

A INGERÊNCIA DA EMPRESA TRANSNACIONAL NA ESCOLA PÚBLICA POR MEIO DA SUA ARTICULAÇÃO COM O ESTADO

THE TRANSNATIONAL COMPANY'S MISMANAGEMENT IN PUBLIC SCHOOL THROUGH ITS ARTICULATION WITH THE STATE

Joelma Lúcia Vieira Pires¹

Universidade Federal de Uberlândia

RESUMO: Pesquisa qualitativa sobre a ingerência da empresa na escola pública por meio da sua articulação com o Estado. O estudo foi realizado em uma escola da rede estadual de São Paulo localizada em um município da Região Metropolitana. Realizamos entrevistas com professores da instituição, uma vez que eles são responsáveis por desenvolver o material “pedagógico” (*kit*) da empresa na sala de aula. O projeto da empresa foi desenvolvido na escola por meio da sua articulação com o Ministério da Educação (MEC) no Governo Fernando Henrique Cardoso e no Governo Lula. Portanto, ambos estabeleceram articulação com o setor privado nas políticas para a Educação escolar pública. Verificamos que o desenvolvimento do *kit* da empresa na escola atinge a prática pedagógica e autonomia dos professores, pois eles utilizam o referido material “pedagógico” nas suas aulas. Em função disso, os conteúdos das disciplinas são subjugados ao projeto “educativo” da empresa. Embora predomine a tendência de os professores viabilizarem o material “pedagógico” da empresa nas suas aulas, existem alguns que questionam tal material e resistem na tentativa de reafirmarem a sua autonomia e a formação dos estudantes para a emancipação. No entanto, tais questionamentos e resistências são individuais, não evidenciam práticas de fortalecimento coletivo.

PALAVRAS-CHAVE: Empresa transnacional, Estado, Escola pública.

THE TRANSNATIONAL COMPANY'S MISMANAGEMENT IN PUBLIC SCHOOL THROUGH ITS ARTICULATION WITH THE STATE

ABSTRACT: Qualitative research about transnational company's mismanagement in public school through its articulation with the State. The study was realized in a state school in Sao Paulo, located in a city of the Metropolitan Area. Interviews with the institution's teachers were accomplished since they are responsible for developing the “pedagogical” material (*kit*) of the company in the classroom. The company's project was developed in the school by the means of articulation with the Education Ministry (MEC) in Fernando Henrique Cardoso's government and Lula's government. Therefore, both established articulations with the private sector in politics for public scholar education. It was verified that the kit's development of the company in school reaches the pedagogical practice and the teacher's autonomy once they use that

¹ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas. Professora da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia (FACED-UFU). E-mail: joelmapires@uol.com.br

“pedagogical” material in their classes. As a result, the discipline’s content is subjugated to the “educative” project of the company. Although there is a predomination in the teacher’s tendency to turn the company’s “pedagogical” material available in classes, there are some that question such material and resist, trying to reaffirm their autonomy and the student’s formation to their emancipation. However, such questions and resistances are individual, they do not show practices of collective empowerment.

KEYWORDS: Transnational Company, State, Public School

L'INGERENCE DES SOCIETES MULTINATIONALES DANS LA GESTION DES ECOLES PUBLIQUES

RÉSUMÉ: Cette recherche qualitative porte sur l’ingérence de sociétés privées dans les écoles publiques. L’étude a été réalisée dans une école publique à Sao Paulo. Les Entretien avec les enseignants de l’institution une fois qu’ils sont responsables du développement du matériel pédagogique (kit) de l’entreprise dans la classe. Le projet de l’entreprise a été développé à l’école en accord avec le ministère de l’Éducation (MEC) du gouvernement de Fernando Henrique Cardoso et de Lula. Les deux accords ont été établis avec le secteur privé dans le cadre d’une politique de l’éducation publique. Il a été vérifié que le développement du kit de la société a pour objectif la pratique pédagogique de l’école et l’autonomie de l’enseignant. En conséquence, le contenu des disciplines est soumis au projet "éducatif" de l’entreprise. Bien qu’il existe une tendance générale à la mise en place de ce matériel par les enseignants, on rencontre une résistance d’un certain nombre d’entre eux qui s’interrogent sur son efficacité et qui réaffirment leur autonomie. Néanmoins, de telles réticences ne sont pas le signe d’une réaction organisée (collective).

MOTS CLES: sociétés transnationales, Etat, école publique.

Introdução

A globalização da economia expressa a hegemonia das corporações transnacionais em um processo de acumulação e concentração do capital.² Em tal contexto o Estado não é mais o órgão central do capitalismo, mas o viabilizador de condições para a reafirmação da referida hegemonia.

² Em 1992, o faturamento total das empresas transnacionais indicava um claro aumento de concentração, “pois sua taxa de crescimento foi bastante superior à média do crescimento da economia mundial no mesmo período” (DUPAS, 2001, p. 435). Tal concentração continuou intensa nos últimos anos.

Atualmente, os interesses das corporações transnacionais são centralidade da burocracia governamental, uma vez que elas os impõem e assumem uma função de coordenação política e um papel político cada vez mais proeminente. Trata-se da coligação de gestores das empresas que implica a hegemonia das corporações transnacionais sobre o Estado.

No caso do Brasil, a tendência é a predominância das empresas globais e a redução do papel do Estado e do capital nacional. Os grupos estrangeiros e os nacionais, considerando os dez maiores, cresceram respectivamente 245% e 37%, quanto aos vinte maiores grupos à receita operacional líquida real dos estrangeiros cresceu 180% contra apenas 30% dos nacionais. Tal processo teve início após a década de 1980 e continuidade com a radical abertura do país em 1990 (DUPAS, 2001).

A educação escolar é uma das condições estratégicas de viabilização e de reafirmação da hegemonia das corporações transnacionais. Por isso, os representantes do setor privado realizam várias ações na educação escolar. Segundo Falleiros (2005), os organismos privados de hegemonia, mais do que nunca, adotam um modelo de sociabilidade baseado, sobretudo, em estratégias educacionais por meio da difusão dos conteúdos, das habilidades e dos valores para obter o consenso.

