
Predatory Private Institutions: a theoretical essay on distance lato sensu postgraduate marketing

Instituições Privadas Predatórias: um ensaio teórico sobre a mercadologia de pós-graduação lato sensu EaD

Received: 10-07-2024 | Accepted: 12-08-2024 | Published: 16-08-2024

Elias Márcio Tavares

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-5516-4283>
Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG, Brasil
E-mail: elias.tavares@alunos.unis.edu.br

Nilton dos Santos Portugal

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3626-3828>
Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG, Brasil
E-mail: nilton@unis.edu.br

Alessandro Ferreira Alves

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6163-1285>
Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG, Brasil
E-mail: alessandro.alves@professor.unis.edu.br

Lucas Rosa Paiva

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1099-6174>
Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG, Brasil
Email: lucas.paiva2@alunos.unis.edu.br

ABSTRACT

This study investigates the presence of predatory marketing in distance education institutions offering lato sensu postgraduate courses, exploring sales strategies, absence of human mediation in the educational process, and disregard for educational legislation. The analysis reveals a worrying prioritization of student recruitment at the expense of educational quality, compromising their holistic development. These practices, characterized by non-transparent advertising, lack of clarity, and unrealistic promises, undermine the credibility of institutions and hinder students' academic and professional development. A reflection on the importance of the presence of the teacher as a mediator in the learning process is presented, emphasizing the need to ensure the training of qualified professionals to meet market demands. The emphasis on asynchronous teaching materials highlights an instrumental and dehumanized approach to education, underscoring the need to rethink educational practices in distance learning.

Keywords: Distance Postgraduation; Educational Quality; Predatory Institutions.

RESUMO

Este estudo investiga a presença da mercadologia predatória em instituições de pós-graduação lato sensu EaD, explorando estratégias de venda, ausência de mediação humana no processo formativo e descon siderações em relação à legislação educacional. A análise revela uma preocupante priorização da captação de estudantes em detrimento da qualidade educacional, comprometendo a formação integral dos mesmos. Essas práticas, caracterizadas por publicidade não transparente, falta de clareza e promessas irreais, enfraquecem a credibilidade das instituições e prejudicam o desenvolvimento acadêmico e profissional dos alunos. Uma reflexão sobre a importância da presença do professor como mediador no processo de aprendizagem é apresentada, destacando a necessidade de garantir a formação de profissionais qualificados para atender às demandas do mercado. A ênfase em materiais didáticos assíncronos evidencia uma abordagem instrumental e desumanizada do ensino, ressaltando a necessidade de repensar as práticas educacionais na modalidade EaD.

Palavras-chave: Instituições Predatórias; Pós-graduação a Distância; Qualidade do Ensino.

INTRODUÇÃO

Este artigo configura-se como um ensaio teórico, de caráter exploratório, focado na análise crítica das práticas mercadológicas e pedagógicas adotadas por instituições privadas que oferecem cursos de pós-graduação lato sensu na modalidade de educação a distância (EaD) no Brasil. A escolha pelo ensaio teórico deve-se à necessidade de se estabelecer um arcabouço conceitual robusto que permita uma compreensão aprofundada do fenômeno em estudo, embasado em revisão de literatura relevante e em uma reflexão crítica sobre as práticas observadas no campo educacional. Segundo Meneghetti (2011), Em vez de objetivos gerais e específicos, justificativas, fundamentação teórica, metodologia definida para coleta e análise de dados, e conclusões, o ensaio teórico se orienta não pela busca de respostas e afirmações verdadeiras, mas pelas perguntas que incentivam reflexões mais profundas. O autor ainda destaca que respeitar a concepção original do que é um ensaio implica entender sua importância para a formação do conhecimento na atualidade. O empirismo, o racionalismo, o positivismo e outros conhecimentos que sustentam a base da ciência tradicional de hoje surgiram por meio de vários ensaios de pensadores e intelectuais (Meneghetti, 2011).

Logo, as perguntas fundamentais que orientam este ensaio são: quais são as características da mercadologia predatória nas instituições de pós-graduação lato sensu EaD? Como se dá a construção dessa mercadologia? Quais elementos estão presentes no movimento de construção dessa prática? E quais são as relações entre essa mercadologia e a administração educacional? Mais do que a busca por respostas por essas perguntas, este ensaio teórico busca explorar as razões da necessidade desses questionamentos serem feitos.

