



## O USO DO TERRITÓRIO BRASILEIRO PELAS PLATAFORMAS DE AULAS PARTICULARES VIRTUAIS<sup>1</sup>

Marcus Vinicius Santos Vieira

### RESUMO

O seguinte artigo descreve resultados preliminares de uma pesquisa ainda em curso a respeito do fenômeno de expansão das plataformas virtuais direcionadas no mercado de professores particulares no Brasil. A plataformização do mercado de aulas particulares, desempenha uma transformação sob o uso do território pelas empresas por trás do formato, fato que proporciona mudanças econômicas, sociais e laborais, sobre a dinâmica entre os consumidores envolvidos pelo modelo. Desse modo a pesquisa tem como objetivo identificar e compreender as estratégias territoriais das plataformas hegemônicas de aulas particulares virtuais no Brasil. Neste documento, é descrito parte da análise da estrutura e prática da plataforma “Superprof”. O funcionamento do algoritmo, o modelo de reputação, as formas de monetização, o objetivo por trás dessa plataforma, sua área de atuação representado pelo controle do sistema técnico, assim como a topologia da empresa, são questões fundamentais na compreensão da dinâmica socioespacial imposta. Diante disso, foi elaborada uma pesquisa empírica pela plataforma no estabelecimento de uma compreensão mais aprofundada. Na breve análise, fica perceptível que os docentes vinculados a essa plataforma estão mais concentradas nas áreas de maior densidade técnica do país, a Região Concentrada. A Superprof difunde a psicosfera do professor microempreendedor, onde a estrutura das plataformas de aulas particulares pressiona uma drenagem dos docente e uma drenagem de renda a sede da empresa.

**Palavras-chave:** Plataformas digitais, Uberização, Professores particulares, Superprof.

### ABSTRACT

The following article describes preliminary results of a research that is still ongoing regarding the phenomenon of expansion of virtual platforms aimed at the private teacher market in Brazil. The platform of the private lessons market, performs a transformation under the use of territory by the companies behind the format, a fact that provides economic, social and labor changes on the dynamics among consumers involved by the model. Thus, the research aims to identify and understand the territorial strategies of the hegemonic platforms of virtual private lessons in Brazil. In this document, part of the analysis of the structure and practice of the “Superprof” platform is described. The functioning of the algorithm, the reputation model, the forms of monetization, the objective behind this platform, its area of operation represented by the control of the technical system, as well as the company's topology, are fundamental issues in understanding the imposed socio-spatial dynamics. Therefore, an empirical research was carried out by the platform in order to establish a deeper understanding. In the brief analysis, it is noticeable that the professors linked to this platform are more concentrated in the areas with the highest technical density in the country, the Concentrated Region. Superprof spreads the

---

<sup>1</sup> Pesquisa de mestrado financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), Programa de Pós-graduação em Geografia no Instituto de Geociências (IGC), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), sob orientação do Prof. Fábio Tozi. E-mail: marcus-santos-vieira@ufmg.br



psychosphere of the micro-entrepreneur teacher, where the structure of private classes platforms pressures the teachers to drain and the company's headquarters to drain income.

**Keywords:** Digital Platforms, Uberization, Tutors, Superprof.

## Introdução

O avanço das plataformas digitais, nos últimos anos, consolidou uma ampla reorganização da sociedade atual. A novidade regula novos formatos de trabalho e consumo, arquiteta uma inédita estrutura econômica, media as relações interpessoais, transformam a organização socioespacial.

Van Dijck, Poell e Wall (2018) falam em uma *Sociedade da plataforma*, que é tomada pela adequação de diversos âmbitos sociais (educação, saúde, lazer, transporte, cultura etc) aos mecanismos da infraestrutura digital. Para os autores, tamanha dominância, é proporcionada em consequência da disposição de um “ecossistema (esmagadoramente corporativo) de plataformas online e globais” (VAN DIJCK, POELL E WALL, 2018, p. 4 apud D’ANDREA, 2020). Orientada por um formato mercadológico, que coloca a extração e o processamento de dados como elementos centrais na reprodução do capital, Nick Srnicek (2016), descreve as plataformas digitais como uma infraestrutura que garante a transmutação do sistema capitalista em uma nova fase, denominada *Capitalismo de plataforma*. Por meio de uma tipologia das plataformas digitais, o autor traça o recorte das plataformas “enxutas”, que operam por meio de um modelo de hiperterceirização, onde “os trabalhadores são terceirizados, o capital fixo é terceirizado, os custos de manutenção são terceirizados, o treinamento é terceirizado” (SRNICECK, 2016, p 47).