A educação do “novo homem” vem sendo propagada por diferentes meios, visando conformá-los aos pressupostos técnicos, psicológicos, emocionais, morais e ético-político da “flexibilização” do trabalho e a um modelo de cidadania para a sociabilidade capitalista. Nessa perspectiva, a escola continua sendo o espaço privilegiado para tal conformação de acordo com os princípios hegemônicos (FALLEIROS, 2005).

A tendência de desenvolvimento da ação do setor privado na educação em todos os níveis de escolaridade suscitou o interesse de um número significativo de pesquisadores em âmbito nacional e internacional. Logo, foram constituídos diversos e diferentes objetos de pesquisa sobre a relação entre o setor privado e educação escolar pública. Tais pesquisas foram realizadas no Brasil e em outros países.

Os problemas de pesquisa contemplados pelos pesquisadores quanto à relação do setor privado com a educação escolar pública incluem diversas investigações, entre elas, pesquisas sobre parcerias e adoções de escolas públicas por empresas e sobre a criação de escolas por empresas. Alguns pesquisadores constituíram como problema de pesquisa as ações de instituições representantes do setor empresarial no desenvolvimento da ideologia liberal na educação escolar pública, outros analisaram a ingerência da empresa na educação escolar pública por meio da divulgação dos seus produtos e da elaboração de ações que interferem no currículo e projeto

pedagógico das escolas. Há também os pesquisadores que consideram como seu problema de pesquisa o crescimento de instituições privadas de ensino superior como um processo de mercantilização da educação.

Portanto, os pesquisadores estudam e analisam a ingerência do setor privado no que se refere aos diferentes níveis de escolaridade. Além disso, investigam as diferentes estratégias de constituição de tal ingerência na formação dos estudantes.

Em 1996 realizamos pesquisa sobre a proposta de parceria empresa-escola da Federação das Indústrias do estado de Minas Gerais (FIEMG). A referida pesquisa foi financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) na modalidade de investimento em Bolsistas de Aperfeiçoamento. A pesquisa resultou em um relatório apresentado ao CNPq em 1997.

Verificamos, por meio da análise dos dados, que as empresas não apresentam disponibilidade de investimento financeiro na educação escolar pública, elas consideram que tal investimento é função do Estado. No entanto, elas desenvolvem ações de ingerência na gestão das escolas, no trabalho dos professores e na formação destes e dos estudantes.

A parceria empresa-escola foi problema de estudo da pesquisadora Silva (2006). Ela estudou tal parceria como uma forma de intervenção do setor privado na gestão da escola pública, por meio da disseminação do seu *ethos* empresarial, visando à constituição de novas subjetividades na formação dos estudantes e no interior das escolas.

A ingerência do setor privado na educação escolar por meio da criação de escolas por empresas foi problemática de estudo da pesquisadora Segnini (1986) em sua tese de doutorado. A referida pesquisadora considerou como objeto de pesquisa a criação de escolas pela Fundação Bradesco.

Quanto ao desenvolvimento da ideologia liberal pelos representantes do setor privado, na educação escolar pública, temos a contribuição de Gros (1993). A pesquisadora estudou a atuação dos Institutos Liberais (IL) na divulgação da ideologia liberal para os estudantes das escolas públicas. Tal ideologia foi divulgada na educação básica, por meio do investimento em cursos de aperfeiçoamento e extensão cultural para professores, e no ensino superior, por meio da divulgação de livros e documentos do referido instituto no meio universitário. Além disso, os (IL) realizaram atividades de integração entre empresas e universidades, promoção de cursos e palestras e também de um concurso de monografias sobre o liberalismo.

Quanto ao investimento das empresas na disseminação de sua ideologia e de seus produtos na sociedade e nas escolas públicas temos a contribuição de Dupas (2006). O autor

considera, ainda, que há um poder de influência das empresas na legislação de elementos essenciais da cultura social e política. Dupas considera o problema em suas produções acadêmicas, mas não chega a pesquisá-lo como objeto de estudo.

O pesquisador francês Laval (2004) coloca como problema e objeto de estudo o desenvolvimento das ações das empresas na educação escolar em âmbito mundial. Para o autor, a pressão da lógica do mercado de trabalho sobre a esfera educativa contribui para a intervenção mais direta e mais ativa das empresas em matéria de pedagogia, de conteúdos e de validação das grades curriculares e dos diplomas.

Os estudos de alguns pesquisadores sobre o crescimento das instituições privadas de ensino superior deu origem ao livro (*O empresariamento da educação; novos contornos do ensino superior no Brasil dos anos 1990*). Diversos autores Neves; Nascimento; Silva; Lima; Oliveira; Algebaile; Davies; Fernandes e Sant'Anna (2002) produziram artigos sobre a referida problemática.

A relação público/privado e as implicações para as políticas públicas de educação é um artigo da autora Vera Maria Vidal Peroni.³ A autora tem realizado significativas pesquisas sobre a temática. No referido artigo, Peroni (2011) analisa as consequências das novas fronteiras entre público e privado para o direito à educação pública de qualidade. Segundo Peroni, os setores vinculados ao capital veem a educação como instrumento da reestruturação produtiva, considerando a formação da “mão de obra” e de uma nova cultura cuja referência é o mercado como parâmetro de qualidade.

No artigo, Peroni fala sobre a realização da sua pesquisa “Novos Contornos da parceria público/privada na Gestão da Escola Pública”. Nesta pesquisa ela visa analisar as mudanças ocorridas no papel do Estado e as conexões entre público e privado por meio do estudo dos Programas da Rede Vencer, coordenados pelo Instituto Ayrton Senna (IAS). Conforme a autora, a pesquisa é desenvolvida em três redes municipais do Rio Grande do Sul.

Peroni (2005) também organizou, com a autora Theresa Adrião, o livro *“O público e o privado na educação; interfaces entre Estado e sociedade”*. Neste livro, constam artigos de diferentes autores sobre a temática. A centralidade é o estudo das políticas educacionais crivadas por uma racionalidade econômica da lógica mercantil e voltadas para remodelação da atuação da “esfera pública estatal”, embora financiadas por recursos públicos.

³ http://www.ufrgs.br/comexedu/arquivos/vera_peroni.pdf

As autoras Adrião, Borghi e Garcia realizaram pesquisa recente sobre a tendência de privatização da Educação Infantil nos municípios paulistas, por meio de um novo arranjo institucional entre o público e o privado. Elas verificaram a opção do poder público municipal em investir recursos públicos na esfera privada.

