, a análise das práticas discursivas se dá a partir da busca por enunciados dispersos, visto que “o que permitirá situar um emaranhado de enunciados numa certa organização é justamente o fato de eles pertencerem a certa formação discursiva” (FISCHER, 2001, p. 201). Essa análise busca as regras de formação que possibilitam identificar os enunciados dispersos em sua singularidade, tornando possível chegar à regularidade de determinado discurso:

Trata-se de compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; de determinar as condições de sua existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas correlações com outros enunciados a que pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação excluiu. Não se busca, sob o que está manifesto, a conversa silenciosa de um discurso: deve-se mostrar porque não poderia ser outro, como excluiu qualquer outro, como ocupa, no meio dos outros e relacionado a eles, um lugar que nenhum outro poderia ocupar. A questão pertinente a tal análise poderia ser assim formulada: que singular existência é esta que vem à tona no que se diz e em nenhuma outra parte? (FOUCAULT, 2010, p. 31).





A busca pela dispersão enunciativademandou procedimentos que constituíssem espaços de conexão de uma unidade discursiva. Nesse sentido, o primeiro procedimento se deu pelo mapeamento do campo discursivo e em seguida por sua delimitação, o que determinou o foco em três marcas do grupo e em duas redes sociais. A partir daí o material foi armazenado em um banco de dados e depois transcrito e classificado por: instituição/data/rede social que pertence².

Passando o processo analítico foram utilizadas principalmente duas obras de Michel Foucault: *A arqueologia do saber* e *A ordem do discurso*. Por fim, o que se buscou na análise foi dar um corpo e uma alma a um sujeito constituído por práticas discursivas dispostas nas mídias das instituições de ensino.

3. O gigante da educação superior

Sem a pretensão de descrever a constituição e funcionamento do Grupo Kroton, cabe aqui dizer que ele era, no início, em 1966, um grupo de professores que se juntou para fundar o pré-vestibular Pitágoras. Na década de 70, esse grupo criou seu primeiro colégio em Belo Horizonte, atendendo alunos do ensino fundamental e do ensino médio. Foi somente no ano 2000 que a instituição criou o primeiro curso de ensino superior. O seu processo de expansão foi rápido, sendo que um dos seus passos mais importantes foi a abertura de capital na bolsa de valores (BM&FBovespa), em 2007, sob o nome Kroton Educacional. Com a aquisição da Unopar em 2011 e a associação à Anhanguera em 2013, a Kroton Educacional se tornou uma das maiores instituições privadas do mundo em número de alunos.³

Tornar-se uma empresa de capital aberto significa que o mercado financeiro assume um papel fundamental, ou melhor, um papel diretivo nas ações de uma empresa que tem como finalidade ofertar um produto educacional. Atualmente o Grupo Kroton está entre as vinte corporações mais valorizadas no índice Bovespa, estando na frente de empresas como Lojas Americanas, Tim e Embraer⁴. Dentro da bolsa de valores as empresas de educação encontram-se no setor nomeado Consumo Cíclico, no qual encontram-se empresas dos segmentos de eletrodomésticos, calçados e serviços educacionais. Conforme mostra a figura 1, o Grupo está presente na modalidade EaD em todos estados do Brasil.

²As citações de imagens e textos retirados do facebook e do youtube serão assim apresentadas, correspondendo ao seguinte formato: (U/2014-02/Yt), ou seja, nome da instituição/data/nome da rede social.

³ Fonte: Kroton. Disponível em: <http://www.kroton.com.br/>. Acesso em: 15 de dez. de 2015.

⁴Fonte: Bovespa. Disponível em http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/.



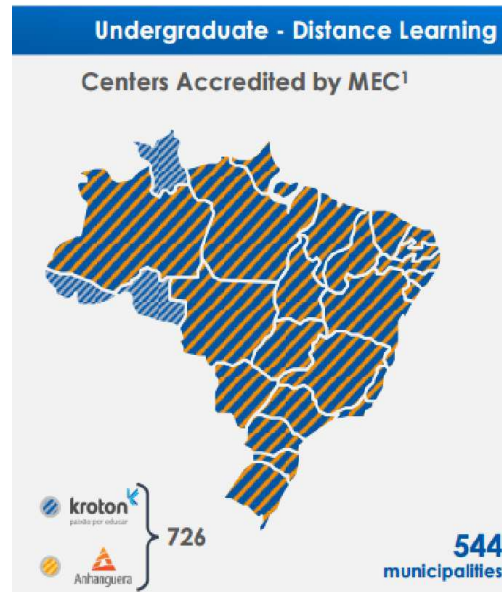


Figura 1 – Presença do Grupo Kroton-Anhanguera nas Unidade da Federação
Fonte: Kroton Educacional