O objetivo deste estudo é realizar uma análise crítica das práticas mercadológicas e pedagógicas adotadas por instituições privadas na oferta de cursos de pós-graduação lato sensu EaD, com o intuito de identificar características predatórias e avaliar o impacto dessas práticas na qualidade do ensino. Pretende-se, assim, contribuir para o debate acadêmico sobre a regulação e a qualidade da educação a distância no Brasil, propondo reflexões que possam orientar políticas públicas e práticas institucionais voltadas para a melhoria da qualidade educacional.

Para a realização desta pesquisa, adotou-se uma abordagem metodológica qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, conforme os princípios delinEaDos por

Minayo; Deslandes e Gomes (2003) em "Pesquisa social: teoria, método e criatividade". A metodologia qualitativa permite uma compreensão aprofundada dos fenômenos sociais a partir da análise interpretativa das informações coletadas, focando-se na subjetividade e na complexidade dos dados.

Inicialmente, realizou-se uma busca em órgãos analíticos renomados, como o Instituto SEMESP e a Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES), para obter dados relevantes e atualizados sobre a educação a distância (EaD) no Brasil. Complementando essa busca, foram consultadas bases legais, especificamente a Resolução CNE/CES nº 1, de 6 de abril de 2018, que regulamenta os cursos de pós-graduação lato sensu no país. Essas fontes documentais forneceram um quadro contextual e normativo essencial para a análise.

Em seguida, utilizando o navegador Google Chrome, foi realizada uma pesquisa pelo termo "Pós-graduação EaD" com o objetivo de identificar resultados patrocinados de instituições privadas que oferecem essa modalidade educacional. A escolha por analisar os resultados patrocinados se justifica pela visibilidade online dessas instituições e pela possível relação com práticas mercadológicas agressivas.

Das páginas de divulgação acessadas, foram examinados os preços e a metodologia avaliativa apresentada pelas instituições. Para a seleção das instituições a serem analisadas mais profundamente, foram escolhidas as cinco primeiras instituições listadas nos resultados da busca.

Posteriormente, foi analisada a reputação dessas instituições em um site específico de reclamações, avaliando a recorrência e natureza das queixas apresentadas pelos alunos. A análise concentrou-se em identificar padrões de queixas relacionadas à qualidade do ensino, suporte ao aluno e transparência das informações.

Esse conjunto de métodos, alinhado à abordagem qualitativa proposta por Minayo; Deslandes e Gomes (2003), permitiu uma análise abrangente das práticas mercadológicas e pedagógicas adotadas por instituições privadas de pós-graduação lato sensu na modalidade EaD. Tal abordagem proporciona uma base integral para a reflexão crítica sobre a qualidade e os desafios dessa modalidade de educação no Brasil, ressaltando a importância de um olhar atento às nuances e complexidades dos dados coletados em função dos questionamentos apresentados como norteadores deste ensaio teórico.

É importante destacar que, embora o aspecto predatório seja predominante, não é exclusivo no cenário da educação a distância. Existem instituições genuinamente

comprometidas com a qualidade do ensino EaD e com a satisfação dos alunos. No entanto, para atender especificamente ao propósito deste ensaio teórico, as instituições que apareceram nos resultados de buscas patrocinadas e não foram consideradas predatórias, conforme os critérios estabelecidos em comparação interpretativa da Resolução CNE/CES nº 1, de 6 de abril de 2018, e do Código de Defesa do Consumidor, foram excluídas da análise. Essa exclusão foi realizada com o intuito de focar na investigação das práticas mercadológicas predatórias que podem comprometer a qualidade da educação a distância, conforme discutido neste ensaio teórico.

Contextualização da Educação a Distância no Brasil

A educação a distância (EaD) tem ganhado destaque no cenário educacional brasileiro, especialmente nas últimas décadas, impulsionada pelo avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs). A EaD se apresenta como uma solução viável para a democratização do acesso ao ensino superior e à formação continuada, permitindo que estudantes de diferentes regiões e contextos socioeconômicos possam prosseguir com sua educação de forma flexível e acessível.