Neste conjunto de plataformas, os termos empresariais “*economia do compartilhamento*”, “*gig economy*”, “*on-demand economy*”, “*sharing economy* e etc. se destacam nos meios midiáticos ao se referir no conjunto de plataformas virtuais<sup>2</sup>, que em sua finalidade mercadológica, se denominam unicamente à função de conectar consumidores, com prestadores de serviço, na estipulação de mercado no espaço físico. Na superficialidade desses termos marqueteiros, as empresas almejam transmitir o ideal de serem um movimento de mercado social, que difunde o consumo de maneira

---

<sup>2</sup> Definição restrita a plataformas que mediam atividades vinculadas no setor de serviços. Ex: Uber (transporte urbano), Airbnb (hospedagem), Diaríssima (serviços domésticos), Ifood (delivery de alimentos), WeWork (compartilhamento de escritórios).



colaborativa, altruísta e ecológica, garantindo benefício mútuo e horizontal entre o consumidor e o prestador de serviço, configurando uma alternativa a gerar e poupar renda. Com essa narrativa, as companhias por trás desse mercado, são responsáveis por construir uma *psicoesfera*<sup>3</sup> aos trabalhadores das plataformas, que se traduz, a grosso modo, na subjetividade do indivíduo neoliberal. Isso fica claro perante a inserção da mentalidade em que os trabalhadores vinculados a esses serviços consideram vantajosa a perspectiva de serem autônomos e flexíveis; autodenominados como “empresários de si”, “donos do seu próprio negócio”.

No entanto, é clara a evidência de que as companhias que utilizam desse discurso, não conduzem a uma mudança nos fluxos de renda ou na quebra de concentração de mercado em razão do valor milionário - por vezes bilionário – a qual essas empresas possuem. Desse modo, o modelo de mercado das “economias do compartilhamento”, na realidade, é responsável por isentar a responsabilidade de suas empresas pelos serviços oferecidos, garantindo a plena transferência de riscos e gastos aos usuários, reduzindo assim o custo de suas operações e maximizando os lucros.

As ações altamente centralizadoras e predatórias a qual estas empresas apoiadas na estrutura digital pressionam, podem oferecer riscos as seguridades políticas e sociais que estavam protegidas por longos anos (SLEE, 2017). Nessa perspectiva, o impacto no âmbito trabalhista é eminente, conformando em um novo formato de exploração na relação capital-trabalho. Os trabalhadores dos aplicativos, são vinculados em um regime laboral flexível, ausente de direitos trabalhistas, com vínculo colaborativo com as companhias, onde todas as despesas demandadas pelo labor, saem da renda dos próprios trabalhadores. Além de que, todo o gerenciamento do trabalho, antes coordenado por indivíduos, passa a ser coordenado pelo algoritmo, que vêm a conceder fortes vantagens significativas as empresas. Este panorama trabalhista, imposto pelas plataformas digitais, assumem “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). Essa

---

<sup>3</sup> Para Santos (2020), a *psicoesfera* é correspondente ao aspecto imaterial do espaço, onde “o reino das ideias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido” orientam o segmento da técnica que se institui a *tecnoesfera*.



discussão sob as condições das novas relações trabalhistas, levou ao uso do neologismo: uberização<sup>4</sup>, na definição dessa mais-valia ampliada pelo formato online.