Ao todo são um total de 726 polos de educação a distância distribuídos em 544 municípios em todos estados brasileiros. Em um espaço “continental”, como é o caso do território brasileiro, a tecnologia atua como aliada da instituição, pois, a partir desses recursos a empresa pesquisada constitui certa unidade entre polos esparsos, traz feitos dos alunos e professores dos mais diversos locais e consegue transmitir um discurso em tempos e espaços diversificados.

4. A invenção do sujeito universitário artista

Antes de mais nada é fundamental clarificar as noções de sujeito e de artista pelas quais a pesquisa parte. Com referência ao artista a pesquisa partiu teoricamente de duas concepções sendo a primeira a noção de *mimese* trazida por Platão em *A República*, para quem a ideia de arte e, se ampliada, a de artista não era bem aceita por se tratar de sujeito falseador da realidade. De acordo com o filósofo "a arte de imitar está bem longe da verdade, e se executa tudo, ao que parece, é pelo fato de atingir apenas uma pequena porção de cada coisa, que não passa de uma aparição" (PLATÃO, 1996, p. 457). Com isso, o pensador quer dizer que o artista é aquele que reduz a realidade a partir da sua representação dela afugentando-se da verdade.

Partindo de outra referência mais “positiva” o artista poderia ser visto como aquele capaz de tornar a própria vida uma obra de arte. De constituir a si mesmo uma estética da existência (FOUCAULT, 2008; 2012). Na leitura que Deleuze (1992) faz do trabalho de Michel Foucault, o que está em jogo para ele é compreender:

[...] quais são os nossos modos de existência, nossas possibilidades de vida ou nossos processos de subjetivação; será que temos maneiras de nos constituirmos como “si”, e, como diria Nietzsche, maneiras suficientemente “artistas”, para além do saber e do poder? Será que somos capazes disso, já que de certa maneira é a vida e a morte que estão em jogo? (DELEUZE, 1992, p. 124).



Contudo, as perspectivas supramencionadas serviram como referência à uma terceira margem do rio na qual o sujeito em questão parece ganhar um rosto. Portanto, esse sujeito não é nem o que falseia a verdade, nem aquele que se constitui como artista da própria existência.

Dando continuidade, no que se refere a noção de sujeito

[...] em primeiro lugar, penso efetivamente que não há um sujeito soberano, fundador, uma forma universal do sujeito que poderíamos encontrar em todos os lugares. Penso, pelo contrário, que o sujeito se constitui através das práticas de sujeição ou, de maneira mais autônoma, através de práticas de liberação, de liberdade, como na Antiguidade – a partir, obviamente, de um certo número de regras, de estilos, de convenções que podemos encontrar no meio cultural (FOUCAULT, 2012, p. 284).

A noção de sujeito em Foucault parece então ter pelo menos duas conotações: uma de liberação de si a partir de uma estética, a partir das resistências e outra pela submissão às práticas estabelecidas nas relações entre saber e poder. O caminho assumido na pesquisa foi o de compreender que essas tecnologias digitais operam como práticas que sugerem a constituição de uma forma ser específica.

4.1.A Figurações Artísticas

4.1.1 A repetição do sucesso pelos artistas famosos

Desde os materiais empíricos do ano de 2008 até o ano de 2015 uma regularidade permeava as publicações no *youtube* e as postagens no *facebook*: A recorrência de personalidades famosas e com grande reconhecimento social sendo chamadas a falar nos espaços educacionais. Muitas vezes essas personalidades compareciam em um polo e de lá sua mensagem se transmitia para todo o país por meio das tecnologias digitais. Um exemplo foi a palestra *Segredos de uma carreira de sucesso* proferida pelo cantor e apresentador de televisão Rodrigo Faro que deixa uma pequena mensagem depois no *facebook*: “Faça diferente! Estude e se aperfeiçoe!” (A/22-07-15/Fb). Além dele, na pesquisa, receberam o nome de artista todos os outros famosos que eram chamadas a dar palestras, o que não se resumia com os atores, mas esportistas, empresários e administradores (Geraldo Alkimin, Max Gehringer, Graça Foster, Giba do vôlei, Lars Grael, dentre outros).

