



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
CURSO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES
INTERNACIONAIS**

GIOVANA GABRIELA UMBELINA DOS ANJOS

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA EDUCAÇÃO:
Internacionalização de Infoprodutos e Suas Implicações**

João Pessoa/PB - 2025

GIOVANA GABRIELA UMBELINA DOS ANJOS

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA EDUCAÇÃO:
Internacionalização de Infoprodutos e Suas Implicações**

Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso ao curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais do Centro de Ciências Humanas, Línguas e Artes da Universidade Federal da Paraíba, como requisito obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.

Orientadora: Prof^a. M^a. Silvia Renata Ribeiro

**JOÃO PESSOA/PB
2025**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

A599t Anjos, Giovana Gabriela Umbelina dos.
Transformação digital na educação:
internacionalização de infoprodutos e suas implicações
/ Giovana Gabriela Umbelina Dos Anjos. - João Pessoa,
2025.
25 f.

Orientador: Silvia Renata Ribeiro.
TCC (Graduação) - Universidade Federal da
Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes,
2025.

1. Educação Digital. 2. Infoprodutos. 3. EdTech. 4.
Internacionalização. I. Ribeiro, Silvia Renata. II.
Título.

UFPB/CCHLA

CDU 37:004

GIOVANA GABRIELA UMBELINA DOS ANJOS

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA EDUCAÇÃO:
Internacionalização de Infoprodutos e Suas Implicações**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, como requisito obrigatório e parcial para a obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, defendido e aprovado pela banca examinadora constituída pelos docentes:

**Prof. Me. Silvia Renata Ribeiro – DMI/UEPB
Orientador(a)/Presidente**

**Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur – DMI/UEPB
Membro da Banca Examinadora**

**Prof. Dra. Maria Rennally Soares da Silva – DMI/UEPB
Membro da Banca Examinadora**

FOLHA DE IDENTIFICAÇÃO

INSTITUIÇÃO	UFPB – Universidade Federal da Paraíba
	Endereço: Prédio da reitoria – Campus I – UFPB Cidade Universitária – Cep: 58059-900 – João Pessoa/PB (Brasil) Site: < http://www.ufpb.br >
DIRIGENTES	Reitoria: Reitora: Prof ^a . Dr ^a . Terezinha Domiciano Dantas Martins Pró-Reitora: Prof ^a . Dr ^a . Mônica Nóbrega Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) Diretor: Prof. Dr. Rodrigo Freire de Carvalho e Silva Vice-Diretor: Prof. Dr. ^a Thaís Augusta Cunha de Oliveira Máximo Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI): Coordenadora: Prof ^a . Dr ^a . Maria Rennally Soares da Silva Vice-Coodenadora: Prof ^a . Dr ^a . Ana Carolina Vieira Bastos
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA EDUCAÇÃO: Internacionalização de Infoprodutos e Suas Implicações
EXECUÇÃO	Orientadora: Silvia Renata Ribeiro Aluna: Giovana Gabriela Umbelina dos Anjos

DEDICATÓRIA

À *mainha*, que, mesmo enfrentando tempestades, fez da sua força o meu abrigo e da sua luta, a minha inspiração. À *painho*, que fez de cada trajeto percorrido um incentivo para que eu tivesse mais oportunidades. Se hoje conquisto este momento, é porque nunca mediram esforços para que a educação fosse o meu caminho e o futuro, uma possibilidade real.

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento deste trabalho e a conclusão do curso foram feitos a muitas mãos, e por isso agradeço:

À minha primeira, maior e melhor professora: minha mãe. Com sua força, sabedoria e amor incondicional, você me ensinou as lições mais importantes da vida - aquelas que não estão nos livros, mas que formam o caráter e guiam os passos.

Ao meu pai, que percorreu tantas estradas, enfrentou inúmeros desafios e nunca mediu esforços para que eu pudesse chegar até aqui. Cada viagem, cada sacrifício e cada conselho foram como um mapa que me guiou até este momento.

À minha família, que sempre acreditou em mim, mesmo quando eu duvidava. Obrigada por serem meu porto seguro, minha motivação e meu refúgio. Vocês foram a base sólida sobre a qual construí meus sonhos.

Às minhas mães que agora habitam o céu: Celina, Gerusa e Jael. Vocês continuam sendo minhas estrelas-guia, minha inspiração e minha saudade mais doce. Nunca me esqueci do que me ensinaram, suas lições seguem vivas em mim. Quando olho para o céu, sinto que vocês continuam me acompanhando e me protegendo.

Aos professores que cruzaram meu caminho. À minha orientadora, Silvia Ribeiro, pela paciência, pelo cuidado e por acreditar no meu potencial. Sua dedicação foi essencial para que este trabalho se tornasse realidade.

Aos meus amigos, que tornaram essa jornada mais leve e cheia de significado: Aimê, Eduardo e Virna, por sonharem comigo e acreditarem que este dia chegaria. Vocês sempre me lembraram que eu era capaz. Karim, por me manter de pé quando o peso parecia grande demais, sendo meu apoio em tantas ocasiões. Thaynara e Levi, por serem mais que amigos, por serem a família que me acolheu com amor e cuidado, oferecendo sempre um lar de carinho e compreensão. Alesson, pelo suporte, pelo amor e pela paciência nos momentos mais desafiadores.

Por fim, agradeço a todos os amigos da Internacionalize, que me ajudaram a descobrir meu potencial e mostraram o caminho para me tornar tudo o que eu quero ser. Cada experiência vivida com vocês foi um lembrete de que posso sonhar alto e alcançar meus objetivos.