Landim (1997) estabelece uma diferença entre ensino e educação a distância. O autor apresenta que:

O termo ENSINO está mais ligado às atividades de treinamento, adestramento, instrução. Já o termo EDUCAÇÃO refere-se à prática educativa e ao processo ensino-aprendizagem que leva o aluno a aprender a aprender, a saber pensar, criar, inovar, construir conhecimentos, participar ativamente de seu próprio conhecimento (Landim, 1997, p. 10).

No entanto, observa-se que muitas instituições privadas que oferecem cursos de pós-graduação lato sensu na modalidade EaD têm priorizado uma abordagem mais voltada para o "ensino" a distância, em detrimento da verdadeira "educação" a distância. Este enfoque excessivamente instrucional pode ser atribuído às práticas mercadológicas predatórias, onde o objetivo principal é atrair o maior número possível de matrículas através de promessas de certificação rápida e fácil acesso ao mercado de trabalho, sem o devido compromisso com a profundidade e a qualidade do processo educativo.

Costa (2017) argumenta que a educação a distância (EaD) abrange uma ampla gama de cursos, incluindo técnicos, profissionalizantes, de aperfeiçoamento, de graduação e pós-graduação, entre outros. Trata-se de uma forma de ensino-

aprendizagem mediada por Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que permitem que o professor e o estudante estejam em ambientes físicos diferentes. A flexibilidade proporcionada pela EaD não só democratiza o acesso ao ensino, mas também possibilita que os alunos conciliem seus estudos com outras responsabilidades, promovendo uma autonomia maior no processo de aprendizado.

A crítica central aqui reside no fato de que o ensino, entendido como mera transmissão de informações e técnicas, não promove o desenvolvimento integral do aluno. Em contrapartida, a educação, conforme definida por Landim, envolve um processo mais holístico que estimula a capacidade crítica, a criatividade e a participação ativa do aluno na construção de seu próprio conhecimento.

A Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (2023) apresentou que, de acordo com dados do Censo da Educação Superior, divulgado pelo Ministério da Educação (MEC), o número de cursos na modalidade EaD ofertados no País aumentou 700% nos últimos dez anos, saindo de 1.148 em 2012 para 9.186 em 2022. Contudo, a ABMES expressa a preocupação em relação ao número de cursos em função da qualidade do ensino, evidenciando, ainda, que “o crescimento na quantidade de matrículas a distância é expressivo, passando de 1.113.850 em 2012 para 4.330.934 em 2022, um aumento de 289%” (Jornal de Brasília, 2023, S/P).

A ABMES destaca a preocupação com a qualidade educacional frente à massificação dos cursos EaD. Esse aumento vertiginoso na oferta e na matrícula de cursos a distância pode comprometer a qualidade do processo ensino-aprendizagem se não for acompanhado por medidas rigorosas de controle e garantia de qualidade. A educação não deve ser tratada meramente como um produto a ser consumido em larga escala, mas sim como um processo complexo e contínuo que exige infraestrutura adequada, formação qualificada de docentes, suporte pedagógico, e um currículo bem estruturado que atenda às necessidades dos alunos.

Expansão do Mercado de Pós-Graduação Lato Sensu EaD

A oferta de cursos de pós-graduação lato sensu na modalidade EaD tem crescido exponencialmente, particularmente em instituições privadas. Esses cursos, que visam atender à demanda por especializações rápidas e práticas, prometem capacitação profissional em diversas áreas do conhecimento. Contudo, essa proliferação de cursos não é sempre acompanhada pela garantia da qualidade educacional. Muitas vezes, o

foco excessivo no viés comercial resulta em práticas predatórias, onde o marketing agressivo e a promessa de rápida obtenção de certificação se sobrepõem à qualidade pedagógica e ao desenvolvimento crítico dos alunos.

O Instituto SEMESP (2021) apresenta estatisticamente que houve um crescimento significativo das matrículas em cursos de especialização na modalidade EaD em comparação com a modalidade presencial. Segundo o SEMESP, a modalidade EaD registrou um crescimento de 19,6% nas matrículas de especialização em relação a 2018 e de 168% em relação a 2016. Atualmente, os cursos EaD representam 36,3% das matrículas em especialização. Em contraste, os cursos presenciais apresentaram um crescimento de apenas 0,4% de 2018 para 2019 e de 44,7% no comparativo com 2016, concentrando atualmente 63,7% das matrículas em especialização. No geral, o número total de matrículas em cursos de pós-graduação cresceu 6,6% de 2018 para 2019, com um salto de 73,8% no comparativo com 2016.