O projeto “educativo” da empresa transnacional em promoção conjunta com o MEC

Considerando as significativas pesquisas realizadas, a especificidade deste trabalho é analisar a implementação do projeto “educativo” de uma empresa transnacional em uma escola pública por meio da sua articulação com o Estado. O referido projeto é apresentado no *site* do Ministério da Educação (MEC)⁴, por Lorenzoni (2006):

Os alunos das escolas públicas do ensino fundamental vão iniciar o ano de 2006 estudando e discutindo os valores humanos. O tema foi escolhido para o Projeto MEC/ (nome da empresa) de Valorização de Crianças e Adolescentes 2005/2006, lançado nesta terça-feira, 6, pelo Ministério da Educação e pela (nome da empresa) Brasil. Para concorrer a uma viagem e conhecer Brasília, o aluno precisa escrever uma frase sobre o que são para eles os valores humanos [...]. Para o ministro da Educação, Fernando Haddad, estas iniciativas podem até parecer detalhes, mas têm alto potencial mobilizador da escola, do professor e do aluno. “A premiação é uma parte, mas todos os que participam têm ganhado, porque é uma atividade educativa em si mesma”, explicou. O diretor para assuntos corporativos da (nome da empresa) Brasil, (nome do diretor), disse que a frase do estudante é o final de um processo que reflete sua vivência na família e na escola. (Nome do diretor) lembrou que sua empresa distribuiu para as escolas em 2004 mais de um milhão de exemplares do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e que em 2006, além do estatuto, as escolas receberão o caderno sobre os valores humanos, que ajudará a ampliar as atividades.

O projeto MEC-(nome da empresa), é uma promoção conjunta do MEC e da empresa (nome da empresa) Brasil, operacionaliza-se por meio da distribuição de *Kits* didáticos que fundamentam um concurso nacional de frases nas escolas públicas brasileiras, desde 1997, para estudantes de quinta a oitava séries do Ensino Fundamental.

Nos anos de 2005-2006, em sua nona edição, o tema do concurso foi valores humanos. Para participar do referido concurso, os estudantes tiveram de elaborar frases sobre os valores humanos por meio do debate com os seus professores em sala de aula.

⁴ <http://portal.mec.gov.br//index2.php?option=content&task=view&id=3737&pop=1&pa...>

Realizamos pesquisa qualitativa em uma escola da rede estadual de São Paulo localizada em um município da Região Metropolitana, por meio de entrevistas com professores da instituição, uma vez que eles são responsáveis por desenvolver o material “pedagógico” (*kit*) da empresa em sala de aula. Embora o projeto apresentado no site do MEC seja direcionado aos estudantes de 5^a a 8^a séries, quando fizemos as entrevistas com os professores da escola verificamos o seu desenvolvimento com os estudantes do Ensino Médio, no ano de 2005, desde maio.⁵

Na Escola, tivemos contato com o material (*kit*) referente ao projeto. O material era identificado como sendo viabilizado pelo Governo Lula. No entanto, por meio das entrevistas com os professores, verificamos que o projeto iniciou no Governo Fernando Henrique Cardoso. Há, portanto, continuidade entre um Governo e outro sob esse aspecto.

Em seu discurso⁶, o presidente Lula revela o apoio e incentivo à parceria MEC/ (nome da empresa) na educação, dirigindo-se ao então Ministro da Educação Cristovam Buarque, afirma: “Eu acho que a (nome da empresa) e o Ministério da Educação estão fazendo uma coisa que nós poderíamos, quem sabe, Cristovam, estimular outros exemplos no Brasil (...) eu acho que a (nome da empresa) está de parabéns”.

A (nome da empresa) está completando 90 anos de operação no Brasil e o plano de expansão das suas atividades inclui os estados de Minas Gerais⁷, Rio de Janeiro⁸, Bahia, entre outros. Conforme o presidente da empresa, o Brasil é o seu segundo maior mercado consumidor.

No plano de expansão das atividades (nome da empresa) o seu presidente considera a importância do programa “Bolsa Família”. Quanto ao programa, o presidente da empresa afirma: “Ele não é a solução (para o problema social do Brasil), mas é um passo importante para que a população tenha acesso a um nível mínimo de consumo”.⁹

Lopes (2004) afirma que há continuidade, sem rupturas, entre as políticas curriculares do Governo Lula e do Governo Fernando Henrique Cardoso, apesar de considerar que no Governo Lula algumas ações foram conduzidas de forma diversa e que as possibilidades de debate se ampliaram. Ela lembra que os dois mandatos do Governo Fernando Henrique Cardoso contribuíram para que fosse montado todo o aparato para introduzir os atuais mecanismos de regulação e formar no país uma comunidade epistêmica favorável a tais mecanismos.

⁵ O tema abordado no projeto de 5^a a 8^a séries é diferente do tema do projeto do Ensino Médio.

⁶ <http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/> (Lula determina hasteamento da Bandeira nas escolas).

⁷ <http://www.agencia Minas.mg.gov.br/noticias/nestle-comunica-investimentos-de>

⁸ <http://www.milknet.com.br/print.php?pg=noticias&id=16098&local=1&acao=1>

⁹ http://www.swissinfo.ch/por/Capa/Archive/Nordeste_promete_lucros_para_multinacio...

A hipótese da autora, constituída ainda no período do Governo Lula, é de que o MEC se mantém influenciado pela mesma comunidade epistêmica do Governo anterior. Por isso, nesse Governo, não há modificações em relação ao que foi construído, do ponto de vista curricular, durante os oito anos do Governo Fernando Henrique.

Silva Júnior e Ferretti (2004) também lembram que o complexo jurídico-institucional consolidado e produzido ao longo do Governo de Fernando Henrique, no qual se destacam as reformas do Estado e da Educação, foi herdado por Lula. “As reformas, ainda que num processo contraditório, continuam sob o mesmo diapasão, e a racionalidade da reconfiguração das esferas pública e privada acentua-se e se faz mais presente na educação em geral [...]” (*Ibid.*, p. 40).