Foi em 1998, enquanto participando de uma regata em Vitória/ES, que o iatista brasileiro Lars Grael, medalhista olímpico em Seoul (1988) e Atlanta (1996), pentacampeão sul-americano e 10 vezes campeão brasileiro, sofreu a maior guinada da sua vida. Uma lancha invadiu a área da competição e bateu no barco em que estava o iatista, que teve a sua perna direita decepada pela hélice da embarcação. Mas Lars não desistiu! Voltou a competir, a conquistar excelentes resultados, e hoje é um dos 100 melhores palestrantes do Brasil. #mudeocursodasuavida. Inscreva-se já! (P/23-10-12/Fb).

Toda essa produção pareceu ter algo em comum. Independentemente de quem fale, ou do tempo e do espaço propagado, o sucesso aparece como elemento fundamental dessa discursividade. Além das palestras e das postagens as campanhas publicitárias usam o artista de sucesso para representar a imagem da instituição que além de falarem dos preços das mensalidades, da estrutura institucional, das facilidades de poder estudar em casa com a





educação a distância, junto de outros, reafirmam que "Quem aproveita as oportunidades vai alcançar uma carreira de sucesso!" (A/11-03-14/Fb) ou "O sucesso está em você! Olhe pra frente e crie seu futuro!" (A/11-03-14/Fb).

Ora, chegar ao sucesso pressupõe um movimento que demanda um processo de individualização-exercitação-condução em um movimento constante para atingir esse objetivo (DIAZ, 2015); nesse tipo de narrativa – muito próximo da literatura de autoajuda – “o sucesso e o triunfo têm como fim a felicidade. Eles são o caminho para alcançá-la e garanti-la” (DIAZ, 2015, p. 59). Contudo, aqui a tarefa é mais simples, não sendo possível demonstrar o processo de individualização-exercitação-condução. Mas é possível argumentar que este sujeito se constitui neste espaço a partir de uma posição de sujeito indispensável para adentrar na ordenação discursiva: o sucesso. Ou seja, só será possível adentrar nos espaços de visibilidades dessas mídias o discurso que atender a esse pressuposto.

Aqui se demonstra uma primeira característica dessa posição de sujeito artista: saber jogar um jogo discursivo. Como demonstra Sarah Thorton (2015), ao estudar o artista da arte contemporânea: “Nem é preciso dizer, a ‘obra’ de um artista não é apenas o objeto isolado, mas todo o modo como cada artista joga seu jogo” (2015, p. 11).

4.1.2.A invenção do artista visibilizado

No material empírico analisado foi verificado uma transformação de duas figuras fundamentais na educação: o aluno e o professor⁵. Se no início dos materiais analisados estas figuras apareciam como figura de fundo com o tempo tornam-se figuras centrais.

O vídeo intitulado *Receita de Sucesso de Vanessa Vilela, ex-aluna do Pitágoras*, que inicia com a jovem de olhos verdes, cabelo loiro e liso, vestida com um terninho, sentada em uma cadeira-presidente, dentro do que parece ser o seu escritório. Na descrição abaixo da imagem aparece o nome dela e sua função: empresária. Ela é a protagonista em todo o vídeo, seja selecionando grãos de café ou vestida de branco em um laboratório, dando orientações aos funcionários:

Meu nome é Vanessa Vilela, sou sócia fundadora de uma marca de cosméticos a base de café reconhecida internacionalmente. O que a faculdade tem a ver com meu sucesso? Bom, o modelo acadêmico do grupo em que me formei e que o Pitágoras faz parte é especializado e inovador. E isso me proporcionou uma visão diferenciada e atualizada. E levar isso tão a sério e com resultados consistentes como o Pitágoras faz, poucas conseguem. Isso é fato. Faculdade Pitágoras (P/25-07-13/Yt).