Todas as transmutações discutidas até aqui, em sua disposição espacial e territorial, seguem a organização tecida pelas grandes corporações por trás das plataformas. A centralidade a qual a trípole, informação, ciência e técnica possuem na atual fase histórica do meio geográfico, o *meio técnico-científico-informacional* (SANTOS, 2020) é o que então sustenta essa estrutura. Nesse sentido, este meio, que define a “aparência geográfica da globalização” (SANTOS, 2020, p. 239), orientada pelas propriedades da unicidade técnica, a cognoscibilidade do planeta, a convergência dos momentos e o motor único (SANTOS, 2015), garantem aos altos agentes do capital, apoiados nas plataformas, o pleno uso do território como recurso. Essas empresas podem então ser compreendidas pela sua ação espacial:

(...) a fase atual do capitalismo envolve a dominação dos serviços, da informação e da informatização, simultaneamente. Em contribuição a esse debate, defende-se que o território se torna, também, uma plataforma para as empresas de informação, além de um fator produtivo diferencial. Pode-se falar, portanto, nas plataformas digitais como “plataformas territoriais”, pois de fato elas são altamente dependentes do espaço historicamente construído. (TOZI, DUARTE & CASTANHEIRA, 2021, p.3)

A partir dessa discussão, este artigo, pretende demonstrar que o setor educacional não fica de fora desse pacote transfigurador introduzido pelas plataformas digitais. Existe atualmente, um conjunto de empresas, que por meio de seus sites e aplicativos, disponibilizam o serviço de divulgação de professores para aulas particulares. Estas plataformas se baseiam em difundir anúncios disponibilizados por milhares de perfis de professores, que são cadastrados livremente em busca de renda. Por meio de uma caixa de texto no site, os interessados pelo serviço selecionam a disciplina e a localização dos professores desejados. Após combinar as aulas, seja presencial ou pelos meios remotos, os professores são remunerados de acordo com o valor hora/aula estipulado por eles. Conforme o “desempenho” do professor e a opinião do aluno, o perfil do professor é avaliado.

---

<sup>4</sup> 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 as novas estruturas emergentes, porém é limitado, perante a sua “capacidade explicativa e analítica” (TOZI, p. 103, 2020).



Estas plataformas virtuais de compra e venda de aulas particulares, definidas como um objeto técnico emergente, assegura sentido às ações a partir do emprego de suas normas. Em vista disso, como o espaço é um sistema indissociável de objetos e ações (SANTOS, 2013), a plataforma se manifesta como objeto que garante uma nova espacialidade aos atores envolvidos a técnica. Dessa forma, este artigo descreve uma pesquisa ainda em andamento, motivada pela necessidade de compreensão destas configurações socioespaciais estabelecidas pelas plataformas virtuais de professores particulares. Parte-se do pressuposto que tais plataformas, utilizam o território como recurso, estabelecendo uma série de estratégias para servir na permeação de seus interesses corporativos. Por conseguinte, o uso das categorias geográficas no enriquecimento da leitura do fenômeno demonstra sua importância. A partir disso, pretende-se, identificar e compreender como as plataformas hegemônicas no cenário nacional, utilizam o território, e quais são as estratégias usadas na constituição desta dinâmica. Por ser um estudo em fase inicial, que demandará a consulta em um determinado número de plataformas até a sua conclusão, colocamos como objeto de pesquisa, neste artigo, a plataforma francesa Superprof, que foi selecionada perante seu protagonismo nacional no mercado de aulas particulares.

A organização do artigo, para além da introdução, está organizado em um tópico contendo a metodologia de pesquisa, seguindo pela discussão, que traz o *modus operandi* da Superprof, a dinâmica de uso do território pressionada pela empresa a partir da compreensão da psicosfera difundida, seguida por uma breve espacialização dos perfis cadastrados na plataforma pelo território nacional.

## **Metodologia**

Dentre o emaranhado de plataformas virtuais de aulas particulares em que este estudo busca envolver até a sua conclusão, especificamente, este artigo buscou abordar a plataforma hegemônica no país, a Superprof.

Em uma busca empírica realizada em seu site da web, foram analisadas a estrutura e a forma de trabalho da plataforma, os textos e notícias veiculados no blog do site We Love Prof, a origem e a localização da empresa, além de traçar uma breve



especialização dos perfis anunciantes, por meio da quantia dispostas nas capitais das unidades federativas do país.

