

O que querem as grandes empresas de comunicação com a educação? Panorama sobre a atuação da Fundação Roberto Marinho e Fundação Victor Civita¹

What do big companies want to communicate with education? Panorama about the performance of Roberto Marinho Foundation and Victor Civita Foundation

¿Qué quieren las grandes empresas de comunicación con la educación? Panorama sobre la actuación de la Fundación Roberto Marinho y Fundación Victor Civita

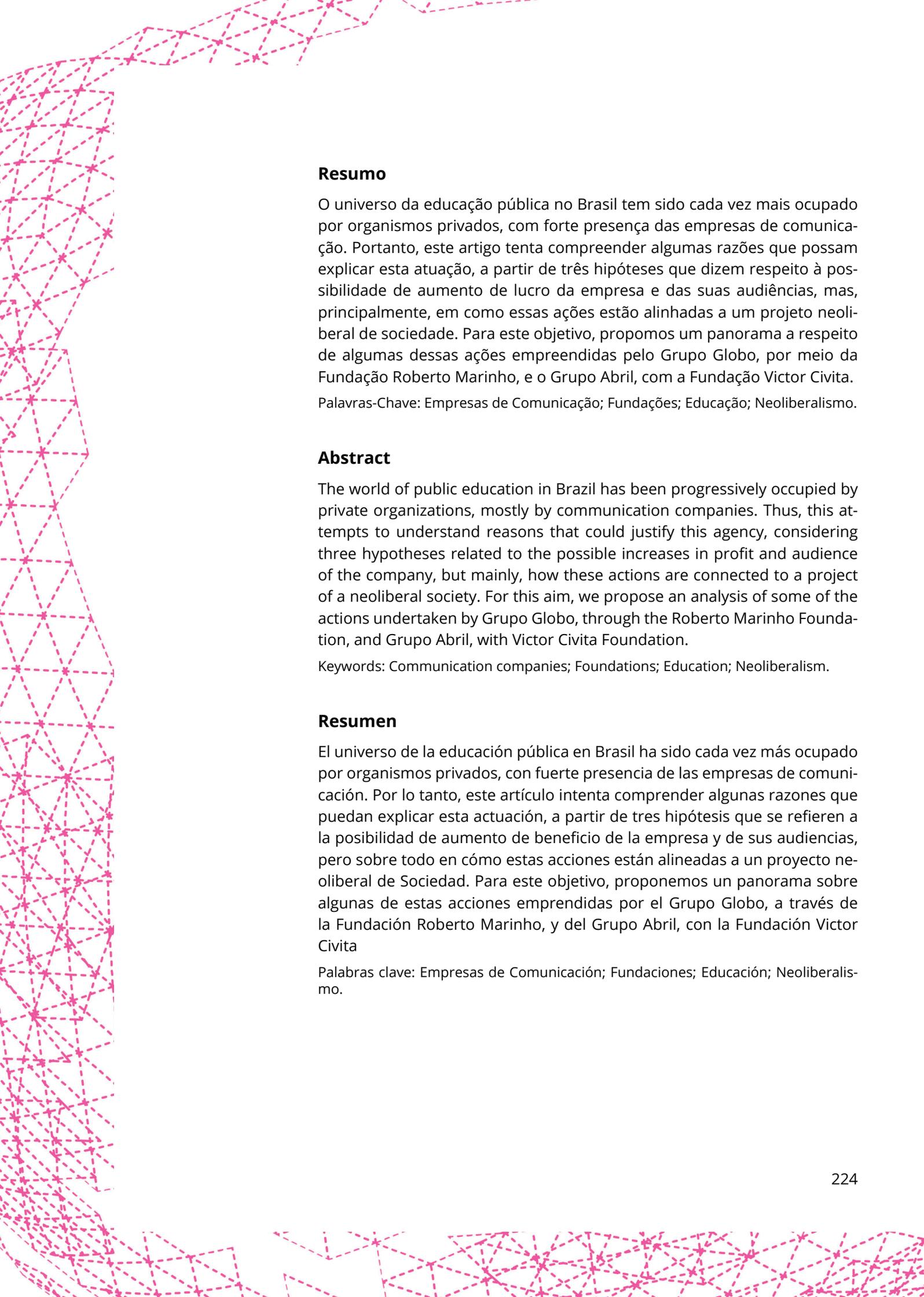
1. Este artigo representa um recorte de uma pesquisa de Tese, ainda em andamento, apoiada pelo CNPq.