Nos dias em que duvidei de mim mesma, foram suas palavras, gestos e presenças que me lembraram do meu propósito. Vocês foram a luz que iluminou meu caminho quando tudo parecia escuro. Cada palavra de apoio foi como um tijolo na construção deste sonho.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA EDUCAÇÃO:
Internacionalização de Infoprodutos e Suas Implicações**

**DIGITAL TRANSFORMATION IN EDUCATION:
Internationalization of Infoproducts and its Implications**

**TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DANS L'ÉDUCATION:
Internationalisation des produits d'information et leurs implications**

**TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN:
Internacionalización de los productos informativos y sus implicaciones**

Giovana Gabriela Umbelina dos Anjos - UFPB¹

Prof. Me. Silvia Renata Ribeiro - UFPB²

RESUMO

O mundo vem passando por grandes transformações tecnológicas e o setor da educação tem sido impactado por essa revolução (Assunção e Mendes, 2024). Este trabalho tem como objetivo mapear os estudos acadêmicos sobre as transformações educacionais na era digital, com foco em infoprodutos e internacionalização de EdTechs, por meio de uma revisão bibliográfica qualitativa. O estudo aborda o uso da tecnologia na educação, a popularização dos infoprodutos e seu uso no processo de aprendizagem moderno, o crescimento e a expansão internacional das EdTechs, bem como os benefícios e riscos desse novo cenário. Essas mudanças estão reconfigurando o cenário educacional, onde o aprendizado pode ser mais acessível, personalizado e escalável do que nunca.

Palavras-chave: Educação Digital. Infoprodutos. EdTech. Internacionalização.

ABSTRACT

The world has been going through major technological transformations and the education sector has been impacted by this revolution (Assunção and Mendes, 2024). This work aims to map the academic studies on educational transformations in the digital age, focusing on infoproducts and internationalization of EdTechs, through a qualitative bibliographic review. The study addresses the use of technology in education, the popularization of infoproducts and their use in the modern learning process, the growth and international expansion of

¹ giovana.one@hotmail.com

² silvia.ribeiro@academico.ufpb.br

EdTechs, as well as the benefits and risks of this new scenario. These changes are reconfiguring the educational landscape, where learning can be more accessible, personalized and scalable than ever before.

Keywords: Digital Education. Infoproducts. EdTech. Internationalization.

RÉSUMÉ

Le monde est en train de subir de grandes transformations technologiques et le secteur de l'éducation a été impacté par cette révolution (Assunção et Mendes, 2024). Ce travail a pour objectif de cartographier les études académiques sur les transformations éducatives à l'ère numérique, en mettant l'accent sur les produits d'information et l'internationalisation des EdTechs, au moyen d'une révision bibliographique qualitative. L'étude aborde l'utilisation de la technologie dans l'éducation, la popularisation des produits d'information et leur utilisation dans le processus d'apprentissage moderne, la croissance et l'expansion internationale des EdTechs, ainsi que les avantages et les risques de ce nouveau scénario. Ces changements reconfigurent le paysage éducatif, où l'apprentissage peut être plus accessible, personnalisé et évolutif que jamais.

Mots-clés: Éducation numérique. Infoproducts. EdTech. Internationalisation.

RESUMEN

El mundo ha pasado por grandes transformaciones tecnológicas y el sector de la educación ha sido impactado por esta revolución (Asunción y Mendes, 2024). Este trabajo tiene como objetivo mapear los estudios académicos sobre las transformaciones educativas en la era digital, enfocándose en infoproductos e internacionalización de EdTechs, mediante una revisión bibliográfica cualitativa. El estudio aborda el uso de la tecnología en educación, la popularización de los infoproductos y su uso en el proceso moderno de aprendizaje, el crecimiento y la expansión internacional de las EdTechs, así como los beneficios y riesgos de este nuevo escenario. Estos cambios están reconfigurando el panorama educativo, donde el aprendizaje puede ser más accesible, personalizado y escalable que nunca.

Palabras clave: Educación Digital. Infoproductos. EdTech. Internacionalización.

1 INTRODUÇÃO

A educação mudou de muitas maneiras ao longo dos anos, e a recente atualização no sistema educacional é a introdução da educação digital. As fronteiras físicas foram ultrapassadas, usando tecnologia e expandindo o alcance da educação para um maior público de forma mais sustentável e flexível (Gupta, 2023). Com o tempo diversos infoprodutos surgiram como excelentes ferramentas para transmitir todos os tipos de conhecimento, sendo utilizados tanto na educação à distância formal, quanto por outros meios, como as redes sociais.

Infoprodutos são os conteúdos educacionais que são produzidos e distribuídos em formato digital, e este tipo de conteúdo pode ser comercializado de inúmeras maneiras, como cursos *online*, *e-books*, *webinars* ou *podcasts*, e devido ao seu formato podem ser vendidos em escala global. São definidos pelo consumo sob demanda, conforme explica Pedro (2017, *apud* Zanoni, 2022), são produtos de informação distribuídos gratuitamente ou cobrados, e trazem a figura do infoprodutor que trabalha para disseminar o conhecimento. Os alunos do século XXI têm a necessidade de empregos, flexibilidade de horários e atualizações oportunas, e é isso que este formato atende.

Assim como qualquer outro produto, o objetivo dos infoprodutos é trazer valor e transformação na vida dos consumidores, mas nesse caso, eles se baseiam em informação. Unidades de informação são coletadas e organizadas para oferecer algo potencialmente informativo (Buckland, 1991). Como explica Parkes (2015), o conhecimento entregue nos infoprodutos deve produzir uma mudança significativa para ser considerado valioso (*apud* Zanoni, 2022).

O surgimento dos infoprodutos está intrinsecamente ligado à evolução das abordagens de ensino, bem como à economia do conhecimento. A globalização e o avanço tecnológico também implicam melhoria contínua dos profissionais, o que significa que eles terão que atualizar continuamente e rapidamente suas habilidades para se desenvolver. A internet é vista por Pereira (2018, *apud* Zanoni, 2022) como uma solução que pode proporcionar um lucro significativo, visto que os produtos do mundo digital têm maior alcance em oportunidades comerciais e menor custo de produção, sendo boas opções para a comercialização e ampliando a oferta.