Comparando com os dados da ABMES, que mostraram um aumento de 700% no número de cursos EaD e 289% nas matrículas, fica evidente uma tendência de massificação da EaD, especialmente na pós-graduação lato sensu. Essa rápida expansão, embora promova maior acesso à educação, levanta preocupações quanto à qualidade do ensino. O crescimento quantitativo não deve comprometer a profundidade e a eficácia do processo educativo. Enquanto os cursos presenciais ainda predominam e apresentam crescimento mais cauteloso, a expansão explosiva da EaD deve ser acompanhada de medidas rigorosas de controle de qualidade. Para garantir que os cursos de especialização¹ oferecidos na modalidade EaD mantenham altos padrões educacionais, é essencial implementar políticas regulatórias robustas, avaliações contínuas e um compromisso genuíno com a excelência pedagógica.

Problemas Associados à Mercadologia Predatória em Instituições Privadas

A mercadologia predatória no contexto da pós-graduação lato sensu EaD refere-se a estratégias de marketing que priorizam a captação de alunos em detrimento da qualidade do ensino. Essas estratégias incluem publicidade enganosa, falta de

¹ De acordo com a Resolução CNE/CES nº 1, de 6 de abril de 2018, os cursos denominados especializações são os cursos de pós-graduação lato sensu, incluindo MBAs's, mas não incluindo os cursos ditos "especialidades". Portanto, o termo "especialização" poderá ser interpretado como equivalente à pós-graduação lato sensu.

transparência sobre a carga horária e o conteúdo programático dos cursos, bem como promessas irreais de empregabilidade e ascensão profissional. Tais práticas resultam em uma formação superficial, que muitas vezes não atende às expectativas dos alunos e ao mercado de trabalho, comprometendo a credibilidade da instituição e a qualidade do ensino ofertado.

As estratégias de vendas, precificações e concorrência

As estratégias de vendas observadas nos sites das instituições de ensino a distância (EaD) analisadas incluem uma série de técnicas agressivas de marketing, com o objetivo principal de atrair o maior número possível de alunos, muitas vezes em detrimento da qualidade do ensino oferecido. Uma das táticas mais comuns é a exibição de grandes pôsteres e banners em destaque nas páginas iniciais dos sites, que enfatizam descontos significativos e um preço final extremamente baixo. Essas ofertas frequentemente prometem reduções drásticas nas mensalidades, criando um senso de urgência e atratividade, incentivando os potenciais alunos a se inscreverem rapidamente.

Além dos descontos e preços baixos, outra estratégia fundamental observada é o patrocínio nos resultados de busca do Google Chrome. As instituições competem ferozmente pelos primeiros lugares nos resultados patrocinados, utilizando palavras-chave específicas e investimentos substanciais em publicidade paga para garantir maior visibilidade. Essa prática predatória visa garantir que suas ofertas sejam as primeiras a serem vistas pelos usuários que pesquisam por "Pós-graduação EaD", independentemente da qualidade real dos cursos oferecidos.

Essas estratégias de patrocínio não apenas aumentam a visibilidade das instituições, mas também criam uma falsa percepção de credibilidade e superioridade. Ao aparecerem nos primeiros lugares das buscas, essas instituições ganham a confiança dos usuários, que muitas vezes associam essa posição de destaque à qualidade do curso. No entanto, essa visibilidade é, na maioria das vezes, comprada, e não reflete necessariamente a qualidade do ensino ou a reputação acadêmica da instituição.

Além disso, essas instituições frequentemente utilizam técnicas de persuasão como promessas de rápida empregabilidade e ascensão profissional, que são destacadas em seus materiais promocionais. Essas promessas muitas vezes são irreais e não são sustentadas por dados concretos ou evidências sobre a qualidade e eficácia dos

programas oferecidos. A falta de transparência sobre a carga horária, o conteúdo programático e a qualificação dos docentes são outra prática comum, deixando os alunos desinformados sobre o que realmente estão adquirindo.