A continuidade das políticas indica que a “governamentalidade” não está nas mãos do Estado, independentemente dos Governos, ela é desempenhada mais intensamente pelas empresas. “Isso não significa, contudo, que o mercado torne supérflua a necessidade de um governo. Sua existência continuaria sendo necessária, mas a relação entre governo (de Estado) e mercado dar-se-á, doravante, pela governamentalização do primeiro pelo segundo [...]” (COSTA, 2009, p, 183).

Conforme Laval (2004), na França, o “coração” da nova doutrina da esquerda governamental é o espírito de empresa e a lógica de gestão. “A esquerda francesa, muito tempo detentora de uma espécie de monopólio do discurso legítimo sobre a escola, contribuiu amplamente para essa conversão da instituição escolar aos valores da empresa [...]” (*Ibid.*, p. 203). Lipovetsky e Serroy (2011) consideram que os critérios que definem a direita e a esquerda permanecem, mas se tornam cada vez mais imprecisos. Segundo eles, uma pesquisa realizada em 2006 revela que entre dez franceses mais de seis já não diferenciam a direita da esquerda.

A implementação do projeto “educativo” da empresa transnacional em promoção conjunta com o MEC na escola pública

Quanto à viabilização do projeto da empresa na Escola, a professora “A”, entrevistada em 15/12/2005, afirmou que ele já estava sendo desenvolvido no Ensino Médio sob a responsabilidade de outra professora de Língua Portuguesa. Ela afirma:

É, tem um projeto que é Viagem (ela fala o nome da empresa), mas é do Ensino Médio. Eu sei que eles mandam um *kit*, acho que vêm uns cinco livros, esse ano foi voltado para poesia (...), é a (ela fala o nome da professora) que trabalha. Mas, eu acho legal, eu acho que se é para ajudar a Escola, para ajudar os alunos (...). Aí tem músicas é super legal.

A professora “B” relata como o projeto é introduzido na Escola e como ele é desenvolvido com os estudantes. Segundo ela, a empresa:

[...] manda um convite, as escolas que aderem, preenchem uma ficha, mandam para lá e eles mandam o material, mandam livros (...) eles fazem projetos de aula e mandam, eles chamam de oficinas, em cima dessas leituras. Esse ano eu achei até bem mais interessante, que foram contos de Machado de Assis e poemas de Mário Quintana (...). E aí eles mandam umas músicas junto, reflexão sobre o assunto que está sendo tratado. É muito interessante, porque era reflexão, era falar sobre o que você pensava ler o texto e resgatar alguma coisa de si mesmo. Então eles, pelo menos a grande maioria participou de alguma forma.

Muitos professores se deixam persuadir por ofertas promocionais por parte das empresas, *kits*, fitas cassete, CDs, ações de animação, vídeos, maletas pedagógicas, brochuras, passeios e outras manifestações publicitárias. Dessa forma, as marcas entram nas salas de aula. A estratégia utilizada pelos serviços de *marketing* das empresas e pelas agências de publicidade consiste em tornar as lições mais alegres, as atividades escolares mais divertidas, as horas de curso menos longas. “Graças à entrada das marcas, a escola não é mais esse universo estranho à vida cotidiana nas sociedades de mercado, ao contrário, ela se inscreve em uma continuidade perfeita com o universo da mercadoria no qual se banham as crianças [...]” (LAVAL, 2004, p. 142).

Segundo a professora “A”, o projeto demanda muito tempo. Além de empresa e Governo darem pouco prazo para ser desenvolvido, o projeto chega à escola atrasado. Por isso, “[...] aquele conteúdo que você teria que passar fica de lado, porque você vai ter que mostrar os itens que eles querem [...]”. A professora fala que teve um ano que os alunos foram até uma “linha de ferro” antiga do local para desenvolverem o trabalho, porque o trabalho exigia que se colocasse alguma coisa da região “[...] então elaboraram quase que um livro para ser mandado para lá, com fotos né”. Ela disse que o trabalho é organizado em grupos, eles têm de ler os livros e têm de responder e resolver as atividades baseadas nos livros. Segundo ela são os alunos que mais se interessam que acabam fazendo.

As reformas e mudanças de modelos pedagógicos reafirmam os interesses de grupos sociais que visam impor e legitimar sua própria visão de mundo e de cultura. Nessa lógica, na atualidade, os saberes e os conteúdos perdem progressivamente valor e as pedagogias psicológicas estão em expansão. Os novos modelos pedagógicos implica uma flexibilização máxima do tempo e do espaço da escola para adaptar as distintas tarefas de aprendizagem ao ritmo interno de cada

“aluno”, à dinâmica particular de cada grupo. Tais mudanças visam à formação de identidades flexíveis e “automonitorizadas”, em estreita interdependência com um neoliberalismo consumista e com o mercado de trabalho cambiante e flexível que precisa de trabalhadores preparados e disponíveis para funcionar (VARELA, 2000).

Lipovetsky e Serroy (2011) observam que os jovens das elites não são entregues apenas aos novos métodos escolares, a sua boa escolarização é dirigida por suas famílias.¹⁰ Eles consideram que os referidos métodos dificultam apoio “institucional” aos estudantes que não têm a sua formação dirigida por suas famílias. Para os autores, a nova era cultural consumista não é igualitária, pelo contrário, faz bem a alguns e é fatal a outros.

Contudo, podemos analisar com a contribuição de Dejours (2000) que tal tendência indica a banalização da injustiça social e, por conseguinte, do mal; reafirmada na lógica econômica do neoliberalismo no princípio de tudo que diz respeito às questões humanas. Para Dejours, não é a racionalidade econômica que é causa do trabalho do mal, mas a participação e submissão progressiva da maioria neste trabalho, a falta de indignação e de reação coletiva em face da injustiça e pauperização de uma parcela crescente da população, a tolerância social para com o mal e a injustiça.

[...] Parece que os oponentes, no caso do neoliberalismo, se veem basicamente confrontados com a ineficácia de seu protesto e de sua ação. Não tanto por serem minoria, mas em virtude da coerência que prende o resto da população à banalização do mal. A ação direta de denúncia é impotente, porque vai de encontro à impossibilidade de mobilizar a parcela da população que adere ao sistema (p. 126).