Além disso, conforme Giordani *et al.* (2020), a pandemia de COVID-19 apenas acelerou a adoção generalizada de plataformas de aprendizado digital. As limitações causadas pela pandemia e o fechamento temporário dos centros educacionais tornaram a educação

digital uma opção mais do que necessária para evitar que nada do que foi aprendido fosse perdido. Não só este cenário pandêmico deixou claro o quão eficazes podem ser os infoprodutos, mas também mostrou o quão eficientes e estimuláveis podem se tornar, quando são estrategicamente integrados no sistema de ensino e aprendizagem.

Ademais, os infoprodutos e a educação digital em si são importantes para a inclusão educacional devido à acessibilidade. Pessoas de diferentes regiões geográficas agora podem obter qualificações profissionais e acadêmicas de instituições reconhecidas internacionalmente. Ao tornar a informação acessível a todos, as lacunas de conhecimento em diferentes comunidades são reduzidas, promovendo seu avanço econômico e social (ONU, 2015).

Portanto, o significado da educação digital e o sucesso dos infoprodutos na perspectiva global são inegáveis. Eles não são apenas um próximo passo natural no processo de aprendizagem, mas representam uma necessidade gerada pelo cenário global em constante mudança e que requer cada vez mais habilidades flexíveis, acessíveis e perpetuamente atualizadas. Este trabalho tenta compreender como as empresas de educação digital se internacionalizam e como os produtos de informação são internacionalizados para os mercados globais.

O objetivo geral deste estudo é mapear os estudos acadêmicos sobre o processo de internacionalização de empresas de educação digital, com um foco particular na expansão de infoprodutos para mercados globais. Como objetivos específicos, primeiramente, o estudo busca explicitar o conceito de educação digital em relação à realidade atual das tecnologias de comunicação em expansão. Em seguida, pretende fornecer uma visão geral do panorama atual do mercado de infoprodutos, apontando suas principais tendências e como essas tendências estão impactando a educação digital. Por fim, visa identificar como as empresas de educação digital aplicam suas estratégias de internacionalização, sustentadas pela tecnologia.

A relevância deste estudo está nas rápidas mudanças e crescimento da educação digital e dos infoprodutos, que se tornaram partes da educação moderna. No entanto, para essas empresas, aventurar-se em mercados globais apresenta uma oportunidade de acessar uma base de clientes mundial e aumentar suas receitas. A globalização está tornando as fronteiras geográficas da educação mais estreitas e permitindo que as empresas acessem novos mercados (Tsymbal; Kalenyuk, 2023)

Além disso, este estudo é relevante para o curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEANI), devido a envolver estratégias de internacionalização e adaptação cultural, que são aspectos fundamentais de negociação no contexto internacional.

As empresas de educação digital enfrentam os desafios da internacionalização, uma competência-chave para os estudantes de LEANI, e esta pesquisa ajuda a entender como isso tem sido alcançado.

A motivação para a realização deste estudo está diretamente relacionada à atuação profissional em uma EdTech, na qual é possível vivenciar cotidianamente os desafios e as oportunidades do setor da educação digital. Essa experiência despertou o interesse em compreender como ocorre o processo de internacionalização nesse tipo de empresa.

O presente estudo se divide em quatro partes, sendo a primeira esta seção de Introdução que apresenta o tema e estabelece o problema de pesquisa, demonstrando a relevância do estudo enquanto expõe seus objetivos. Em seguida, a seção de Metodologia descreve os métodos usados para implementar a pesquisa, justificando as decisões metodológicas tomadas. A apresentação dos resultados, dividida em três principais tópicos, reúne as informações coletadas através da pesquisa bibliográfica, com a intenção de organizar os principais dados encontrados nos estudos analisados. Por fim, as Considerações Finais sintetizam os resultados obtidos, tornam visíveis as limitações do estudo e sinalizam possíveis caminhos para futuras pesquisas.

2 METODOLOGIA

Este estudo é de natureza qualitativa e constitui uma pesquisa bibliográfica baseada em um levantamento de fontes primárias e secundárias (Lakatos; Marconi, 2003), com o propósito de construir um estado da arte para apresentar um panorama atualizado do tema em questão. Além de bibliográfica a pesquisa pode ser considerada também telematizada e pesquisa web, pois, por exemplo, faz a busca e seleção de estudos relevantes nos bancos de dados Google Scholar, SciELO e SciSpace seguiram as diretrizes de escopo de Gil (2002), a saber: identificar as fontes mais relevantes, localizar o material de forma eficiente e ler as obras de maneira crítica e seletiva.

Ademais, os termos-chave utilizados nas pesquisas foram: "educação digital", "infoprodutos", "transformação digital" e "tecnologia", em múltiplos idiomas (português, inglês e espanhol), garantindo uma revisão abrangente da literatura internacional e minimizando vieses regionais. A análise buscou integrar essas temáticas, estabelecendo relações entre elas e identificando pontos de convergência na literatura.

3 A ERA DIGITAL NA EDUCAÇÃO

Seja em escolas, universidades ou ambientes informais, a educação eficaz é aquela que prepara indivíduos para compreender e intervir no mundo de forma crítica (Libâneo, 2016).

A educação no sentido mais amplo é aprender - e ajudar a que outros aprendam pela comunicação e compartilhamento - a construir histórias de vida, que façam sentido, que nos ajudem a compreender melhor o mundo, aos demais e a nós mesmos; que nos estimulem a evoluir como pessoas, a fazer escolhas, nos libertem das nossas dependências e nos tornem mais produtivos e realizados em todos os campos, como pessoas e cidadãos. (Moran, 2015, p. 4)

Nessa perspectiva, a chegada das tecnologias digitais não apenas amplia os meios de comunicação educativa, mas muda as possibilidades de aprender, ensinar e partilhar conhecimento.