Kotler (1998) define que:

Marketing é um processo social e gerencial pelo qual o indivíduo e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros. Esta definição de marketing baseia-se nos seguintes conceitos centrais: necessidade, desejos e demandas; produtos (bens, serviços e ideias), valor, custo e satisfação; troca e transações; relacionamentos e redes; mercados; e empresas e consumidores potenciais”. (Kotler, 1998, p. 27)

No entanto, ao analisar como o marketing tem sido utilizado no contexto da educação a distância, especialmente na pós-graduação lato sensu, percebe-se uma distorção significativa desses princípios. As estratégias de marketing adotadas pelas instituições de EaD frequentemente desvirtuam o conceito original de Kotler, priorizando a captação de alunos em detrimento da criação de valor genuíno e da satisfação das necessidades educacionais dos consumidores. Ao invés de focar na troca justa de produtos de valor, essas instituições muitas vezes recorrem a publicidade enganosa e práticas predatórias, como descontos ilusórios e promessas irreais de empregabilidade. Isso transforma o processo de marketing em uma ferramenta de manipulação, ao invés de um meio para atender às demandas educacionais legítimas.

Aspectos legais: responsabilidades sociais das instituições

O Código de Defesa do Consumidor (Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990), descreve algumas práticas que foram identificadas nas instituições, destacando-se duas delas: Indução ao Erro e; Afirmção Falsa e Enganosa.

Art. 37. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (Brasil, 1990).

Quando abordar a questão da indução ao erro no contexto das estratégias de vendas, nota-se que as instituições predatórias na área da educação a distância frequentemente utilizam informações enganosas ou ambíguas para atrair potenciais alunos. Por exemplo, podem exagerar os benefícios de seus cursos, prometendo

oportunidades de emprego ou crescimento profissional que não são garantidas. Isso pode levar os consumidores a tomar decisões baseadas em expectativas irreais, resultando em decepção e insatisfação quando não conseguem alcançar as promessas feitas.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços: Pena - Detenção de três meses a um ano e multa (Brasil, 1990).

Quanto à afirmação falsa e enganosa, é comum encontrar instituições predatórias que divulgam informações inverídicas ou enganosas sobre seus cursos, como falsas taxas de empregabilidade dos ex-alunos, conteúdo programático exageradamente valorizado ou não cumprido, ou mesmo a não divulgação clara dos custos totais envolvidos no curso. Essas práticas enganosas podem levar os consumidores a fazer escolhas com base em informações distorcidas, comprometendo sua capacidade de tomar decisões informadas e prejudicando sua experiência educacional.

A Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996 destaca, ainda, a Concorrência Desleal:

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem;

II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem;

III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;

IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos;

V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências;

VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento;

VII - atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve;

VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave;

IX - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem;

X - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador;

XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato;

XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude; ou

XIII - vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto de patente depositada, ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial, como depositado ou patentEaDo, ou registrado, sem o ser;

XIV - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa (Brasil, 1996).

No que se refere à concorrência desleal, é comum que as instituições predatórias adotem práticas que visam prejudicar seus concorrentes de maneira injusta. Isso pode incluir difamação de outras instituições, disseminação de informações falsas sobre a concorrência, ou até mesmo a imitação de estratégias bem-sucedidas de outras instituições de forma desonesta. Essas táticas não apenas prejudicam a reputação das instituições concorrentes, mas também criam um ambiente comercial desleal e antiético.

A Resolução nº 1 de 6 de abril de 2018, que estabelece diretrizes e normas para a oferta de cursos de pós-graduação lato sensu denominados cursos de especialização, no âmbito do Sistema Federal de Educação Superior, serve como uma base normativa importante para o presente estudo. Esta resolução define os cursos de especialização como programas de nível superior de educação continuada, com o objetivo de complementar a formação acadêmica, atualizar competências técnicas e desenvolver novos perfis profissionais. Ela também estabelece que tais cursos podem ser oferecidos presencialmente ou a distância, desde que observadas as legislações e normas aplicáveis a cada modalidade, bem como o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) das instituições ofertantes (Brasil, 2018).