No entanto, Dejours defende uma posição lúcida contra o processo de banalização do mal e da injustiça social. O autor considera que uma alternativa possível a tal processo é a sua análise precisa e a luta contra ele.

Saraiva e Veiga-Neto (2009) consideram que as atuais teorias e as metodologias que orientam o trabalho pedagógico são fundamentadas nas pedagogias psicológicas e referem-se ao contexto do capitalismo cognitivo. Em função disso, a temporalidade da escola é reorganizada para a satisfação imediata. Por isso, a relevância da pedagogia de projetos que têm como ponto de partida os interesses dos estudantes, tal pedagogia considera o “aprender a aprender” mais importante do que a aprendizagem de um determinado conteúdo. O “aprender a aprender” significa tornar-se empresário de si, nesta lógica o docente é substituído por um “gestor de

¹⁰ Sobre as estratégias educativas e a diversificação dos investimentos das famílias das elites e das classes médias, ver TIRAMONTI, Guillermina; ZIEGLER, Sandra (2008) e NOGUEIRA, Maria Alice (2010).

competências”. Os projetos de aprendizagem visam a transformar o tempo contínuo e de longo prazo da escola disciplinar com o objetivo de recompensa em curto prazo e de satisfação imediata.

A professora “B”, responsável por trabalhar o projeto com os estudantes, fala sobre ele:

É um projeto que a (ela fala o nome da empresa) lançou já há alguns anos e eles mandam esse material muito interessante [...].

Olha o projeto da (ela fala o nome da empresa) que eu já trabalhei esse de leitura, eu achei muito coerente, muito interessante, muito bem elaborado, e é para fazer o aluno refletir mesmo né, em relação a ele, os textos, ou seja, à leitura [...].

A única coisa que a (ela fala o nome da empresa) determina é que tem que ser desenvolvido com 10 ou 20, 10 alunos se eu não me engano, são 10 alunos que você pode inserir no projeto, por quê? O projeto ganha o prêmio máximo lá, eu acho que é o primeiro e o segundo lugar, cada aluno ganha mil reais (...). Então como tem esses mil reais de premiação e eles falam sobre 10, você não pode mandar 30, porque depois o dinheiro só vai vir para 10. Então eles só determinam a quantidade de alunos (...) que dê para trabalhar, se caso chegar a ganhar, isso aí é bem difícil (...) tem uma coisa, não dá tempo de trabalhar, e tudo mais [...].

As escolas tiveram de promover um concurso interno entre os estudantes que elaboraram as frases, pois somente uma frase poderia ser enviada ao MEC. Os estudantes autores das 27 melhores frases e seus professores de Língua Portuguesa, um de cada estado e um do Distrito Federal, receberam como parte do prêmio uma viagem para Brasília, local em que foi realizada a solenidade de premiação, com a participação do secretário de Educação Básica, do representante da Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República, do gerente de Assuntos Institucionais da (nome da empresa), entre outros. De acordo com um dos presidentes da comissão julgadora, 5.844 escolas de todo o país participaram do concurso.

O referido projeto “educativo” é uma exigência do novo capitalismo de governamentalidade neoliberal, como identificado por Foucault, e visa mobilizar a potência de individuação de cada um para a formação do “indivíduo microempresa”. Tal formação é fundamentada em “[...] uma espécie de competição desenfreada, cujo progresso se mede pelo acúmulo de pontos, como num esquema de milhagem, traduzidos como índices de produtividade [...]” (COSTA, 2009, p. 180-181).

De acordo com Laval (2004), essa prática de propor jogos-concursos aos estudantes está em pleno desenvolvimento, e essas campanhas se consideram educativas. Ele cita como um exemplo, entre vários outros, a *Pizza Hut* que implantou em 53.000 escolas americanas um programa que pretende favorecer a leitura. O sucesso dos jovens estudantes nos exercícios de leitura, propostos pelo livro distribuído pela firma, é recompensado com pizzas. Dessa forma, as empresas entram nas escolas com uma imagem de benfeitor recompensando os ganhadores e

consolando os perdedores, ao distribuir prêmios ou amostra grátis. “Para o ano de 2000, a Coca-Cola propunha atividades pedagógicas (2.000 iniciativas para o esporte) que deviam ser coordenadas pelos professores (...) em torno dos valores do esporte (lealdade, respeito ao próximo, tolerância, cidadania)” (*Ibid.*, p. 144).

Segundo o autor, a permeabilidade à influência publicitária cresce e o exemplo vem de muito alto. Na França, as publicações oficiais do próprio Ministério da Educação Nacional são ostensivamente financiadas por empresas privadas. Elas colocam seu logotipo nas brochuras de orientação e outros documentos de informação endereçados aos estudantes e suas famílias. Em dezembro de 2001, o Ministério lançou “[...] uma operação através da mídia a favor do ‘respeito’ em parceria com a marca de roupas para adolescentes *Morgane* e fez publicidade em seu próprio site para camisetas com o slogan da campanha, as quais são vendidas nas lojas da empresa associada” (*Ibid.*, p. 146).

Ele lembra que, na França, muitas dessas operações de *marketing* recebem, com frequência, o aval das autoridades locais e nacionais. Para ele, tais operações crescem porque não são objetos de protesto dos estudantes e das famílias, já que permanecem confinadas às classes e às salas dos professores.

A professora “B” disse que demorou a realizar o projeto porque foi feito no período de aula. O ideal, para ela, seria fazê-lo após a aula e com um grupo menor. A professora afirma: “tem muita coisa que não dá tempo de trabalhar (...), mas eu acho que mesmo assim é muito válido porque ajuda na leitura, a perceber, a ler o Machado de Assis de uma forma mais *light* vamos dizer”. A realização do projeto no período de aula pode interferir no próprio plano de ensino da professora com os estudantes, redefinindo os conteúdos que ela deve trabalhar e a sua prática pedagógica.

Embora a experiência da Escola pesquisada seja específica, podemos considerar algumas observações de Laval (2004). Para o autor, muitos professores, sensíveis a essas dimensões lúdicas e preocupadas em não aborrecer os estudantes, são persuadidos pela influência publicitária das empresas. Dentro desse contexto, as ações pedagógicas da Disneylândia Paris visam ensinar mil coisas se divertindo e correspondem aos critérios mantidos pelo Ministério. O Parque *Asterix* investiu no lado lúdico e desenvolveu os cadernos “Parque *Astérix-Nathan*” para ensinar às crianças noções de história, de geografia e de ciências estudadas em classe.