## Discussão

A execução do trabalho docente por meio de plataformas digitais tomou grande proporção diante do cenário pandêmico causado pelo vírus SARS-CoV-2. Com a instauração das políticas de distanciamento social, as escolas foram pressionadas a aderir o ensino remoto como forma de dar continuidade as atividades escolares, instituindo os professores a mediação de suas aulas pelas plataformas virtuais. Silva (2020), afirma que a pandemia, provocou, além da acentuação da precarização docente, que já era um processo em curso com as políticas de desregulamentação trabalhista no setor público, mas também a uma *youtuberização*<sup>5</sup> dos docentes. No entanto, a inserção das plataformas virtuais cruzando o labor docente, já demonstrava ser um fenômeno precedente a pandemia, quando consideramos a existência das plataformas voltadas ao mercado de aulas particulares.

No decorrer da crise de 2008, a redução dos juros em ativos anteriormente lucrativos, levou os investidores a realocarem seu capital para os investimentos de risco, que eram oferecidos, na época, em empresas apoiadas em plataformas virtuais (SRNICECK, 2016). A partir daí, por ordem das experiências exitosas das companhias vanguardistas do ramo, como a *Uber* e o *Airbnb*, um boom de plataformas virtuais percorreu o cenário empresarial. Dentre as centenas de empresas incipientes, que contemplavam inúmeras ideias, definida por vezes mirabolantes e ousadas, os empreendedores viram no mercado de aulas particulares o potencial de inserção a guinada das plataformas virtuais. Isto se prova, perante o extenso número de sites e aplicativos que existem atualmente com essa finalidade<sup>6</sup>.

A custo de exemplo, este artigo discute a plataforma Superprof, que foi selecionada conforme sua hegemonia e protagonismo no mercado nacional. A partir de uma breve descrição geral da plataforma, adentraremos as particularidades territoriais

---

<sup>5</sup> O termo é originário da plataforma de compartilhamento de vídeos, *Youtube*. Silva (2020) utiliza-o, para definir o uso do ensino remoto, que por vezes, é sustentado por essa plataforma ou outras semelhantes.

<sup>6</sup> Somente no Brasil, é possível notar a atuação das plataformas Superprof (França), Preply (EUA), Profes (Brasil), Tutor.id (Estônia), Shapp (Brasil), Liber (Brasil), 24 por 7 (Brasil), Realize (Brasil), Class4u (Brasil), dentre outras.



estabelecidas por essa empresa, características estas que serão discutidas com mais profundidade no final do tópico.

A Superprof, é um site, que se define como plataforma virtual de “registro e difusão online de anúncios”, possuindo o singular objetivo em realizar as propagandas das aulas dos professores. Estruturada em um site, a plataforma é centrada por um cadastro simples, onde os professores montam seus perfis contendo informações básicas, como: foto pessoal, localização (cidade e bairro), metodologia de ensino, descrição de si, experiências acadêmicas e profissionais e o valor hora/aula. Dessa forma, a plataforma possui nenhuma responsabilidade sobre as transações financeiras entre os pagamentos dos serviços prestados, tão pouco sobre as mediações e a qualidade das aulas.

As disciplinas inclusas na plataforma envolve mais do que as tradicionais matérias escolares, desse modo, qualquer tipo de conhecimento pode ser anunciado. Indivíduos de qualquer profissão ou nível escolar, podem se cadastrar, proporcionando o envolvimento de aulas de esportes, lazer, suporte acadêmico, aprendizagem doméstica, desenvolvimento pessoal, artes, cultura, dentre os mais variados tipos de conhecimento. A monetização da plataforma é gerada conforme o pagamento dos planos de assinatura direcionados aos anunciantes e os interessados pelas aulas. O uso do site é grátis aos anunciantes, onde estes podem contar com a disponibilidade do “Plano Profissional”, que segundo a plataforma, garante maior “visibilidade” sob seus anúncios e garante a reputação de perfil “Recomendado”. Já para os solicitantes das aulas, é necessário o “Passe Aluno Ilimitado” na realização do contato com o professor desejado.

Antes da ascensão do formato virtual, o mercado das aulas particulares, era organizado por meio da divulgação em panfletos e cartazes nos bairros, escolas ou pelos centros de apoio escolar com salas dispostas para estes fins. As aulas eram ministradas nesses mesmos locais ou na própria residência do professor ou do aluno, desse modo, as aulas particulares seguiam a localidade dos envolvidos, isso é, os alunos buscavam o serviço de aula particular a partir da proximidade espacial de suas residências com os professores. Limitando o mercado de aulas particulares a ocorrerem na mesma cidade, na mesma região, no mesmo bairro.