Essa mudança nas possibilidades educativas exige a incorporação consciente das tecnologias digitais nos processos de ensino. Sani *et al.* (2024) afirmam que as tecnologias de informação e comunicação transformam o sistema educacional tradicional em um modelo moderno e eficiente, destacando que "o uso efetivo das tecnologias de informação e comunicação pode substituir os métodos tradicionais de ensino" (p.3). Embora essa transformação digital já fosse observada no cenário educacional, eventos globais recentes demonstraram a necessidade acelerada de tal adaptação.

O período pandêmico de COVID-19 tornou-se um marco para a educação digital, expondo tanto seu potencial quanto suas limitações estruturais. Como destaca Sawalka (2025), embora o ensino à distância baseado em internet venha se desenvolvendo como tendência desde 1990, sua implementação em massa durante a pandemia revelou carências de infraestrutura, tendo em vista que requer acesso a dispositivos digitais, conectividade com a internet e softwares adequados.

Paralelamente, a pandemia fez com que um *boom* de inovações surgisse na educação, devido a necessidade de educar apesar do distanciamento social físico entre as pessoas. Conforme destacam Bunioti e Gomes (2021, *apud* Nariyoshi, 2024), a transição massiva e emergencial para o ensino por meio de tecnologias digitais resultou em novos métodos e práticas de ensino que são mais flexíveis e centradas no aluno, consolidando-se como práticas permanentes na educação pós-pandêmica. Embora as adaptações emergenciais tenham mostrado que novas pedagogias eram possíveis, as plataformas digitais têm preparado o terreno para transformações mais radicais.

Segundo Assunção e Mendes (2024), a recente evolução da internet e das tecnologias digitais proporcionou novas possibilidades para a disseminação de material educacional. Este processo é impulsionado por mudanças na tecnologia que tem efeito disruptivo sobre a forma como os consumidores se comunicam, consomem e se desenvolvem (İpek, 2020).

Nesse contexto, a segmentação que a internet proporciona, faz com que as necessidades específicas de cada público sejam atendidas (Costa e Silva, 2021). Dados recentes destacam que o segmento de *self-paced learning* (aprendizado autônomo) foi o maior gerador de receita no mercado global de educação digital em 2024. Esse modelo, flexível e adaptável, é especialmente valorizado por profissionais que buscam aprimorar habilidades sem restrições de tempo ou ritmo padronizado. Por outro lado, programas com instrutores devem crescer 33,2% ao ano (2025-2030), atendendo demandas por estruturação e suporte contínuo, como cursos para crianças, graduações online e capacitações técnicas (Grand View Research, 2024).

Apesar desses destaques, Yadav (2024) diz que o acesso às tecnologias pode ser limitado por diversos fatores, desde as condições socioeconômicas dos usuários até o conhecimento de como utilizar os dispositivos digitais necessários, ou mesmo pelos desafios pedagógicos que surgem. O autor reforça que outros riscos estão envolvidos como a qualidade do conteúdo, motivação, privacidade e segurança. De forma que é necessário considerar um conjunto mais amplo de condições para a implementação da educação digital. No entanto, essas limitações não impedem o avanço da inovação digital, especialmente com o surgimento dos infoprodutos.

Esses produtos digitais, feitos para a disseminação de informações, conhecimentos ou soluções práticas, surgiram como parte da economia digital (Tatarinov *et al.*, 2023). A partir daí, surgem mecanismos como plataformas de ensino, aplicativos *mobile* e bibliotecas digitais. Além disso, Assunção e Mendes (2024) dizem que essas ferramentas permitem a criação de materiais didáticos dinâmicos, como vídeos, ebooks, entre outros infoprodutos. Além disso, as autoras ressaltam ainda que a personalização do ensino possibilita ajustar o ritmo, formato e conteúdo de acordo com o perfil de cada público, considerando suas dificuldades e habilidades específicas.

Assim, a educação digital se fortalece como resposta às demandas de um mundo em transformação. Se, como propõe Moran (2015), a educação visa construir histórias de vida significativas através da comunicação e compartilhamento, a educação digital amplia e transforma essas possibilidades de interação através dos meios tecnológicos. É nesse contexto

que os infoprodutos emergem como alternativa inovadora, combinando escalabilidade com personalização, paradoxo que as plataformas digitais tornaram possível resolver.

3.1 O PANORAMA DOS INFOPRODUTOS

O mercado de educação digital global deve atingir US\$ 585 bilhões até 2027 (Statista, 2023), e tem nos infoprodutos um de seus componentes mais dinâmicos. No Brasil, o Censo EAD.br 2022 (ABED) confirma que instituições que oferecem cursos livres priorizam materiais digitais como livros eletrônicos, videoaulas e podcasts, com investimento significativo na personalização desses conteúdos para atender necessidades específicas dos alunos. Esse uso reflete uma dupla função: enquanto ferramenta pedagógica para estudantes, os infoprodutos representam também uma revolução no mercado de trabalho educacional, reconfigurando o próprio conceito de produção e distribuição de conhecimento.

Esse movimento não se limita à educação informal. Segundo o relatório do PNE 2014-2024 (INEP, 2024), a educação superior brasileira passou por uma transformação estrutural, com a modalidade EaD liderada pelo setor privado com fins lucrativos – que saltou de 9,4% das matrículas em 2012 para 39,5% em 2023, substituindo parte da demanda por cursos presenciais. Essa migração em larga escala para o digital ampliou a necessidade de infoprodutos como suporte pedagógico, consolidando-os como pilares tanto na educação formal quanto na informal.