No caso citado acima trata-se de um vídeo publicitário de aproximadamente 30 segundos, no qual uma ex aluna relata as razões de um método de ensino ter sido referência para sua carreira. É importante ressaltar que não se trata de qualquer carreira. Trata-se de uma jovem mulher, bonita, dona da própria empresa e o principal, de uma empresa de sucesso. Parece ser por meio desse sucesso que seu percurso merece ser visibilizado e disseminado nos espaços institucionais virtuais.

Mas não é só no texto publicitário que essa vontade de visibilidade aparece. Cotidianamente são publicados vídeos e postagens dos feitos bem-sucedidos dos alunos, como demonstra a figura abaixo:

⁵Neste trabalho, em virtude do espaço, não será discutido a figura do professor visibilizado, sendo priorizado a figura do aluno por ser ela a mais importante para a pesquisa.





Unopar Universidade

31 de outubro de 2012 · 🌐

Thiago Augusto Pagliari, aluno de Design da Unopar em Londrina, está entre os 10 finalistas do concurso Ford Novos Talentos do Design. Ele concorre a um Ford Ka e uma mesa de desenho digital, no próximo dia 3, no Salão do Automóvel, em São Paulo. Estamos na torcida, Thiago!



Figura 2 – (U/31-10-12/Fb)

Fonte: <https://www.facebook.com/unoparuniversidade>

Como esta e outras centenas de publicações os alunos são convidados a falar de si, dos seus feitos; tornam-se pauta de notícia, fazem deles elementos visíveis. Além dessas estratégias destacam-se *O repórter Giro* na Faculdade Pitágoras em que alunos são entrevistadores dos mais variados temas, mas sobretudo a criação de *webseries* como a série *Meu sonho olímpico*, que nada mais é que um *reality show* em que os alunos competem para conseguir uma vaga para cobrir as olimpíadas.

Mas de todas, a que parece mais interessante trazer agora como ilustração de um artista inventado é a *websérie da Anhanguera*. Trata-se do *Projeto Juan*, um jovem de 18 anos, estudante do curso de engenharia, que apresenta um projeto para acessibilidade de cegos. O narrador da *websérie* assim se refere a ele: "A história do Juan, o aluno da Anhanguera com projeto que pode transformar a vida de muita gente" (narrador/ep. 1/Juan/Yt). O aluno relata: "[...] me senti muito feliz, muito feliz em saber que um projeto de vida meu ia se tornar realidade..." (Juan/ep. 1/Juan/Yt). Nas cenas iniciais, o estudante é recebido com aperto de mãos e tapa nas costas pelo coordenador do curso e por um professor que lhe dará as devidas orientações. Tanto Juan quanto os professores são enfáticos em afirmar que o sentido da teoria é sua destinação prática:

Nessas últimas semanas que eu tenho me dedicado bastante ao estudo eu consigo visualizar o projeto sobre outro ponto de vista, né? Eu posso desenvolver ele com mais certeza, né? Menos tentativa, mais acerto [...] a teoria serve pra isso (A /Ep. 2/Juan/Yt).

A Anhanguera tem essa [...] essa preocupação e a responsabilidade de dar cidadania para o aluno. Ele começa a pensar e agir (A/coordenador/Ep. 6/Juan/Yt).





A última cena é destinada à testagem do protótipo desenvolvido dentro do projeto. Para encurtar a trama, deu tudo certo; Juan consegue comprovar a sua teoria na prática. Eis a sequência de falas que acompanham o feito: Juan diz: “[...] meu pai entrou na loja; daqui a pouco ele sai com aquela camisa amarelo ouro e levanta pra mim, foi um sinal de sucesso, aquilo lá foi uma bandeira de que meu projeto pode ajudar uma pessoa” (A/Ep.08/Jun/Yt). Muda-se a cena e ele aparece com os dois professores, que o esperam em uma mesa. Ele se senta na cabeceira e diz: “Senhores” (risos); em seguida diz: “Sucesso!”, olhando para o coordenador. Os dois batem no ombro dele, parabenizando-o. Depois aparece o coordenador dizendo: “Sucesso total... funcionou o projeto do Juan, o que ele previu aconteceu... então ele conseguiu partir do zero, do projeto que era somente uma ideia, para finalizar no projeto funcionando” (A/Ep.08/Jun/Yt). Para completar, a fala do orientador:

É emocionante (emociona-se)... o projeto Juan foi apenas um exemplo pra que outras pessoas possam olhar e falar assim: eu também posso. Eu também quero. Quem quer construir seus sonhos nós estamos aqui para isso (A/Ep.08/Jun/Yt).