Com o adentramento das plataformas de aulas particulares, o uso do território se transformou perante a disposição espacial implantada pelas plataformas virtuais. Uma forma de demonstrar este aspecto, perpassa a configuração proporcionada pelas



plataformas em proporcionar a nova forma de encontrar um professor particular. Dando o exemplo da Superprof, que se apoia em um motor de busca algorítmico onde os interessados por aulas inserem a disciplina e a localização (bairro, cidade e estado) do professor desejado, o arranjo desses professores se transforma. Por mais que o site não disponibilize a busca pela localização do professor levando em conta a intenção de se fazer uma aula presencial, tal informação deixa de ser a mais importante, tendo em vista a viabilidade de se realizar aulas remotas.

Hipoteticamente, parte-se do princípio de que, com o ordenamento proporcionado pela plataforma, os interessados não busquem mais os professores vizinhos, de mesma localidade, mas sim os “bons” professores, ou os melhores professores na ótica da plataforma. Essa situação ganha forma, perante a organização dos perfis pelo algoritmo do site, que é programado a dar preferência aos professores de maior reputação<sup>7</sup> ou por aqueles assinantes do Plano Profissional. Tal formato de encaminhamento, promove então uma drenagem dos docentes, onde aqueles com melhores indicativos, qualidades e diferenciais serão mais direcionados aos interessados, em detrimento aos professores “Novatos”, de baixa reputação, ou mesmo por aqueles próximos a localização do interessado. Trata-se de um monopólio dos professores, onde aqueles perfis ideais à plataforma, estipulados pelos símbolos de reputação “Superprofessor” ou “Embaixador”, atraem mais os interessados na obtenção de um possível contrato de aula.

Para a própria Superprof, o que orienta a atração de clientes, são os elementos descritos nos perfis de anúncios como um texto de apresentação bem regido, uma boa metodologia, uma boa foto. Nessa lógica, as vivências, experiências, origem, trajeto profissional e a qualidade desses professores são colocados como diferenciais, a qual aumentarão o êxito na atração de clientes. Fator este que ignora totalmente a estrutura algorítmica da plataforma em dar exclusividade a determinados perfis. O blog do site, “We Love Prof”, compartilha um pouco das idéias circulantes na plataforma:

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

<sup>7</sup> Conforme a obtenção de avaliações positivas dos alunos, tempo na plataforma, uso do “Plano Profissional” ou histórico de assinatura do “Plano Profissional”, tempo de resposta e a boa disposição do perfil, os professores alcançam determinadas reputações, que se resume na respectiva ordem: “Novato”, “Recomendado” (Assinante do Plano Profissional), “Superprofessor”, “Embaixador”.



importantes para o ensino. Há tantas qualidades diferentes que você pode apresentar em seu anúncio. Você certamente possui algumas delas. (Blog da Superprof, 2021).

Por meio de dicas de marketing digital e pessoal, práticas docentes, dicas de estudos, dentre outros assuntos relacionados a esta temática, os textos do blog da Superprof apresentados em um teor superficialmente instrutivo, guarda um viés de propaganda, que visa o incentivo a utilização destas plataformas. Incentivo esse que é direcionado tanto para os professores anunciantes quanto para os alunos, já que ambos orientam o desenvolver da plataforma. Estes dois exemplos ilustram bem a subjetividade transmitida, respectivamente, aos professores:

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 (Blog da 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! 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. (Blog da Superprof, 2018).

A partir dessas colocações, 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 o blog nos apresenta, definindo a plataforma como algo vantajoso em si, da sentida a psicoesfera (SANTOS,



2020; KAHIL, 2010) do empreendedor, a psicoesfera da novidade. Esse estímulo que orienta o uso das técnicas, nesse contexto, têm como objetivo reconfigurar as mentes e os desejos à aderirem e acolherem a plataforma de aula particular. A psicoesfera, portanto, em seu par dialético, tecnoesfera, é que orientará o uso do território.