Essa dinâmica fica evidente através da pesquisa FGV/ECMI com a Hotmart (2023): a *Creator Economy* movimenta R\$ 2,3 bilhões anuais no País, sustentando não apenas os infoprodutores que buscam renda extra (33%), liberdade temporal (20%) e geográfica (16%), mas vários profissionais digitais, desde designers instrucionais até especialistas em marketing educacional. Essa mudança no mercado educacional digital demanda a compreensão do agente central do processo: o infoprodutor.

Silveira (2024) contextualiza o surgimento da figura do infoprodutor como resultado direto da economia digital, definindo-o como profissional que desenvolve e distribui conteúdos informacionais digitais. A autora observa que o mercado brasileiro de infoprodutos é bastante diversificado, com uma ampla gama de agentes, desde produtores independentes até grandes empresas de *streaming*, que convivem no mesmo ecossistema digital, mas com estratégias e objetivos bem diferentes (Silveira, 2024). Essa análise é relevante para a educação digital, pois demonstra como diferentes modelos e estratégias competem por espaço na oferta de aprendizagem online.

Isso só se tornou possível através das plataformas tecnológicas que estruturam esse ecossistema. Conforme a Revista Zoom Business Review (2023), as plataformas são ferramentas digitais que ajudam a conectar diferentes grupos, como quem produz e quem consome, tornando as trocas mais fáceis. Elas constituem a base operacional das EdTechs, empresas que estão mudando os modelos de negócios na educação digital através de soluções para produção e distribuição de conteúdos.

O termo EdTech, conforme explica Silva (2023), denomina tanto a tecnologia educacional (*Education Technology*) quanto as empresas do setor. E, segundo o Relatório de Mercado de Tecnologia Educacional de 2024 da Global Growth Insights, tem seu crescimento impulsionado pelo aumento de 72% no acesso à educação online, 65% na aprendizagem móvel e 78% nos investimentos em tecnologia. Isso foi acompanhado de perto por tendências como o rápido crescimento de tutorias baseadas em IA (60%) e a adoção da gamificação (55%) na transformação do setor.

Ainda assim, existem desafios dentro do setor, incluindo a falta de infraestrutura digital (52%), lacunas na formação de professores (49%) e restrições de custo (44%). Mas os resultados alcançados ao longo da pesquisa mostram 64% de melhores resultados de aprendizagem, 71% de melhora no engajamento dos alunos e 59% de aceleração na entrega do currículo ao longo do projeto e falam por si só. No relatório da Global Growth Insights, as três principais tendências observadas incluem o lançamento de 70% de novas ferramentas de IA, 66% de fusões e parcerias em 2024 e 61% das plataformas fazem avanços nos segmentos de educação primária e superior. Esses dados mostram o impacto transformador que EdTech pode ter na educação em todo o mundo.

Com base nessa transformação, Ip (2024) ressalta que as EdTechs são como agentes de inovação disruptiva, tanto ao reconhecer lacunas no sistema tradicional quanto ao criar soluções escaláveis, desde *MOOCs (Curso Online Aberto e Massivo)* até microcredenciais, que democratizam o acesso ao conhecimento. Essa perspectiva de um sistema amadurecido por empresas ágeis e centradas no usuário faz mais do que apenas ampliar o alcance dos infoprodutos, ela redefine os próprios paradigmas da educação, consolidando um ecossistema onde flexibilidade, personalização e tecnologia se tornam pilares irreversíveis (Ip, 2024).

3.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EDTECHS

Segundo a Global Growth Insights, hodiernamente, a América do Norte possui a maior participação de mercado (38%) na indústria global de edtech, enquanto a Ásia-Pacífico

detém 32%, e a Europa tem uma participação de 18%. Por outro lado, regiões emergentes estão experimentando um crescimento rápido, com a América Latina tendo um aumento de 47% ano a ano na adoção dessas soluções.

Uma dessas expansões em um país em desenvolvimento é vista no Sudão, no continente africano. Segundo Eltahir (2019), a educação a distância tem sido considerada uma maneira de enfrentar as dificuldades apresentadas no ensino superior, e esse meio não está limitado apenas a países desenvolvidos. O autor mostra que apesar de identificar barreiras para alcançar seu potencial, incluindo suporte institucional e infraestrutura, há um consenso de que as tecnologias educacionais desempenham um papel decisivo na resolução de desafios antigos nesses contextos. Essa visão indica um cenário promissor para EdTechs como catalisadores da abertura para inclusão e democratização do conhecimento em economias emergentes.

No entanto, essa expansão também levanta preocupações sobre seu impacto no sistema educacional. Silva (2022) defende que a plataformização da educação, causada pelas EdTechs, facilita a entrada do capital privado na educação pública, o que pode prejudicar o trabalho dos professores e tirar o controle da educação do Estado. A autora não culpa o desenvolvimento dessas tecnologias, mas mostra como ela está sendo usada de uma forma que piora a educação, por exemplo, com vigilância dos alunos e professores, coleta de dados e mercantilização das relações.

Embora o fechamento global causado pela COVID-19 tenha desacelerado o ritmo da internacionalização no setor educacional, ele não a interrompeu completamente. O conceito de "internacionalização em casa" (Tsymbal; Kalenyuk, 2023) materializou-se como uma nova fronteira desse processo, permitindo que experiências educacionais transcendam fronteiras físicas sem a necessidade de deslocamento. Essa modalidade consolida a educação digital como um fenômeno genuinamente internacional, que ocorre através de plataformas globais, parcerias transnacionais e modelos pedagógicos adaptáveis a diferentes contextos culturais e institucionais.

Essa distinção entre modalidades de internacionalização não é nova, mas ganhou contornos específicos na era digital. Como destacam Sampaio, Pires e Carneiro (2021), retomando a classificação de Knight (2004), as estratégias de internacionalização sempre se dividiram entre atividades "para fora" (*abroad*), como mobilidade acadêmica e oferta transnacional de cursos, e "em casa" (*at home*), incluindo currículos flexíveis, cursos em língua estrangeira e adaptação de infraestruturas. O que a pandemia evidenciou foi a aceleração da segunda modalidade, com as EdTechs assumindo um papel central na

internacionalização "em casa" através de plataformas digitais que simulam experiências globais sem exigir deslocamento físico.