No entanto, ao observar as práticas das instituições de ensino, especialmente no contexto da pós-graduação lato sensu EaD, é possível identificar contrariedades entre o que preconiza a Resolução e o que é observado na realidade. Por exemplo, algumas instituições podem não oferecer uma carga horária real ofertada compatível com o exigido pela resolução, ou podem não contar com um corpo docente devidamente

qualificado, como requerido. Além disso, questões como transparência na divulgação das informações sobre os cursos, qualidade do material didático e infraestrutura para o ensino a distância também podem ser áreas onde as práticas das instituições podem não estar em conformidade com os padrões estabelecidos pela legislação.

Um aspecto importante a ser considerado é que, devido ao tamanho reduzido da resolução, algumas de suas disposições podem ser interpretadas de maneiras diversas, abrindo margem para interpretações que podem ser exploradas por instituições de má-fé. Por exemplo, a resolução pode não ser explícita o suficiente em relação a certos aspectos, como critérios específicos para avaliação da qualidade do ensino a distância, deixando espaço para que instituições menos escrupulosas possam operar de forma questionável dentro dos limites da lei.

Portanto, enquanto a Resolução nº 1/2018 estabelece um quadro regulatório para a oferta de cursos de especialização, é evidente que existem lacunas e ambiguidades que podem ser exploradas por instituições predatórias. Isso ressalta a importância de uma supervisão regulatória eficaz, bem como de uma constante revisão e atualização das normas, a fim de garantir que a qualidade da educação a distância seja mantida e que os interesses dos consumidores sejam protegidos

A Resolução nº 1, de 6 de abril de 2018, em comparação com sua predecessora, a Resolução CNE/CES nº 1, de 8 de junho de 2007, deixou de mencionar o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) como uma atividade obrigatória para os cursos de especialização. O TCC é uma parte essencial da formação acadêmico-científica dos estudantes, pois proporciona a oportunidade de desenvolver habilidades de pesquisa, análise crítica e produção de conhecimento em um campo específico de estudo.

O apelo mercadológico utilizado pela ausência do TCC obrigatório pode transmitir a sensação de objetividade e praticidade, mas pode comprometer a qualidade e a profundidade da formação oferecida. A ausência da exigência do TCC pode ter influenciado na busca por uma formação mais rápida e automatizada, voltada para atender às demandas do mercado de trabalho de forma imediata. No entanto, essa abordagem pode ter consequências negativas no desenvolvimento do conhecimento científico por parte dos discentes. A realização do TCC não apenas aprofunda o entendimento do aluno sobre um tema específico, mas também estimula a reflexão crítica, o debate acadêmico e a produção de conhecimento original.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) em seu Art. 52º, sublinha que as universidades são instituições pluridisciplinares voltadas para a formação de quadros

profissionais de nível superior, pesquisa, extensão e cultivo do saber humano, caracterizadas pela produção intelectual sistemática sobre temas e problemas relevantes, tanto do ponto de vista científico quanto cultural. Essa diretriz fundamenta a importância de um ensino de qualidade que vai além da mera transmissão de conteúdos, promovendo a construção de conhecimento crítico e contextualizado (Brasil, 1996, p. 18-19).

A Resolução nº 1, de 6 de abril de 2018, estabelece diretrizes para a oferta de cursos de especialização lato sensu, incluindo os cursos EaD. No entanto, a proliferação desses cursos, impulsionada pela demanda crescente e pelas facilidades tecnológicas, levanta preocupações significativas sobre a manutenção da qualidade acadêmica. Em contraste, a quantidade de cursos oferecidos em EaD tem aumentado significativamente. Esse crescimento reflete uma demanda crescente por flexibilidade e acessibilidade na educação. No entanto, essa expansão quantitativa pode levar a uma diluição da qualidade se não forem implementados mecanismos rigorosos de controle e avaliação.

As responsabilidades das gestões institucionais nesse contexto são multifacetadas. As instituições devem garantir que os cursos oferecidos atendam às diretrizes estabelecidas pela Resolução nº 1, de 2018, e que a qualidade do ensino não seja sacrificada em prol da expansão quantitativa. Isso inclui assegurar que os professores sejam devidamente qualificados, que os PPCs – Projetos Pedagógicos de Cursos – sejam desenvolvidos e seguidos rigorosamente, e que haja uma avaliação contínua da eficácia dos cursos. Além disso, as gestões institucionais têm a responsabilidade de promover práticas de marketing éticas e transparentes.