Dérika Correia Virgulino de Medeiros

Mestre e doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ - Brasil

Contato: derikav@gmail.com

Artigo submetido em 21/06/2017 e aprovado em 20/08/2017.



Resumo

O universo da educação pública no Brasil tem sido cada vez mais ocupado por organismos privados, com forte presença das empresas de comunicação. Portanto, este artigo tenta compreender algumas razões que possam explicar esta atuação, a partir de três hipóteses que dizem respeito à possibilidade de aumento de lucro da empresa e das suas audiências, mas, principalmente, em como essas ações estão alinhadas a um projeto neoliberal de sociedade. Para este objetivo, propomos um panorama a respeito de algumas dessas ações empreendidas pelo Grupo Globo, por meio da Fundação Roberto Marinho, e o Grupo Abril, com a Fundação Victor Civita. Palavras-Chave: Empresas de Comunicação; Fundações; Educação; Neoliberalismo.

Abstract

The world of public education in Brazil has been progressively occupied by private organizations, mostly by communication companies. Thus, this attempts to understand reasons that could justify this agency, considering three hypotheses related to the possible increases in profit and audience of the company, but mainly, how these actions are connected to a project of a neoliberal society. For this aim, we propose an analysis of some of the actions undertaken by Grupo Globo, through the Roberto Marinho Foundation, and Grupo Abril, with Victor Civita Foundation.

Keywords: Communication companies; Foundations; Education; Neoliberalism.

Resumen

El universo de la educación pública en Brasil ha sido cada vez más ocupado por organismos privados, con fuerte presencia de las empresas de comunicación. Por lo tanto, este artículo intenta comprender algunas razones que puedan explicar esta actuación, a partir de tres hipótesis que se refieren a la posibilidad de aumento de beneficio de la empresa y de sus audiencias, pero sobre todo en cómo estas acciones están alineadas a un proyecto neoliberal de Sociedad. Para este objetivo, proponemos un panorama sobre algunas de estas acciones emprendidas por el Grupo Globo, a través de la Fundación Roberto Marinho, y del Grupo Abril, con la Fundación Victor Civita

Palabras clave: Empresas de Comunicación; Fundaciones; Educación; Neoliberalismo.

2. É importante destacar que a Escola do Olhar foi construída a partir de uma parceria entre a Fundação Roberto Marinho e a Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, como será discutido mais a frente neste texto, mas quem a gerencia é uma Organização Social, o Instituto Odeon. No entanto, para os objetivos desse artigo, ganhará destaque o fato de aquela Escola ter sido idealizada por uma parceria público-privada envolvendo a FRM.

3. As Revistas Nova Escola e Gestão Escolar ao completarem 30 anos sendo produzidas pela FVC passaram, em 2016, para as mãos da Fundação Lemann, uma das organizações civis mais atuantes na área da educação, e presidida por Jorge Paulo Lemann, um dos empresários mais ricos do Brasil. Entretanto, a Revista Nova Escola será aqui analisada por ter se tornado, ao longo desses 30 anos administrada pelas mãos da Fundação Victor Civita, o principal veículo de comunicação do país voltado para educação, com ênfase na escola, e servindo de guia para o modus operandi do ensino no Brasil. A promessa da Fundação Lemann é de manter o legado construído pela Fundação Victor Civita, mantendo não só a marca 'Nova Escola', como também semelhante perspectiva editorial. Ver: <http://www.fundacaolemann.org.br/nova-escola/>.

4. Ver: <http://www.fvc.org.br/estudos-e-pesquisas/>.

Introdução

A pergunta que intitula este artigo corresponde a um dos principais problemas de investigação de uma pesquisa de tese ainda em andamento. Portanto, para este texto que representa um esforço inicial de compreensão acerca do tema, pretendemos lançar algumas sugestões e hipóteses que possam ser significativas para o esclarecimento daquele questionamento. Com este intuito, tomaremos como objeto de pesquisa a atuação em educação das Fundações representativas dos dois maiores grupos de comunicação do país: o Grupo Globo, com a Fundação Roberto Marinho (FRM), e o Grupo Abril, com a Fundação Victor Civita (FVC).