A internacionalização acelerada das EdTechs reflete uma tendência mais ampla identificada na literatura: o surgimento de empresas "*born globals*", que rompem com os modelos tradicionais de expansão gradual (Guri & Noseleit, 2023). Essas organizações aproveitam recursos digitais para três processos cruciais: (1) criação de valor (como conteúdos educacionais adaptáveis), (2) entrega eficiente (via plataformas escaláveis) e (3) captura de resultados (por meio de modelos de assinatura ou micropagamentos).

Estudos apontam que, nesse ecossistema, a verdadeira vantagem competitiva para internacionalização rápida está nas tecnologias que permitem criar valor, como ferramentas de personalização de aprendizagem ou algoritmos que ajustam conteúdos a contextos culturais distintos (Guri & Noseleit, 2023). Já as soluções focadas apenas em distribuição ou monetização, embora necessárias, não são suficientes para garantir a expansão transnacional acelerada.

Essa capacidade de expansão internacional é potencializada pelo próprio DNA digital das EdTechs. Como observa Neubert (2018), *startups* enxutas (*lean global startups*) nascidas no ambiente digital, categoria à qual muitas EdTechs pertencem, aproveitam a digitalização para reduzir custos de entrada em mercados estrangeiros. Ao basear decisões em dados (em vez de intuição) e otimizar redes domésticas com ferramentas digitais, essas empresas aceleram a internacionalização: identificam atratividade de mercados, adaptam campanhas de aquisição de clientes e escalam operações com agilidade.

A infraestrutura tecnológica dessas empresas opera como alavanca para sua expansão global. Jain (2024) identifica tendências na tecnologia educacional que explicam essa capacidade, como o aumento de *digital footprints* (pegadas digitais) que permite mapear demandas regionais em tempo real. O autor também fala sobre a automação via IA (Inteligência Artificial) que reduz custos de localização, já que algoritmos adaptam não apenas idiomas, mas contextos culturais em materiais didáticos. E fala sobre modelos híbridos de *cohort learning* (aprendizagem baseada em grupo) criam comunidades globais de alunos, simulando intercâmbios culturais sem deslocamento físico.

Apesar do otimismo em relação ao uso de IA na educação, Forero-Corba e Bennasar (2024) apontam que algumas preocupações sutis estão presentes. Uma delas é o risco de preconceito, exclusão e distorções se a coleta de dados utilizados para treinar a Inteligência Artificial não for feita ética e moralmente. Outra preocupação é sobre a maioria das pesquisas serem conduzidas por engenheiros, sem uma participação considerável de educadores, o que

pode fazer com que a prática pedagógica real não esteja sendo considerada. Assim, os autores reconhecem que para o uso de IA realmente transformar a educação, precisa funcionar bem e de forma justa, sendo sensível ao contexto educacional.

A imersão tecnológica aprofunda-se com ferramentas como gamificação e realidade estendida, que funcionam como diferencial na conquista de mercados. Conforme Jain (2024), plataformas que integram elementos de jogos (*game-based learning*) apresentam taxas de conclusão 25% superiores às de mercados emergentes - onde o engajamento é desafio crônico. Já as soluções de VR/AR, embora ainda em consolidação, permitem simulações interculturais (ex.: negociações comerciais em ambientes virtuais com avatares de diferentes nacionalidades), reduzindo a necessidade de infraestrutura física para capacitação global.

Essas tecnologias só alcançam escala global através de modelos de parceria estratégicos. Conforme Sued (2022), as plataformas educativas funcionam como intermediárias que estabelecem diferentes tipos de parcerias. A exemplo de algumas EdTechs globais: a Udeemy com instrutores independentes, a EdX com universidades e a Coursera com instituições acadêmicas e empresas. Essas plataformas rentabilizam suas infraestruturas digitais oferecendo acesso e serviços aos parceiros que fornecem os conteúdos. Esse modelo econômico baseia-se no controle de ativos como dados, propriedade intelectual e licenças, que garantem a sustentabilidade do negócio.

Essa lógica de intermediação digital viabiliza também a reconfiguração dos próprios conteúdos educacionais. Valenzuela (2024), identifica quatro eixos estruturadores nesse processo: (1) a inclusão de uma abordagem internacional dentro do ensino e dos materiais educacionais, (2) desenvolvimento estruturado de habilidades interculturais, (3) expansão da grade curricular com foco internacional e (4) criação de espaços de aprendizado que simulam vivências multiculturais. Embora esses princípios gerais tenham sido inicialmente desenvolvidos para instituições educacionais tradicionais, é nas plataformas digitais, com implantação em larga escala e sem barreiras físicas, que é possível encontrar uma das principais vantagens competitivas das EdTech.

Em síntese, a internacionalização das EdTechs consolida-se como um fenômeno distintivo do século XXI, onde a tecnologia não apenas viabiliza, mas redefine os próprios parâmetros da expansão educacional internacional. Ao integrar dados estratégicos Neubert (2018), inovações pedagógicas Jain (2024) e modelos de parceria escaláveis Sued (2022), essas empresas transformam desafios da educação global em oportunidades de crescimento ágil. O resultado é um ecossistema que não apenas atravessa fronteiras, mas as ressignifica: na educação digital, a internacionalização já não se mede pela presença física em múltiplos

países, mas pela capacidade de conectar aprendizes, culturas e saberes em plataformas que são, por design, universais e locais simultaneamente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo mapear os estudos acadêmicos sobre o processo de internacionalização de empresas de educação digital, com um foco particular na expansão de infoprodutos para mercados globais, com ênfase na internacionalização de infoprodutos. A educação mudou notavelmente, a tal ponto que a educação digital agora é parte integrante dos processos de ensino e aprendizagem e também atende às exigências de flexibilidade e acessibilidade nos processos devido à transformação tecnológica, sempre acelerada pela pandemia de COVID-19 e mudanças significativas como essa. Mas ainda existem desafios, como falta de acesso, infraestrutura e preparo. Mesmo assim, surgiram muitos recursos digitais (como vídeos, ebooks e plataformas online) que ajudaram a transformar o ensino. Esses infoprodutos mudaram a forma de ensinar, de aprender e até de ganhar dinheiro com educação, criando o papel do infoprodutor.