Cabe aqui, então, definir a tecnoesfera da plataforma, onde é considerável, inicialmente, ter ciência da verticalidade a qual essa empresa pressiona ao território. De origem francesa, a Superprof alcança atualmente os domínios da internet de 37 países diferentes, somando 17 milhões de perfis cadastrados. Somente no Brasil, desse total, o banco de dados da plataforma computa 252 mil perfis registrados. Essa alta inserção ao consumo da plataforma difundido pelo globo, demonstra o poderio técnico e corporativo, que proporcionam transformações sob o espaço geográfico, perante o intercâmbio de ações estratégicas. A plataforma estabelece então uma prótese no território, que propõem a seguir os interesses, destes agentes longínquos:

“A tecnoesfera se adapta aos mandamentos da produção e do intercâmbio e, desse modo, frequentemente traduz interesses distantes; desde, porém, que se instala, substituindo o meio natural ou o meio técnico que a procedeu, constitui um dado local, aderindo ao lugar como uma prótese” (SANTOS, 2020, p. 256).

Essa inserção externa da Superprof, colocada a par de discussão entre a teoria dos dois circuitos da economia urbana<sup>8</sup> e o sistema de monetização da plataforma, demonstra o estipulo de uma “vampirização” da renda. A receita gerada no pagamento das mensalidades dos planos da Superprof por todos assinantes do território nacional, ao serem direcionadas para a sede da empresa, na França, demonstra o estipulo de uma drenagem de renda do circuito inferior - representada nesse contexto, pelos trabalhadores informais que pagam o plano de anúncio - ao circuito superior.

Na compreensão dessa ação da plataforma Superprof sob o território nacional, foi realizada uma breve espacialização dos professores registrados nas capitais estaduais, por meio da utilização do número de perfis disponíveis na plataforma (Figura 01). Como resultado, fica perceptível um número superior de professores nas capitais

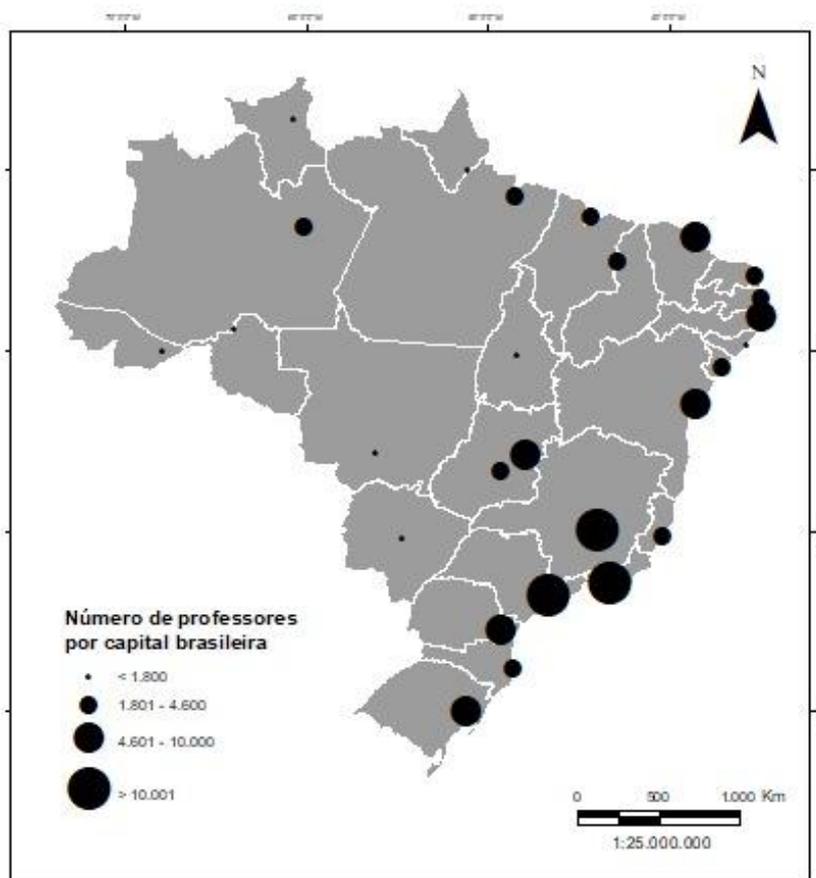
---

<sup>8</sup> Para Santos (1975) apud. Tozi, Duarte e Castanheira (2021), a economia urbana pode ser dividida em dois circuitos, um superior e outro inferior. O superior é marcado pelas atividades hegemônicas do mercado global, onde há um alto grau de tecnologia e organização. Já o inferior representa as atividades econômicas regionais e locais, onde não há um nível tão alto de fluxo de capital e de renda, quanto o nível superior.