A linha tênue entre corpo docente e capital humano: a profissão do professor

As instituições predatórias, ao buscarem maximizar lucros e minimizar custos, frequentemente eliminam a interação direta entre professores e alunos, substituindo-a por materiais didáticos assíncronos e sem a participação ativa de um professor titular. A definição das funções reais de um professor, conforme Pimenta, Pinto e Severo (2020), destaca a importância de oferecer aos educadores perspectivas de análise para compreenderem a formação humana em contextos históricos, sociais, culturais e institucionais. O papel do professor inclui a análise crítica e a intervenção transformadora em espaços educativos, o que vai muito além da simples transmissão de conteúdos estáticos. Os professores são responsáveis por contextualizar o

conhecimento, adaptá-lo às necessidades dos alunos e promover um ambiente de aprendizagem dinâmica e interativa.

No entanto, as instituições predatórias frequentemente reduzem o papel do professor a meros produtores de materiais escritos e aulas gravadas, que são disponibilizados aos alunos por anos sem atualização ou interação. Isso contrasta fortemente com a função real do professor, que deve estar envolvido ativamente no processo educacional, adaptando os conteúdos às mudanças e às necessidades específicas dos alunos e do contexto educacional.

A ausência de mediação humana pode levar a várias consequências negativas:

- a) **Falta de Contextualização e Personalização:** Sem a presença de um professor ativo, os alunos não têm a oportunidade de contextualizar o aprendizado de acordo com suas experiências e necessidades individuais. Os materiais assíncronos, por melhores que sejam, não conseguem responder às dúvidas específicas dos alunos ou adaptar o conteúdo às suas particularidades.
- b) **Desenvolvimento Crítico e Reflexivo Comprometido:** A interação com um professor permite aos alunos desenvolver habilidades críticas e reflexivas. A ausência desse componente resulta em um aprendizado superficial, onde os alunos consomem informações passivamente, sem questionar ou refletir sobre o conteúdo.
- c) **Desmotivação e Isolamento:** A falta de interação humana pode levar ao isolamento dos alunos, afetando sua motivação e engajamento no curso. A presença de um professor facilita a criação de um ambiente de apoio e incentivo, essencial para a aprendizagem efetiva.
- d) **Qualidade Acadêmica Comprometida:** A qualidade do ensino é diretamente afetada pela ausência de professores. A interação e a mediação humana são cruciais para manter altos padrões acadêmicos, garantindo que os alunos não apenas absorvam informações, mas também compreendam e apliquem o conhecimento de forma crítica.

As instituições comprometidas com a qualidade da educação entendem a importância de um corpo docente presente e ativo. Elas reconhecem que o desenvolvimento humano e profissional dos alunos depende não apenas do conteúdo oferecido, mas também da interação, orientação e suporte contínuo proporcionados pelos professores. Em contrapartida, as instituições predatórias buscam simplificar e automatizar o processo educacional ao máximo, negligenciando o papel transformador

dos professores. Essa prática, além de comprometer a qualidade do ensino, também desvaloriza a profissão docente, reduzindo-a a uma função mecânica e desprovida de sua dimensão humana e crítica.

A substituição da interação contínua dos professores por materiais didáticos assíncronos sugere uma visão utilitarista da educação. Em vez de um processo formativo dinâmico, onde professores atuam como mediadores críticos e transformadores, essa abordagem reduz os educadores a produtores de conteúdo. Isso desumaniza o papel do professor, desconsiderando a personalização do ensino e a adaptação às necessidades individuais dos alunos. Ao tratar os professores apenas como fornecedores de materiais estáticos, as instituições falham em reconhecer a educação como um processo de desenvolvimento humano integral. Portanto, cabe a reflexão crítica sobre se as instituições estão valorizando o corpo docente como fundamental para a formação integral dos estudantes ou relegando esses profissionais ao papel de capital humano despersonalizado e instrumental.