Esse tipo de material é oferecido por numerosos outros lugares, tais como, *Parc Bagatelle*, *Puy de Fou*, *Mer de Sable* etc., mas a qualidade desses materiais é no mínimo duvidosa. Até mesmo nos Estados Unidos as associações de consumidores “mostraram que 80% dos materiais ditos

educativos distribuídos pelas sociedades privadas continham informações falsas, incompletas ou disfarçadas sobre os produtos fabricados e vendidos pelos patrocinadores” (*Ibid.*, p. 142).

Quanto à premiação aos estudantes, a professora relata como a empresa faz a avaliação dos trabalhos:

[...] eles fazem uma avaliação das redações que a gente envia para lá. Ao final do projeto é produzida uma redação (...) eles mandam esse projeto para o Brasil inteiro. Então eles vão avaliar as redações que vieram do Brasil inteiro, e aí, por isso, que eu acho que é muito difícil a gente ganhar, porque é muita gente concorrendo, e o tempo às vezes não ajuda muito. Mas, eu acho que para aproveitar para a aula de leitura é muito interessante esse projeto, porque a gente dessa vez leu em sala de aula. Antes a gente mandava o livro para o aluno, ele lia em casa, depois discutia na sala de aula. Esse ano eu fiz em sala de aula, porque assim eu garanti que mais gente lesse o livro, leram em dois, em três (...), o tema era: Nós e os textos, um diálogo incrível que alimenta a alma, ou o espírito. Então é conscientizar o aluno mesmo sobre isso, que o texto é importante para a vida dele [...].

Conforme Laval (2004), a extinção por parte das escolas, do seu princípio de que as atividades escolares não sejam financiadas ou patrocinadas por empresas privadas conduz a certa confusão entre a lógica promocional dos produtos e as exigências de verdade e objetividade, a que cidadãos têm direito em relação à coisa pública. A cada dia, inumeráveis ofertas promocionais por parte das empresas chegam às escolas com o objetivo de que as marcas entrem nas salas de aula. Dessa forma, o consumo é encorajado.

A articulação da empresa transnacional e mec na instituição de processos e políticas de subjetivação mercantil na escola pública

As empresas não visam somente divulgar as suas marcas nas escolas, o objetivo é a “universalização da cultura mercantil”. Lipovetsky e Serroy (2011) a denomina cultura globalitária (cultura-mundo). “Eis-nos uma cultura pós-revolucionária e ao mesmo tempo hipercapitalista. Em toda parte, o imaginário da competição, a cultura de mercado é que triunfam e se difundem, redefinindo os domínios da vida social e cultural” (*Ibid.* p. 14).

Sobre esse mesmo projeto desenvolvido pela empresa na escola, com a viabilização do governo federal, o professor “C”, entrevistado no dia 15/12/2005, disse que acha que desde 1999 o referido projeto vem sendo trabalhado na escola e que ele trabalhou no primeiro de que esta participou. Ele disse que o projeto refere-se a um concurso, que é relevante e que a qualidade do material é muito boa. Quem trabalha mais é a professora de Língua Portuguesa, embora no

primeiro ano tenha havido uma tentativa de torná-lo interdisciplinar. Ele considera que o projeto que trabalhará o tema valores humanos é interessante, porque é importante desenvolvê-los. No entanto, segundo ele, quando vier uma cobrança, ela não será em relação aos valores humanos, mas em relação aos conteúdos, ao educacional, se o aluno está aprendendo. “Então, a própria sociedade vai cobrar mais esses conteúdos do que essa parte humana que vai sendo obrigação da escola fornecer [...]”. O professor “D”, entrevistado no dia 9/12/2005, fala:

[...] que valores humanos que essa empresa quer discutir? Eis o problema (...) é meio complicado. Eu sou contrário, porque primeiro lugar, eu tenho que ter condições de discutir valores humanos com os meus alunos, não precisa de uma empresa falar quais valores humanos eu devo discutir [...].

Segundo Ball (2001), um novo ambiente moral, uma forma de “civilização comercial” é constituída pelo novo quadro de políticas da gestão pública, em geral, e pela forma de mercado, em particular. Nesse contexto, há a indução de escolas e universidades a uma “cultura de auto-interesse”.

[...] Assim, aquilo que temos assistido, através da celebração da competição e da disseminação de seus valores na educação, é a criação de um novo currículo ético nas e para as escolas e o estabelecimento de uma “correspondência” moral entre o provimento público e empresarial (*Ibid.*, p. 106-107).

Os defensores do mercado tendem a abordar a questão dos valores de uma das seguintes formas: ou veem o mercado como simplesmente neutro, como um mecanismo para a oferta da educação mais eficaz, ágil e eficiente (...) ou apresentam o mercado como possuidor de um conjunto de valores morais positivos por si mesmos – esforço, austeridade, autoconfiança, independência e sem medo de risco, ou aquilo que Novak (1982) denomina “auto-interesse virtuoso”. Os que assumem esta última perspectiva reconhecem claramente o mercado e o divulgam como uma força transformadora que carrega e dissemina os seus próprios valores. Desta forma, mercados e sistemas de competição e escolha através dos quais eles operam, reprocessam os seus próprios atores-chave – no nosso caso, famílias, crianças e professores/as – e exigem que as escolas assumam novos tipos de preocupações extrínsecas e, por consequência, re-configurem e re-valorizem o significado da educação. Dito de uma forma direta, o mercado educacional tanto des-socializa, quanto re-socializa; cria novas identidades e destrói a sociabilidade, encorajando o individualismo competitivo e o instrumentalismo. Os espaços nos quais são possíveis a reflexão e o diálogo sobre os valores são eliminados (*Ibid.*, p. 107-108).