O jovem Juan passa de um aluno com boas ideias à um aluno referência, seguido pelos colegas, seguido por fãs. Juan é um exemplo de uma posição de sujeito indispensável a qualquer um que queira adentrar nessa ordenação discursiva. Conforme afirma Foucault (2010), se trata de

um lugar determinado e vazio, que pode efetivamente ser ocupado por indivíduos diferentes; mas esse lugar, em vez de ser definido uma vez por todas e de manter uniforme ao longo de um texto, de um livro ou de uma obra, varia – ou melhor, é variável o bastante para poder continuar, idêntico a si mesmo, através de várias frases, bem como para se modificar a cada uma (p.107).

É por meio das tecnologias digitais que se afirma uma posição de sujeito necessária para ser visto: é preciso ser artista! Ser artista nesse sentido, é ser dotado de um conjunto de características performáticas, dominar códigos, palcos para estar sob as luminárias. Ao mesmo tempo essas tecnologias são o próprio espaço que comporta esse tipo de *ethos* desejado. Nas palavras de Stephen Ball (2010),

[...] dentro do quadro da performatividade, acadêmicos e professores são representados e encorajados a pensar sobre si mesmos como indivíduos que calculam a si mesmos, que agregam valor a si mesmos, que melhoram sua produtividade, que vivem uma existência de cálculo (p. 51).

Portanto, não parece passar outras possibilidades de condução da vida, outras formas de condução ética que não estejam atreladas em uma performatividade, aqui trazida com a referência ao sucesso.

5. Conclusão

A proposta deste trabalho foi trazer parte dos resultados de uma pesquisa. Seria ainda necessário apontar outros membros que compõem o corpo desse sujeito universitário. Aqui foi trabalhado apenas uma parte. Os achados da pesquisa completa demonstraram que essa posição de sujeito artista é ofertada para todos, mas somente os aderentes às técnicas





de disciplinamento e controle do corpo e da alma poderão adentrar nos espaços de visibilidade.

Por onde foi possível caminhar, o que se quis demonstrar é o quanto as tecnologias digitais servem como aparato para alocação de um discurso, ao mesmo tempo em que esse discurso é constituinte de formas de subjetivação, formas de viver e de se constituir a vida. Caminhando com Thompson (2011), pode-se afirmar que as tecnologias digitais estudadas, ou seja, as redes sociais das instituições privadas de ensino superior propiciam:

[...] uma nova forma de visibilidade – ou, para ser mais preciso, novas formas de visibilidade – cujas propriedades específicas variam de um meio para o outro. Nessas novas formas de visibilidade mediada⁶, o campo de visão já não está mais restrito pelas propriedades espaciais e temporais do aqui e agora e sim moldado, em vez disso, pelas propriedades características dos meios de comunicação, por uma série de considerações sociais e técnicas tais como os ângulos da câmera, processos de edição, interesses e prioridades organizacionais e pelos novos tipos de interação que esses meios possibilitam. Nosso campo de visão também é moldado pelo fato de, na maioria dos meios de comunicação, o visual não ser uma dimensão sensorial isolada e sim estar normalmente acompanhado pela palavra e pela frase escrita – é o audiovisual ou o texto-visual. Ver nunca é “visão pura”; ver está sempre moldado por um conjunto mais amplo de premissas e arcações culturais e pelas deixas faladas e escritas que geralmente acompanham a imagem visual e dão forma à maneira pela qual as imagens são vistas e compreendidas (p. 13).

Esses aparatos discursivos geram novas formas de ver e de ser visto. Criam condições para essa visibilidade. Contudo, nas mídias das instituições privadas, para ser visto ou para ser falado, o sujeito universitário precisa ser artista. Conforme discutido no tópico 4 não se trata de um artista envolto com a arte da existência, mas um artista que domina códigos que servem como decifração para o sucesso, ao mesmo tempo em que só se pode ser artista nesses espaços àqueles que em alguma medida tenham demonstrado que foram capazes de realizar feitos bem-sucedidos. Nesse sentido, a pesquisa vai de encontro com um discurso institucional que visa constituir formas específicas de ser sujeito e, mais do que isso, que afirma uma *forma-ser* determinante para a entrada nesses espaços midiáticos, servindo como prescrição – aos que quiserem ser vistos – seja para os alunos ou futuros alunos.