Como linha de investigação, partiremos de três hipóteses capazes de nos guiar a trazer luz sobre o tema aqui proposto. A primeira diz respeito ao que entendemos por uma disputa pelo fundo público, protagonizada por essas Fundações, e representada, por exemplo, na forma de contratos e convênios estabelecidos com secretarias estaduais e municipais para a execução de projetos destinados ao setor de educação. O segundo pressuposto é de que as ações realizadas pelas Fundações são pensadas de modo a criar uma espécie de fidelização de audiências, isto é, por meio de determinadas estratégias, os projetos educacionais tornam-se propagandas de marketing, vinculando estas à marca e aos produtos comercializados pela empresa de comunicação. E a terceira hipótese revela a perspectiva de que o trabalho das Fundações com uma área de extrema relevância para o desenvolvimento sócio-cultural de um país, como é o caso da educação, responde a construção de um projeto de sociedade alinhado aos interesses das classes hegemônicas, tendo em vista a histórica aproximação desses dois veículos de comunicação com as elites políticas do país. Este tópico ganhará mais destaque neste texto.

Para testar as três hipóteses descritas acima, analisaremos alguns dos principais e mais significativos projetos voltados para o setor educacional de ambas as Fundações, quais sejam, o programa Telecurso, o Canal Futura e a Escola do Olhar do Museu de Arte do Rio (MAR)² da Fundação Roberto Marinho, e as Revistas Nova Escola³ e a página Estudos & Pesquisas⁴ da Fundação Victor Civita. Compreender os objetivos a serem alcançados por esses projetos, os modos de execução e os atores envolvidos em suas atuações, nos ajudará a entender não só o que querem essas empresas com esta intensa atuação na área da educação, mas também perceber a influência que a estrutura comunicacional das grandes empresas de mídia parece ter na conformação dos modos de ser do social, sobretudo quando se associa imagens, signos e discursos, com a educação básica, formal e com a direta inserção na escola.

É importante frisar, contudo, que entendemos a complexidade do tema e que outros aspectos podem (e devem) estarem envolvidos na composição de um quadro mais amplo e profundo para o esclarecimento deste fenô-



meno. No entanto, não representa nosso objetivo esgotar a temática, pois, neste artigo, estamos tratando de um determinado recorte metodológico que possa nos indicar alguns caminhos e não conclusões.

Disputa por fundo público: quando a “solidariedade” vira enriquecimento

Considerando a legislação mais atualizada (Lei nº 13.151/15) que rege o funcionamento das Fundações privadas no país, estas não devem ter finalidade lucrativa, mas sim, constituir-se apenas para fins de interesses sociais como assistência, educação, cultura, preservação e conservação do meio ambiente, pesquisa entre outros. Além disso, a lei ainda prevê que as Fundações de educação e assistência social são beneficiárias de imunidade tributária, isto é, estão isentas do pagamento de impostos e contribuições ao Estado. No entanto, essas características não impedem que as Fundações possam ter superávits em suas contas, o que seria diferente de obtenção de lucro, mas que permite que o saldo positivo da receita seja aplicado na própria instituição ou até mesmo na remuneração dos administradores.

Outro benefício recebido pelas Fundações é a possibilidade de obtenção de recursos públicos por meio de convênios, licitações, contratos e parcerias com Estado e municípios. Isso se dá como forma de incentivar o surgimento e a manutenção de Fundações de interesse público, pelo menos como prevê a legislação. Para garantir que as finalidades daquelas estejam sendo cumpridas na forma da Lei e que haja prestação de contas pelos recursos públicos recebidos, cabe ao Ministério Público do Estado onde se situa a sede da instituição a fiscalização.