que nas demais cidades – somando 153 mil docentes cadastrados nas capitais estaduais, em oposição aos 98 mil usuários interioranos. Dentre as cidades com maior número de perfis da plataforma, a cidade de São Paulo lidera com cerca de 40 mil professores lidera, possuindo quase que o dobro da segunda cidade, o município do Rio de Janeiro, com pouco mais de 22 mil membros. Os números levantados demonstram que as capitais sudestinas possuem uma quantia superior de cadastrados em oposição as demais capitais brasileiras - as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Vitória, juntas possuem aproximadamente 77 mil professores cadastrados, enquanto os restantes das capitais estaduais somam 75 mil professores.

**Figura 01: Espacialização dos professores cadastrados na Superprof no Brasil.**



Fonte: elaboração própria, com base nos dados disponíveis no site da Superprof.

Por mais que o cadastro seja aberto para qualquer pessoa e localidade, as informações levantadas demonstram que a plataforma Superprof possui uma



concentração regional específica no território nacional. A centralização da região sul e sudeste em número de perfis, na perspectiva dos Brasis de Milton Santos, denominada Região Concentrada, demonstra não só a clara densidade demográfica que esta possui, mas também pela alta densidade técnica que orienta a aderência ao uso dessas plataformas. A primeiro momento, essa relação pode ser discutida por Hagestrand (1965), ao estabelecer o sentido da propagação das inovações no espaço. Para o autor, as inovações possuem um “efeito hierárquico” que considera as áreas cosmopolitas como as mais concentradas de inovações, em relação ao interior. A partir disso, a novidade se espalha com mais força nos núcleos próximos aos grandes centros, do que nas regiões mais periféricas.

#### **4. Considerações finais**

Como pôde ser discutido, uma nova forma histórica de organização do território é preenchida com a plataforma virtual de aula particular. Sendo um processo em curso, e notoriamente pouco discutido no meio científico e acadêmico, devido o escasso material referente especificamente ao fenômeno das plataformas de aulas particulares virtuais, esse artigo demonstra uma breve noção da incorporação desse serviço digital, em seus aspectos socioespaciais. É notável, portanto, a introdução de transformações relevantes nos âmbitos sociais, econômicos e trabalhistas pelo novo formato.

Por ser uma pesquisa em andamento, a discussão levantada aborda resultados ainda superficiais, dessa forma, perante a diversidade de companhias que usam desse formato de serviço, é necessária a compreensão de outras plataformas do tipo na maior compreensão da dinâmica territorial envolta do fenômeno.

O exemplo dado pela plataforma Superprof, no entanto, demonstra possuir uma lógica que coincide com o trabalho de outras empresas do ramo. O trabalho uberizado, que não estabelece nenhum vínculo trabalhista aos vinculados, a propagação do fundamento meritocrata que impulsiona à drenagem dos professores por meio do sistema de reputação e a construção de uma psicosfera, indutora às vantagens de uso dessas plataformas, são algumas das características que permeiam esse tipo de companhia.

Visto que essas plataformas digitais são geridas por organizações comerciais, a monetização torna-se o segmento central à sua permanência. Por ser uma companhia de



ação global, a Superprof, em seu meio de monetização, estabelece uma drenagem da renda dos professores assinantes dos planos de divulgação de anúncios, para a sua sede empresarial na França.

A psicosfera que induz ao uso dessa plataforma foi parcialmente compreendida por meio das ideias difundidas pelo blog da plataforma e discutidas aqui. As etapas posteriores da pesquisa, busca-se a compreensão mais aprofundada do significado em que o uso dessa plataforma é tomado pelos professores usuários na tradução dessa psicosfera. Para isso serão realizadas entrevistas de caráter qualitativas aos anunciantes dessas plataformas e para membros da empresa, na maior compreensão de suas ações.