Considerações Finais

A análise da mercadologia predatória nas instituições de pós-graduação lato sensu EaD revelou um cenário alarmante, onde práticas agressivas de marketing e a busca incessante por lucros estão comprometendo a qualidade da educação ofertada. As características centrais dessa mercadologia incluem publicidade enganosa, falta de transparência sobre a carga horária e o conteúdo programático, e promessas irreais de empregabilidade. Esses elementos criam uma ilusão de acessibilidade e eficiência, mas resultam em uma formação superficial que não atende às expectativas dos alunos nem às demandas do mercado de trabalho.

Para estudos futuros, recomenda-se uma investigação mais detalhada sobre os impactos a longo prazo da formação oferecida por instituições predatórias no mercado de trabalho e na carreira dos egressos. Além disso, é fundamental analisar a eficácia de políticas regulatórias e de mecanismos de supervisão na melhoria da qualidade dos cursos de especializações EaD. Estudos comparativos entre instituições que seguem rigorosamente as diretrizes educacionais e aquelas que adotam práticas predatórias podem fornecer dados importantes sobre as melhores práticas e os modelos de gestão mais eficazes para garantir a qualidade na educação a distância.

Em conclusão, a pós-graduação lato sensu EaD enfrenta o desafio de equilibrar a acessibilidade e a expansão com a manutenção de altos padrões educacionais. A superação da mercadologia predatória requer um compromisso firme das instituições com a ética, a transparência e a valorização do papel dos professores. Somente assim será possível assegurar que a educação a distância cumpra seu papel de forma responsável e contribua para o desenvolvimento integral dos estudantes e para a sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.** Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília: Planalto, 1996. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/ldb.pdf>>. Acesso em: 01/06/2024.

BRASIL. **Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília: Planalto. Diário Oficial da União, 1990. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 01/06/2024.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília: Planalto. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil: seção 1, p. 8353, 15 maio 1996. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 01/06/2024.

BRASIL. **Resolução CNE/CES nº 1, de 6 de abril de 2018.** Estabelece diretrizes e normas para a oferta dos cursos de pós-graduação lato sensu denominados cursos de especialização, no âmbito do Sistema Federal de Educação Superior, conforme prevê o Art. 39, § 3º, da Lei nº 9.394/1996, e dá outras providências. Brasília: Planalto. Diário Oficial da União de 6 de abril de 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=85591-rces001-18&category_slug=abril-2018-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 01/06/2024.

COSTA, Adriano. R da. “A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO BRASIL: Concepções, histórico e bases legais”. **RIOS - Revista Científica da Faculdade Sete de Setembro**, v. 11 n. 12, julho, 2017.

JORNAL DE BRASÍLIA. “GRADUAÇÃO EaD AUMENTA 700% EM 10 ANOS; SÃO 171 ALUNOS POR PROFESSOR”. **Jornal de Brasília**. [11/10/2023]. Disponível em: <<https://abmes.org.br/noticias/detalhe/4969/graduacao-EaD-aumenta-700-em-10-anos-sao-171-alunos-por-professor>>. Acesso em: 31/05/2024.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** São Paulo: Editora Atlas, 1998.

LANDIM, Cláudia Maria das Mercês Paes Ferreira. **Educação à distância: algumas considerações**. Rio de Janeiro:: Biblioteca Nacional, No 128, livro 20, folha 13, 1997.

MENEGHETTI, F. K. “O que é um ensaio-teórico?”. **Revista de Administração Contemporânea. Documentos e Debates**. v. 15 n. 2, abril, 2011.

MINAYO, Maria Cecilia de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; (org.) GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2003.

PIMENTA, Selma Garrido; PINTO, Umberto de Andrade; SEVERO, José Leonardo Rolim de Lima. “A Pedagogia como lócus de formação profissional de educadores(as): desafios epistemológicos e curriculares”. **Revista Práxis Educativa** v. 15, e2015528, junho, 2020.

SEMESP. “**Dados Brasil, 11ª edição. 2021 - Pós-Graduação**”. Instituto Semesp [sem data]. Disponível em: <<https://www.semesp.org.br/mapa/edicao-11/brasil/pos-graduacao/>>. Acesso em: 31/05/ 2024.