Entretanto, nem todas as Fundações têm cumprido de forma irrestrita o que versa a Lei, ou tem apenas se beneficiado com alguns aspectos por ela estabelecidos. É o caso da Fundação Roberto Marinho (FRM) do Grupo Globo de Comunicação. A decisão de criar uma instituição autônoma para atender as demandas de investimento social da empresa, foi considerada a forma juridicamente mais adequada para gerir esta atividade. Isso porque, dessa forma, se tornou possível atender a requisitos de racionalização administrativa e financeira, especialmente no que se refere às questões tributárias, já que as instituições de caráter filantrópico, assistencial, cultural e afins, como já dito anteriormente, podem obter isenções fiscais junto ao Estado. Na prática, isso significa, muitas vezes, que o que se gasta na prestação de algum serviço seria ainda menor do que o ganho que esta instituição teria em termos de isenções e demais benefícios. Sem contar também que enquanto Fundação, ela possui corpo institucional próprio para formular suas missões e criar estratégias de ação que geram autonomia em relação à empresa.

Sobre o cumprimento da legislação, a Fundação Roberto Marinho a tem contrariado - assim com também o seu próprio estatuto - no que podemos entender por desvio de finalidade. É o que vem ocorrendo a partir do planejamento de obras públicas como a dos Museus em algumas regiões do país. No Rio de Janeiro, por exemplo, a Fundação concebeu em parceria com a Prefeitura Municipal os dois Museus de maior expressão cultural da cidade dentro do processo de “revitalização” pelo qual aquela vem passando, são eles, o Museu de Arte do Rio (MAR) e o do Amanhã. Como Fundação privada de interesse público ela deve apenas seguir os seguintes fins:

I - assistência social; II - cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico; III - educação; IV - saúde; V - segurança alimentar e nutricional; VI - defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável; VII - pesquisa científica, desenvolvimento de tecnologias alternativas, modernização de sistemas de gestão, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos; VIII - promoção da ética, da cidadania, da democracia e dos direitos humanos; IX - atividades religiosas. (BRASIL, 2015).

Porém, a partir dessa parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro, a FRM restaurou e revitalizou o MAR recebendo da Secretaria da Casa Civil a quantia de R\$ 30.019.071,85⁵, em 2009, data de início do projeto, com término em 2014. Ao contrário do MAR, o Museu do Amanhã foi totalmente construído a partir da parceria entre a Secretaria Municipal de Obras e o Consórcio ‘Pier Novo’, composto pelas mesmas empresas do consórcio Porto Novo responsável pela execução das obras do Porto Maravilha (Odebrecht, OAS e Carioca Engenharia). A obra custou R\$ 215 milhões⁶, valor muito superior ao estimado inicialmente.

O Museu de Arte do Rio ainda mantém a ‘Escola do Olhar’ que tem contribuído especialmente para a formação continuada de professores e educadores da rede pública de ensino, além de realizar cursos e workshops destinados a integração de temas da educação e cultura. Para a execução do projeto Escola do Olhar, a FRM obteve, por sua vez, da Secretaria de Educação a quantia de R\$ 32.364.179,46 em um contrato que se iniciou em 2011 e finalizou em 2013⁷.

O caso da Escola do Olhar não se enquadraria necessariamente dentro da perspectiva levantada aqui quanto ao desvio de finalidade, visto que se trata de um projeto de educação. Muito embora a participação da Fundação neste projeto tenha sido na execução, pois quem o gerencia é o Instituto Odeon, uma organização social sem fins lucrativos. A Escola representaria mais concretamente o modo como as Fundações de grandes empresas monopolizam de modo quase parasitário os recursos públicos, se utilizando de um benefício previsto pela própria legislação, isto é, a possibilidade de recebimento de fundo público por meio da realização de parcerias, como já levantado anteriormente.

5. Dados do ‘Rio Transparente’: <http://riotransparente.rio.rj.gov.br/>. Acessado em junho de 2016.

6. Ver <http://agencia-brasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-12/museu-do-amanha-recebe-mais-de-20-mil-pessoas-em-dois-dias-aberto-ao-publico>. Acessado em Maio de 2016.

7. Dados do ‘Rio Transparente’: <http://riotransparente.rio.rj.gov.br/>. Acessado em junho de 2016.



8. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp). Ver <http://www.fiesp.com.br/>. Acessado em Abril de 2017.

9. O Telecurso é utilizado em dez Estados brasileiros, Acre, Amazonas, Rondônia, Pará, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Bahia, Rio de Janeiro, e nos municípios de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Paraty (RJ).