O professor “D” disse que não analisou o material da empresa, mas fala: “a única coisa que eu posso afirmar é que nenhum material é produzido de forma neutra, ele tem implicitamente contido uma perspectiva de mundo”. Conforme o professor “D”, associar a empresa a um determinado

trabalho social vende, vende bastante, assim como associar o nome de uma empresa à preocupação com o meio ambiente, isso fortalece a imagem da empresa. O professor “D” afirma:

[...] então eles precisam preparar a mão de obra adequada para ter os objetivos deles, além de criar a mão de obra, eles precisam criar o consumidor, eles precisam criar uma demanda. Então eles estão querendo inserir determinadas situações no ensino que venham beneficiá-los, que venham propiciar a continuidade do processo de acumulação por parte desses grupos. A empresa multinacional nunca vai entrar no processo educacional de um país com objetivos filantrópicos, pilantrópicos na verdade, é complicado, e é muito comum [...].

A análise de Coutinho (2012, p. 5) corrobora a fala do referido professor:

[...] observa-se que as referências de ajuda aos pobres, pelo empresariado, representam, muito mais, novas formas de circulação da mercadoria, pelo aumento do volume de negócios que vão sendo realizados, tendo como *marketing* da acumulação do capital a beneficência empresarial, tornando-se imperceptível ou pouco questionado o papel desses capitalistas para a crescente pobreza mundial.

Em seu artigo, as autoras Costa e Momo (2009) consideram o espaço escolar como um rentável negócio para as corporações empresariais investirem na circulação das suas marcas e produtos. Além disso, na escola tais corporações exercem efeitos constitutivos da cultura para moldar identidades, sentimentos, práticas sociais e condutas individuais e coletivas de acordo com o aparato produtivo.

Nessa perspectiva, as autoras analisaram em sua pesquisa três projetos sociais – “Você Apita”, “TIM Música nas Escolas” e “Escola Aberta”. Elas consideram tais projetos como expressão da forma como as empresas, organizações públicas e iniciativas da sociedade civil se articulam com a cultura e a educação escolar para fazer os mercados globalizados se movimentarem.

Conforme Dupas (2007), a empresa viabilizadora do projeto com o MEC, é uma das que tem a percepção sobre a importância do mercado dos pobres como última fronteira de acumulação do mercado global. Por isso, ela

[...] descobriu que uma lata de leite condensado, em regiões pobres do país, é presente de aniversário. A imprensa anunciou que esse produto, com embalagem dourada e laço impresso de fita vermelha, desenvolvido sem alarde para não chamar a atenção da concorrência, será o novo mascote da empresa no país (p. 84).

A empresa tem interesses e objetivos em sua colaboração com o mundo da Educação. Portanto, ela não exerce uma obra filantrópica (LAVAL, 2004). Como afirma Ball (2001) há a constituição de uma nova forma de civilização comercial. “A transmissão de categorias de pensamento na escola e sua interiorização são hoje fundamentais para a manutenção do *status quo*, da ordem escolar e da ordem social” (VARELA, 2000, p. 106). Dessa perspectiva, o MEC em articulação com a empresa, reafirma um projeto “educativo” consensual e, por conseguinte, um poder normativo na instituição de processos e políticas de subjetivação com referência na migração de valores econômicos para outros domínios da vida social.

Considerações Finais

Realizamos pesquisa qualitativa sobre a ingerência da empresa na escola pública por meio da sua articulação com o Estado. O estudo foi realizado em uma escola da rede estadual de São Paulo localizada em um município da Região Metropolitana. Fizemos entrevistas com professores da instituição, uma vez que eles são responsáveis por desenvolver o material “pedagógico” (*kit*) da empresa na sala de aula.

Constatamos a ingerência da empresa na escola com a atuação do Governo Federal. O projeto da empresa foi desenvolvido na escola por meio da sua articulação com o Ministério da Educação (MEC) no Governo Fernando Henrique Cardoso e no Governo Lula. Portanto, ambos estabeleceram articulação com o setor privado nas políticas para a Educação escolar pública.

Verificamos que o desenvolvimento do *kit* da empresa na escola atinge a prática pedagógica e autonomia dos professores, pois eles utilizam o referido material “pedagógico” nas suas aulas. Eles tendem a desenvolvê-lo visando a promover aulas menos cansativas para os estudantes. Como afirma a professora “B”, mais *light*. Em função disso, os conteúdos das disciplinas são subjugados ao projeto “educativo” da empresa. Todavia, verificamos que tal projeto prejudica a viabilização dos conteúdos disciplinares e, por conseguinte, a formação dos estudantes.

Embora predomine a tendência de os professores viabilizarem o material “pedagógico” da empresa nas suas aulas, existem alguns que questionam tal material e resistem na tentativa de reafirmarem a sua autonomia e a formação dos estudantes para a emancipação. No entanto, tais questionamentos e resistências são individuais, não evidenciam práticas de fortalecimento coletivo.

Contudo, a empresa realiza a sua ingerência nos conteúdos escolares e em sua seleção, na metodologia do professor e na avaliação dos estudantes. Assim, a lógica de racionalidade do setor privado é desenvolvida como referência para a formação dos estudantes. O projeto da empresa pode contribuir, de um lado, para a promoção da sua imagem social e, de outro lado, para um processo de socialização do “cidadão” consumidor na perspectiva do fortalecimento da sociabilidade capitalista.

A atuação do Estado na implementação do projeto da empresa na escola pública expressa o contexto de transnacionalização do capital e de globalização da economia. Dessa perspectiva, predomina a hegemonia do projeto empresarial na educação escolar pública em detrimento do projeto democrático da sociedade. A tendência é a transmissão de categorias de pensamento que reafirmam interesses de “universalização da cultura mercantil” e de privatização do espaço público.

REFERÊNCIAS

ADRIÃO, T.; BORGHI, R.; GARCIA, T. As parcerias público-privadas para a oferta de vagas na educação infantil: um estudo em municípios paulistas. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, v. 92, n. 231, p. 285-301, maio/ago. 2011.

ADRIÃO, T.; PERONI, V.. **O público e o privado na Educação**; interfaces entre Estado e sociedade. São Paulo: Xamã, 2005.

BALL, S. J. Diretrizes políticas globais e relações políticas locais em Educação. **Currículo sem fronteiras**, v. 1, n. 2, p. 99-116, jul./dez. 2001.

BERNARDO, J.. **Transnacionalização do capital e fragmentação dos trabalhadores**. Ainda há lugar para os sindicatos? São Paulo: Boitempo Editorial, 2000. 102p.