O modelo de internacionalização das EdTechs está longe de ser uma réplica do processo tradicional, mas é impulsionado por tecnologias ágeis, modelos escaláveis e estratégias digitais. Nota-se que, de acordo com essa dinâmica, as "*born globals*" estão crescendo principalmente por meio das plataformas, superando as barreiras das fronteiras físicas, usando a internet para alcançar mais países sem precisar estar fisicamente lá. No entanto, ainda há muitos desafios a superar, incluindo infraestrutura e adoção da tecnologia, particularmente em novos mercados.

Este trabalho contribui para a discussão teórica ao integrar educação digital, infoprodutos e internacionalização, áreas ainda em consolidação. Os resultados na prática mostram a força do investimento em tecnologia e parcerias estratégicas para as empresas do setor e um sinal de que as instituições educacionais tradicionais precisam se adaptar.

Como limitação, reconhece-se a escassez de estudos empíricos sobre o tema da internacionalização de EdTechs em contextos específicos, como o Brasil. Sugere-se, para mais pesquisas no futuro, a realização de estudos de caso detalhados, bem como pesquisas comparativas entre modelos de negócios.

Além das contribuições para o campo acadêmico, este estudo oferece ganhos relevantes ao curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEANI), ao promover uma reflexão interdisciplinar entre educação, tecnologia e estratégias

de inserção global. Ao abordar um tema atual e pouco explorado, o estudo amplia o repertório dos estudantes sobre práticas contemporâneas de internacionalização, conectando a teoria à realidade de mercados digitais emergentes.

Para a sociedade, os resultados ajudam a compreender como o acesso global ao conhecimento pode ser potencializado por meio das EdTechs, favorecendo a democratização da educação. No plano pessoal e profissional, o estudo proporcionou o aprofundamento em temas diretamente relacionados à atuação no setor de educação digital, além de fortalecer habilidades de análise crítica, pesquisa acadêmica e reflexão estratégica sobre os rumos da internacionalização nesse segmento.

Conclui-se que a educação digital e os infoprodutos são os protagonistas de uma transformação irreversível na produção e disseminação do conhecimento, com a internacionalização das EdTechs redefinindo os paradigmas da educação em escala global.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA – ABED. **Censo ead.br:** relatório analítico da aprendizagem a distância no Brasil 2022. Tradução Camila Rosa. Curitiba: InterSaberes, 2024. Disponível em: <https://abed.org.br/arquivos/CENSO%20EAD%202022%20PORTUGUES+INGLES.pdf>

ASSUNÇÃO, Dulcylene Barros de; MENDES, Rose Cléia Maria Barros. *Significant use of technologies in digital education. **Seven Publicações Acadêmicas***. Brasil, n. 2, 2024. Disponível em: 10.56238/sevened2024.013-002

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Relatório do 5º ciclo de monitoramento das metas do Plano Nacional de Educação – 2024.** – Brasília, DF : Inep, 2024. Disponível em: https://www.google.com/url?q=https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/plano_nacional_de_educacao/relatorio_do_quinto_ciclo_de_monitoramento_das_metas_do_plano_nacional_de_educacao.pdf&sa=D&source=docs&ust=1743978789729957&usg=AOvVaw0qpuF6WLyZUpttJ2R79wbD.

CARNEIRO, Ana Maria; PIRES, André; SAMPAIO, Helena. De Volta Ao Futuro? A Pandemia De Covid-19 Como Catalisadora De Mudanças No Ensino Superior. **Humanidades & Inovação**. Vol. 9, n. 2, p. 54-66. 2022. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/7268>

COSTA, Ana Cássia; SILVA, Monique de Almeida. O comportamento do consumidor de infoproduto. **Research, Society and Development**. V. 10, n. 3, 2021. Disponível em: <<https://www.rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/12874/11656>>.

ELTAHIR, Mohd Elmagzoub. E-Learning in Developing Countries: Is it a Panacea? A Case Study of Sudan. **IEEE Access**. V. 7, p. 97784-97792, Ajman, 2019. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8768377>.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS COMUNICAÇÃO RIO. O impacto socioeconômico dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil. Coordenação: Beatriz Pinheiro. 2. ed. - Rio de Janeiro : FGV ECMI, 2024. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/8a0b24ee-4435-4b42-8110-80c4b681cdc2/content>.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo : Atlas, 2002.

GLOBAL GROWTH INSIGHTS. Relatório de mercado de tecnologia educacional (EdTech). 2024. **Global Growth Insights**. Índia, 2023. Disponível em: <https://www.globalgrowthinsights.com/pt/market-reports/education-technology-edtech-market-101017>.

GRAND VIEW RESEARCH. **Digital Education Market Size, Share & Trends Analysis Report: By Service, By Learning (Self-paced, Instructor-led), By Course, By End Use (Academic, Enterprises), By Region, And Segment Forecasts, 2025 - 2030**. São Francisco,

Califórnia, 2023. Disponível em:
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/digital-education-market-report>

GUPTA, Chetna. Digital Education. *Edumania-An International Multidisciplinary Journal* V. 01, p. 04-09. 2023. Disponível em: 10.59231/edumania/8969.