É importante destacar neste momento que as parcerias estabelecidas entre a entidade privada e o executivo podem ser um indicativo sobre as relações existentes entre os entes públicos e categorias representativas das elites do país, na figura das grandes empresas. Isto fica evidenciado nos contratos que, em sua maioria, têm se dado a partir da modalidade de dispensa de licitação. No caso da Fundação Roberto Marinho para a construção dos Museus e da Escola do Olhar, foi estabelecido o contrato no modo de dispensa por inexigibilidade, que significa quando não há outro licitante nas mesmas condições de competir para a prestação de determinado serviço. Em outros termos, a FRM foi contratada no modelo de dispensa por inexigibilidade para executar obras contrariando os fins para o qual ela foi constituída e, por conseguinte, a própria legislação, indicando que a relação de parceria tem se dado nos moldes do privilégio, neste caso, à Fundação do maior conglomerado de mídia do país.

O maior e mais ousado programa concebido pela Fundação Roberto Marinho em parceria com a Fiesp⁸ e com a Fundação Padre Anchieta, o Telecurso, também se estabelece sobre os moldes do contrato por dispensa licitatória nos dez Estados nos quais atua. Destes, vale frisar, cinco são no Nordeste, quatro no Norte do país e um no Rio de Janeiro onde está sediada a Fundação, sendo também o Estado que mais tem recebido intervenções daquela em diversas áreas⁹. O avanço do Telecurso por grande parte do país se deu após ter se tornado política pública reconhecida pelo Ministério da Educação (MEC).

O Telecurso é um projeto de educação acelerada que leva a tecnologia telessala para as escolas públicas e outros espaços de formação como presídios, associação de moradores, entre outros, a partir de convênios firmados com a FRM. Muito embora tenha havido várias experiências anteriores aliando comunicação e educação no país, nenhum deles alcançou o grau de inserção e investimento do Telecurso, que foi o primeiro, inclusive, a ser concebido e desenvolvido por um empresário do setor comercial da comunicação, o concessionário Roberto Marinho. Todas as experiências anteriores de teleducação haviam sido criadas por agentes públicos, basicamente, por governos militares.

Assim como os demais veículos comerciais de comunicação, a TV Globo tinha que cumprir com a portaria interministerial nº 408, do MEC e do Ministério das Comunicações (MiniCom), para utilização de tempo obrigatório e gratuito destinados à transmissão de programas educacionais. Mas, para tanto, Roberto Marinho optou por criar uma instituição – ampliando ainda mais o número de organizações ligadas a Rede Globo – com o intuito de servir à sociedade principalmente para as finalidades educacionais. Assim, a Fundação Roberto Marinho surge em 1977 e o Programa Telecurso exatamente um ano depois. O fato importante é que com a criação da Fundação, a execução de projetos educacionais seria realizada a partir da arrecadação de fundos e isenção de impostos e não teria os mesmos gastos caso fosse

10. Dado coletado do site institucional da Prefeitura do Rio de Janeiro: <http://riotransparente.rio.rj.gov.br/> Acessado em Junho de 2016.

11. Dado coletado do site da Transparência do Governo Federal: <http://www3.transparencia.gov.br/jsp/contratos/contratoExtrato.jsf?consulta=3&CodigoOrgao=26000&consulta2=0&idContrato=164329>. Acessado em Março de 2017.

12. Ver <http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/202-264937351/4253-sp-37719938>. Acessado em Março de 2017.

produzido pela emissora como mais um programa da grade da TV comercial (OLIVEIRA, 2011).