Emerge então uma pergunta: nessas mídias há espaço para os fracassados? Os achados da pesquisa demonstraram que não são visibilizados os alunos que desistem, os que formam e continuam nas mesmas funções laborais, os que perdem o sono mas no final o salário não aumenta... Parece óbvio quando o foco da pesquisa são as mídias institucionais que têm uma missão muito semelhante à tarefa publicitária. No entanto, mais do que o aspecto da venda de um produto educacional a tarefa foi compreender o quanto essas tecnologias digitais operam como dispositivos pedagógicos.

Isso quer dizer que há uma necessidade de investigação das tecnologias digitais a partir do seu uso, dos seus recursos didáticos/pedagógicos, mas também como espaços de produção de verdades. Todos esses procedimentos circundam o aluno da educação a

6 O autor aponta três tipos de interação comunicacional: face a face, quase-interação mediada e interação mediada. “As interações mediadas implicam no uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc) que possibilitam a transmissão de informações e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos” (THOMPSON, 2011, p. 121).





distância, mas, que a partir da virtualidade, faz-se instrumento formativo e de verificação para qualquer um que adentre nesses espaços, sendo estudantes ou não.

6. Referências Bibliográficas

Anhanguera Educacional. *Figura 10* - (A/02/09/14/Fb). Disponível em: <https://www.facebook.com/AnhangueraEdu/photos/ms.c.eJw9kVmSRTEIQnfUZTBO~99Y36i8z1OCEBNWaUf8iqnI~YtliVPuSc5vjppaPhqarohlaOuNfITrg36Nniv1V9ovQp48UG8YBtl6n5E9nh~hy6E917uc8vxWPz7D1Je0~rBP~fD2h4ye~yGTLyBXz92Wv0KvDzYPOM2nyNn668vf5d5cknzf~vzlad8veX9cG2b~nXww3~o~Tga57218H9x6HtTH3EfYN~p~E~ybs8~oz867Sf9Xr1n~AcFRdik~.bps.a.759850917386349.1073741838.263926226978823/759852570719517/?type=1&permPage=1>. > Acesso em: 02 de julho de 2014.

Anhanguera Educacional. *Post Rodrigo Faro* (A/22-07-15/Fb). Disponível em: <https://www.facebook.com/AnhangueraEdu/videos/922841201087319/>. Acesso em: 25 de agosto de 2015.

Anhanguera Educacional. *Projeto Juan* (A/Ep.1 a 08Yt). < Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vbNSu7KUH Bs>>. Acesso em: 28 de outubro de 2014.

BALL, Stephen J. Performatividades e fabricações na economia educacional: rumo a uma sociedade performativa. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, n. 35, v. 2, p. 37-55, mai.-ago. 2010. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealida/de/article/view/15865/9445>>. Acesso em: 01 de agosto de 2015.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 2. ed. rev. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2011.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Trinta e Quatro, 1992.

Faculdade Pitágoras. *Receita de sucesso de Vanessa Vilela*(P/25-07-13/Yt). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LEqEpKD1BIM>>. Acesso em 25 de março de 2014.

FISHER, R.M.B. Foucault e a Análise do Discurso em Educação. *Cadernos de Pesquisa*, n 114, p. 197-223, novembro, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n114/a09n114.pdf>> Acesso em: 02 de julho de 2005.

FOUCAULT, M. *A Arqueologia do Saber*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.

_____. *A ordem do discurso*. 22. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

NALLI, M. *Sobre o Conceito Foucaultiano de "Discurso"*. In: ORLANDI, L. *A diferença*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, p.151-167, 2005.

PLATÃO, F. *A república*. São Paulo: Martin Clare, 1996.



THORTON, Sarah. *O que é um artista?* Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

THOMPSON, J. B. *Mídia e Modernidade*. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

Universidade do Norte do Paraná (Unopar). *Figura 2* – (U/31-10-12/Fb). Disponível em:
<<https://www.facebook.com/unoparuniversidade/photos/a.302320453112364.87567.301018296575913/519688344708906/?type=1>> Acesso em: 02 de dezembro de 2013.