GURI, R.; NOSELEIT, F. A Born Global Internationalization Path: The Role of Digital Technologies. Proceedings - Academy of Management. **SSRN - Social Science Research Network**. [s. l.], v. 2023, n. 1, 2023.

IP, Ken. The rise of EdTech: Transforming education through entrepreneurial ventures. **Advances in online education.**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 177, 2024. Disponível em:
<https://doi.org/10.69554/nsvd4541>

İPEK, İ. *Understanding Consumer Behavior in Technology-Mediated Spaces*. In: GEORGE, B.; PAUL, J. **Digital Transformation in Business and Society** P. 169-189. Palgrave Macmillan Cham. 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-08277-2_11

JAIN, R. **Role of Technology in Shaping Future of Education**. [S. l.:] **IIP Series**, Fev. 2024. p. 148–157. Disponível em: <https://doi.org/10.58532/nbennurch17>

KALENYUK, Iryna; TSYMBAL, Liudmyla. *Digital Transformation Of The Global Education Market*. **Baltic Journal of Economic Studies**. Vol. 9 N. 5, 2023. Disponível em: <http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/2284/2283>

LIBÂNIO, J. C. Políticas educacionais no Brasil: desfiguramento da escola e do conhecimento escolar. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 46, n. 159, p. 38–62, 2016. Disponível em: <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/article/view/3572>. Acesso em: 3 abr. 2025.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MORAN, José. Educação híbrida: um conceito chave para a educação, hoje. In: BACICH, LÍLIAN. **Ensino Híbrido: Personalização e Tecnologia na Educação**. Tecnologias, Sociedade e Conhecimento. Campinas, vol. 3, n. 1, p. 27-45. Dez. 2015. Disponível em:
https://moran.eca.usp.br/wp-content/uploads/2021/01/educa%C3%A7%C3%A3o_h%C3%A4brida.pdf

NARIYOSHI, R. A. M. Educação a distância e a pandemia do covid 19. **RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber**. Brasil, v. 1, n. 1, 2024. Disponível em:
<https://doi.org/10.51473/rcmos.v1i1.2024.624>

NEGRE, Francisca Bennasar; FORERO-CORBA, Wiston. *Techniques and applications of Machine Learning and Artificial Intelligence in education: a systematic review*. **RIED - Revista Iberoamericana de Educación a Distancia**, v. 27, n. 1, 2024. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/journal/3314/331475280025/331475280025.pdf>

NEUBERT, M. *The Impact of Digitalization on the Speed of Internationalization of Lean Global Startups*. **SSRN - Social Science Research Network** [s. l.], v. 8, n. 5. Maio 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3394507

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **ODS 4 ONU: Educação de qualidade - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.** Nova Iorque, 2015. Disponível em: <https://sdgs.un.org/goals/goal4>.

PIZZINATTO, Andrea Kassouf; CAVAZOS-ARROYO, Judith; Kassouf, NADIA. Transformação Digital Na Educação Superior e nos Negócios. **Revista Zoom Business Review**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 34–51, 2023. Disponível em: <https://revistazbr.com/zbr/index.php/zoom/article/view/10>.

RULLANI, Francesco; GIORDANI, Paolo E. *The Digital Revolution and COVID-19. Working Papers 06*, Venice School of Management - Department of Management, Università Ca' Foscari Venezia. 2020. Disponível em: <<https://ideas.repec.org/p/vnm/wpdman/176.html>>

SANI, J. *et al. Technologies Used in Education. International Journal For Multidisciplinary Research*. [s. l.], v. 6, n. 3, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.22020>.

SAVCHENKO, Inna A. *et al. Features Of The Development Of The Internet Economy Of Digital Goods. Ekonomika. I Upravlenie: Problemy, Resheniya*. Vol.3, n.7, p. 295-300. Rússia, 2024. Disponível em: [10.36871/ek.up.p.r.2024.03.07.035](https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2024.03.07.035).

SAWALKA, Divyang. *Impact of COVID-19 on the Education Sector and Student Well-being. ScienceOpen Preprints* Boston, Março, 2025. DOI: [10.14293/PR2199.001381.v1](https://doi.org/10.14293/PR2199.001381.v1)

SILVA, Paula Alves Pereira da. **EdTech e a plataformação da educação**. 2022. 114 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Educação, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/bitstream/1/19281/2/Tese%20-%20Paula%20Alves%20Pereira%20da%20Silva%20-%202022%20-%20Completa.pdf>.

SILVEIRA, Michele. **Paradigmas tecnológicos e a Economia da Informação: Uma análise do mercado de infoprodutos no Brasil**. Monografia (graduação). Curso de Ciências Econômicas do Centro Socioeconômico da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2024. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/255611/Trabalho_de_Conclusao_de_Curso_MicheleSilveira.pdf?sequence=1&isAllowed=y

STATISTA. *Online Education: market data & analysis. Market Insights report. Statista* Estados Unidos, 2025. Disponível em: <https://www.statista.com/study/116028/eservices-report-online-education/>.

SUED, G. E. *Coursera y la plataformación de la educación: operación de mercados, datificación y gobernanza. Transdigital*, [s. l.], v. 3, n. 5, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.56162/transdigital95>.

VALENZUELA, Lida. *Estrategias de Internacionalización del Currículum. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* Vol. 5, n. 4, p. 2490–2503. 2024. Disponível em: <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/2433/3058>.

YADAV, Neeraj. *The Impact of Digital Learning on Education*. ***International Journal of Multidisciplinary Research in Arts, Science and Technology***. V. 2, n. 1. Ludhiana, 30 Jan. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.61778/ijmrast.v2i1.34>

ZANONI, Thiago de Oliveira. **Infoproduto**: a venda de conhecimento através da internet no Brasil. Monografia (Graduação). 115 p. Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/256904/001166070.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.