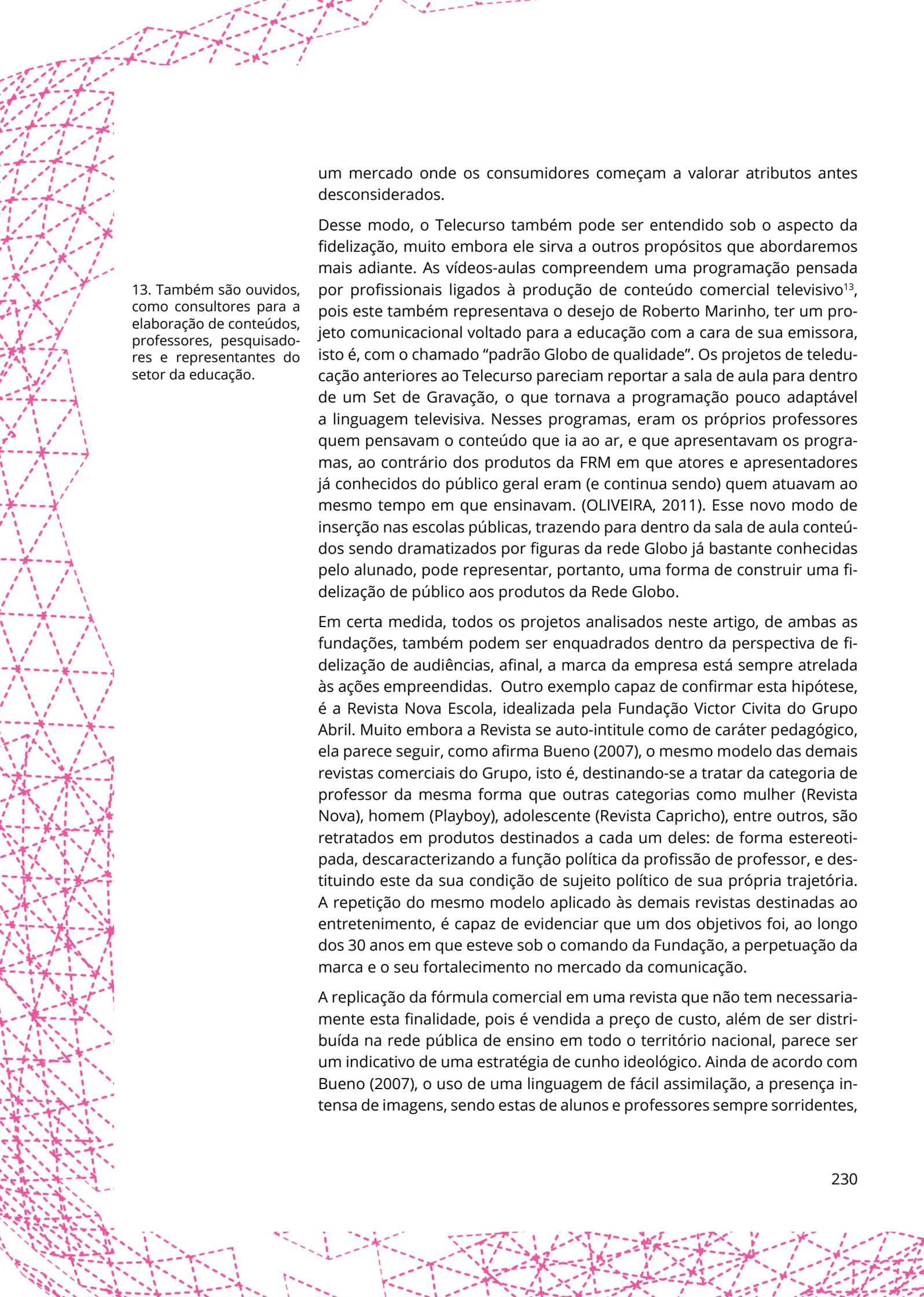
O projeto se espalhou por todo o país especialmente devido à formação de uma rede de parcerias constituídas com governos estaduais e municipais. No Rio de Janeiro, o Telecurso passou a ser chamado 'Autonomia', para as escolas estaduais que adotaram o método de ensino da FRM, e 'Autonomia Carioca', nas escolas municipais. Apesar de este último ter sido criado em 2010, desde 2009 que a secretaria de educação do município vem repassando verba pública para a Fundação. Nos sete anos de repasse, a quantia somou R\$ 23.155.456,00¹⁰ para a prestação de serviço que instala a metodologia telessala do Telecurso nas escolas públicas tanto para o programa de aceleração da educação, assim como também para a formação continuada de professores da rede pública de ensino.