COSTA, M. V.; MOMO, M.. Sobre a “conveniência” da escola. **Revista Brasileira de Educação**, v. 14, n. 42, p. 521-533, set./dez. 2009.

COSTA, S. de S. G. Governamentalidade neoliberal, teoria do capital humano e empreendedorismo. **Educação e Realidade**, 34(2), p. 171-186, maio/ago. 2009.

COUTINHO, A. F. Filantropia em Educação no Brasil: a outra face da oferta de Educação Básica aos pobres ou a demissão do Estado? In: **Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em educação** (Anped), 31, 2008, Caxambu (MG). GT 05 (Estado e Política Educacional). Disponível em: www.anped.org.br/reunioes/31ra/1trabalho/GT05-4561--Int.pdf
Acesso em: 9 fev. 2012.

DEJOURS, C.. **A banalização da injustiça social**. Tradução de Luiz Alberto Monjardim. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

DUPAS, G.. Os grandes desafios da economia globalizada. In: SACHS, Ignacy; WILHEIM, Jorge; PINHEIRO, Paulo S. (Orgs.). **Brasil: um século de transformações**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 431-455.

_____. O mito do progresso. **Novos Estudos**. São Paulo, n. 77, p. 73-89, mar. 2007.

FALLEIROS, I. Parâmetros curriculares nacionais para a Educação Básica e a construção de uma nova cidadania. In: NEVES, Lúcia Maria W. **A nova Pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso**. São Paulo: Xamã, 2005. p. 209-235.

GROS, D. B. Liberalismo, empresariado e ação política na nova República. In: DINIZ, Eli (org.). **Empresários & modernização econômica; Brasil anos 90**. Florianópolis: Ed. da UFSC, IDACON, 1993. p. 133-154.

LAVAL, C.. **A escola não é uma empresa**. O neoliberalismo em ataque ao ensino público. Tradução de Maria Luiza M. de Carvalho e Silva. Londrina: Editora Planta, 2004. 324p.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J.. **A cultura-mundo; resposta a uma sociedade desorientada**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. 208p.

LOPES, A. C. Políticas curriculares: continuidade ou mudança de rumos? **Revista Brasileira de Educação** – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação: São Paulo, n. 26,

p. 109-118, maio/ago. 2004. Disponível em: anpedrevista@infolink.com.br. Acesso em 2 maio 2007.

NEVES, L. M. W. (org.). **O empresariamento da educação**; novos contornos do ensino superior no Brasil dos anos 1990. Rio de Janeiro: Xamã, 2002.

PERONI, Vera M. V. A relação público/privado e as implicações para as políticas públicas de educação. VI Escola de Inverno FAGED/UFRGS – julho 2008. **Educação e Políticas Públicas: encontros e desencontros**. Disponível em: http://www.ufrgs.br/comexedu/arquivos/vera_peroni.pdf Acesso em: 22 fev. 2012.

PIRES, J. L. V. **A proposta de parceria empresa-escola da Federação das Indústrias do estado de Minas Gerais (FIEMG) e suas diretrizes para as escolas públicas**. Belo Horizonte: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), 1997. (Relatório - Bolsa de Aperfeiçoamento).

SARAIVA, K.; VEIGA-NETO, A.. Modernidade líquida, capitalismo cognitivo e Educação contemporânea. **Educação e Realidade**, 34(2), p. 187-201, maio/ago. 2009.

SEGNINI, L. R. P. **Bradesco**; a liturgia do poder. São Paulo: PUC/SP, 1986. 375p. (Tese, Doutorado em Ciências Sociais).

SILVA, M. V. O ethos empresarial na educação escolar: novos dispositivos, novas subjetividades. Disponível em: <http://www.ppgte.cefetpr.br/gtteampd/trabalhosposterres.htm>>. Acesso em: 14 ago. 2006.

TIRAMONTI, G.; ZIEGLER, S.. **La Educación de las elites**; aspiraciones, estratégias y oportunidades. Buenos Aires: Paidós, 2008. 208p.

VARELA, J.. Categorias espaço-temporais e socialização escolar. Do individualismo ao narcisismo. In: COSTA, Marisa V. (Org.). **Escola Básica na virada do século**; cultura, política e currículo. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000. p. 73-106.

Alunos premiados no concurso do MEC dão aula de valores humanos. Disponível em: http://www.gestaouniversitaria.com.br/index.php?option=com_content&view=article...

Acesso em: 11 jan. 2012.

Concurso de frases do MEC sobre valores humanos. Disponível em: <http://www.crmariocovas.sp.gov.br/noticia.php?it=7626> Acesso em: 11 jan. 2012.

Concurso leva estudantes a debater valores humanos. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?view=article&catid=211&id=5071&tmpl=compon...>

Acesso em: 20 fev. 2012.

Inscrições abertas para o concurso de artigos sobre o *Portal de Periódicos da CAPES*. Disponível em: <http://www.ufmg.br/online/arquivos/002841.shtml> Acesso em: 11 jan. 2012.

Lula determina hasteamento da Bandeira nas escolas. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/0,,OI139265-EI1194,00-Lula+determina+has...>

Acesso em: 20 fev. 2012.

Maranhense recebe prêmio MEC-Nestlé. Disponível em: <http://www.jornalpequeno.com.br/2006/7/25/Pagina38899.htm> Acesso em: 11 jan. 2012.

MEC vai promover três diferentes concursos na primeira metade de 2006. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2005-12-30/mec-vai-promover-tres-diferentes-...> Acesso em: 11 jan. 2012.

Nestlé comunica investimentos de mais R\$525 milhões em Minas. Disponível em: <http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticias/nestle-comunica-> Acesso em: 21 fev. 2012.

Nordeste promete lucros para multinacional suíça. Disponível em: http://www.swissinfo.ch/por/Capa/Archive/Nordeste_promete_lucros_para_multinacio..

Acesso em: 20 fev. 2012.

Projeto educacional destaca valores humanos. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=5069 Acesso em: 11

jan. 2012.

RJ: Nestlé investe R\$163 milhões em unidade em Três Rios. Disponível em: <http://www.milknet.com.br/print.php?pg=noticias&id=16098&local=1&acao=1> Acesso em: 20

fev. 2012.