### **Agradecimento**

Esta pesquisa conta com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

### **Referências Bibliográficas**

ANDRÉA, Carlos d'. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos** / Carlos d'Andréa. - Salvador: EDUFBA, 2020. 79p; – (Coleção Cibercultura)  
ISBN 978-65-5630-009-2. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>

ANTUNES, R. **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0**. Arnaldo Mazzei Nogueira [et. al] Organização: Ricardo Antunes - 1. ed - São Paulo: Boitempo, 2020.

HÄGERSTRAND, T. **Aspects of the spatial structure of social communication and the diffusion of information**. Regional Science Association Papers, v. 16, p. 27-42, 1965. doi: <https://doi.org/10.1007/BF01888934>

KAHIL, S. P. **Psicosfera: uso corporativo da esfera técnica do território e o novo espírito do capitalismo**. Sociedade & Natureza, Uberlândia, v. 22, n. 3, p. 475-485, 2010.

LOPES, L. M. **O reforço escolar informal em sociologia na economia gig: exploratório sobre a influência no valor da hora/aula**. v. 2 n. 2 (2021): Revista Geadel. 27 Jul. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/GEADEL/article/view/5142>

PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA. **Prefeitura Tucana cria “Uber da educação”**. 2017. Disponível em: <http://www.psdbr.org.br/acompanhe/noticias/prefeituratucana-cria-uber-da-educacao/>. Acesso em: 15 jul. 2017.



SANTOS, M. **L'espace partagé. Les deux circuits de l'économie urbaine des pays sous-développés.** Paris: M-Th. Génin Librairies Techniques, 1975.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço e Tempo: Globalização e Meio técnico-científico-informacional.** 5. Ed., 1. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013 [1994].

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção.** Editora da Universidade de São Paulo, 2020 [1996]. 4. Ed. 10. reimpr.

SILVA, A. M. **Da uberização à youtuberização: a precarização do trabalho docente em tempos de pandemia.** RTPS - Revista Trabalho, Política e Sociedade, v. 5, n. 9, p. 587-610, 11 dez. 2020. Disponível em: <http://costalima.ufrj.br/index.php/RTPS/article/view/698>

SILVA, A. M. **A uberização do trabalho docente no Brasil: uma tendência de precarização no século XXI.** Revista Trabalho Necessário, 17(34), 229-251, 2019. <https://doi.org/10.22409/tn.17i34.p38053> Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/38053>

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/> Acessado em: 11 Nov. 2021

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

TOZI, F. **A estratégia da Uber no Brasil: a informação como fator produtivo e o território como recurso da empresa.** In: Fabrício Bertini Pasquot Polido; Lucas Costa dos Anjos; Luiza Couto Chaves Brandão. (Org.). Tecnologias e conectividade: direito e políticas na governança das redes. 1ed. Belo Horizonte: Instituto de Referência em Internet e Sociedade, 2016, v. 1, p. 103-118. Disponível em:



[https://storage.googleapis.com/wzukusers/user-35094468/documents/fb9a785690ee4f24bea357a6769c1bbb/tozi\\_iris\\_uber.pdf](https://storage.googleapis.com/wzukusers/user-35094468/documents/fb9a785690ee4f24bea357a6769c1bbb/tozi_iris_uber.pdf)

TOZI, F. **As novas tecnologias da informação como suporte à ação territorial das empresas de transporte por aplicativo no Brasil.** XV Coloquio Internacional de Geocrítica Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista Barcelona, 7-12 de mayo de 2018. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/FabioTozi.pdf>

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. R., CASTANHEIRA, G. R. **Trabalho precário, espaço precário: as plataformas digitais de transporte e os circuitos da economia urbana no Brasil.** Ar@cne: Revista electrónica de recursos en internet sobre geografía y ciencias sociales. Universidad de Barcelona ISSN 1578-0007 Vol. XXV. Núm. 252 1 de marzo de 2021. DOI: <https://doi.org/10.1344/ara2021.252.33968> Disponível em: <https://raco.cat/index.php/Aracne/article/view/387468>

VAN DIJCK, J., POELL, T., DE WALL, M. **The Platform Society: Public Values in a Connective World.** Londres: Oxford, 2018.