A Fundação Roberto Marinho também firmou parceria direta com o Ministério da Educação (MEC) para a realização do projeto 'Tecendo o Saber'. Lançado em 2005, o projeto, que teve vigência entre 2006 e 2007, custou R\$ 1.994.068,00¹¹ para a implantação de telessalas destinadas ao primeiro segmento do ensino fundamental. A ideia é oferecer a jovens e adultos a oportunidade de concluírem, em menos tempo, as primeiras séries dessa etapa do ensino¹².

Fidelização de audiências: a propaganda é alma do negócio

A primeira pergunta que fazemos quando pesquisamos ou simplesmente tentamos entender o universo das responsabilidades sociais das empresas, é por que estas investem nas chamadas questões sociais. E as respostas parecem ser muitas. Uma delas, apesar de ser a resposta mais rápida e até mesmo beirar ao "senso comum", não deixa ter sua razão de existir: a utilização dos projetos sociais como marketing social da empresa, para gerar o que estamos chamando aqui por fidelização de audiências. O pesquisador Eugênio Bucci (2004) entende este marketing a partir do que ele classifica por "marketing social do bem" isto é, que promove a responsabilidade social da empresa a partir das noções de solidariedade, mas esta enquanto um valor mercadológico, portanto, seria uma "solidariedade de mercado" e estaria relacionada não a "um sentimento interior, mas a uma imagem de solidariedade" (p. 182) concebida para enaltecer a empresa e seus produtos.

A imagem da beneficência corporativa, nos últimos anos, seria o novo componente competitivo da atividade empresarial. Entre os estudiosos do management, como afirma Gentili (2001), existe o consenso de que destacar determinadas ações filantrópicas pode permitir que a empresa conquiste uma imagem vinculada não apenas a uma produção de lucro, mas sim a uma imagem mais engajada com os problemas sociais, especialmente em



13. Também são ouvidos, como consultores para a elaboração de conteúdos, professores, pesquisadores e representantes do setor da educação.

um mercado onde os consumidores começam a valorar atributos antes desconsiderados.

Desse modo, o Telecurso também pode ser entendido sob o aspecto da fidelização, muito embora ele sirva a outros propósitos que abordaremos mais adiante. As vídeos-aulas compreendem uma programação pensada por profissionais ligados à produção de conteúdo comercial televisivo¹³, pois este também representava o desejo de Roberto Marinho, ter um projeto comunicacional voltado para a educação com a cara de sua emissora, isto é, com o chamado “padrão Globo de qualidade”. Os projetos de teleducação anteriores ao Telecurso pareciam reportar a sala de aula para dentro de um Set de Gravação, o que tornava a programação pouco adaptável a linguagem televisiva. Nesses programas, eram os próprios professores quem pensavam o conteúdo que ia ao ar, e que apresentavam os programas, ao contrário dos produtos da FRM em que atores e apresentadores já conhecidos do público geral eram (e continua sendo) quem atuavam ao mesmo tempo em que ensinavam. (OLIVEIRA, 2011). Esse novo modo de inserção nas escolas públicas, trazendo para dentro da sala de aula conteúdos sendo dramatizados por figuras da rede Globo já bastante conhecidas pelo alunado, pode representar, portanto, uma forma de construir uma fidelização de público aos produtos da Rede Globo.

Em certa medida, todos os projetos analisados neste artigo, de ambas as fundações, também podem ser enquadrados dentro da perspectiva de fidelização de audiências, afinal, a marca da empresa está sempre atrelada às ações empreendidas. Outro exemplo capaz de confirmar esta hipótese, é a Revista Nova Escola, idealizada pela Fundação Victor Civita do Grupo Abril. Muito embora a Revista se auto-intitule como de caráter pedagógico, ela parece seguir, como afirma Bueno (2007), o mesmo modelo das demais revistas comerciais do Grupo, isto é, destinando-se a tratar da categoria de professor da mesma forma que outras categorias como mulher (Revista Nova), homem (Playboy), adolescente (Revista Capricho), entre outros, são retratados em produtos destinados a cada um deles: de forma estereotipada, descaracterizando a função política da profissão de professor, e destituindo este da sua condição de sujeito político de sua própria trajetória. A repetição do mesmo modelo aplicado às demais revistas destinadas ao entretenimento, é capaz de evidenciar que um dos objetivos foi, ao longo dos 30 anos em que esteve sob o comando da Fundação, a perpetuação da marca e o seu fortalecimento no mercado da comunicação.

A replicação da fórmula comercial em uma revista que não tem necessariamente esta finalidade, pois é vendida a preço de custo, além de ser distribuída na rede pública de ensino em todo o território nacional, parece ser um indicativo de uma estratégia de cunho ideológico. Ainda de acordo com Bueno (2007), o uso de uma linguagem de fácil assimilação, a presença intensa de imagens, sendo estas de alunos e professores sempre sorridentes,



corresponde a um pressuposto repetidamente defendido pela Fundação Victor Civita em seus projetos sociais: a de que “os problemas educacionais sempre podem ser resolvidos, bastando para isso que cada um “faça a sua parte”” (p.303).

Outro indicativo sobre a hipótese de fidelização pode está no monopólio da presença dessas instituições na área da educação, agregando para si possíveis realizações no setor, incluindo a formulação de políticas públicas, como é o caso do Telecurso já referido anteriormente. Esta presença ocupa os vários espaços de debates, das propagandas e campanhas na televisão (ainda o veículo de comunicação de maior audiência do país), das cartilhas e livros destinados às escolas públicas, na produção de um canal de televisão com “a cara da empresa”, como é o caso do Canal Futura, entre outras atuações com poder de levar adiante o nome da empresa sempre associado às boas ações, especialmente na área de educação, tão requisitada nos últimos anos como imprescindível para o desenvolvimento do país.

Construção de um projeto de sociedade: consolidando o sistema neoliberal

O pressuposto do “faça sua parte” vendido e divulgado pela Revista Nova Escola condiz com o período do seu surgimento, meados dos anos 80, pois coincide com a época da implantação no país do neoliberalismo como projeto político de restabelecimento das condições de acumulação capitalista, e da reestruturação das classes dominantes, pós-crise econômica mundial dos anos 70¹⁴. Com o propósito de modernização social e de crescimento econômico, se fazia necessário um complexo jogo de discursos e ações ancorados numa espécie de demonização do Estado, e na legitimação, por outro lado, do modelo de gerenciamento empresarial como antídoto para modernizar e dinamizar a coisa pública.

Essa perspectiva que culminou no desmonte do Estado de bem-estar social e na redução dos direitos universais conquistados, abriu as portas para a “eficácia” do modelo privatista de gestão dos serviços públicos e do próprio social. Sem a seguridade do Estado cada vez mais reduzido, passou-se a defender o fortalecimento de uma sociedade civil descaracterizada, como uma espécie de colaboração “interclasses”, isto é, responsável pela resolução dos problemas e questões sociais. Daí o lema do “faça sua parte” em forte sintonia com as premissas do Estado mínimo e com a lógica privatista de gestão das questões sociais.

Para a pesquisadora Lúcia Maria Wanderley Neves (2005), o que está em curso na atualidade é o que ela chama de “nova pedagogia da hegemonia”, que significa o redimensionamento do Estado, e a supervalorização da sociedade civil, porém, mistificada enquanto sociedade harmônica, desprovida das tensões e conflitos sociais inerentes a ela, servindo claramente às forças de reestruturação do capitalismo internacionalizado.

14. Como todas as crises já ocorridas no capitalismo, a dos anos 1970 também teve como base a crise de superprodução de mercadorias. Para alcançar maiores taxas de produtividade, as empresas investiram em tecnologias gerando, como consequência, ganhos de produtividade e a possibilidade de redução dos custos de produção, levando a demissão de mão-de-obra. Assim, com a oferta de produtos no mercado, mas com a diminuição de consumidores, levou a queda na lucratividade e acumulação. (WELLEN, 2009)



15. Sobre 'Setor 2.5', ver <http://inei.org.br/acceleradora25/o-que-e-o-setor-2.5>. Acessado em junho de 2016.

16. Tema que será abordado mais à frente neste texto.

Portanto, é preciso construir um discurso político que sirva para convencer as classes sociais a participarem do novo projeto do capitalismo. Na perspectiva da professora Virgínia Fontes (2010) o que vem sendo adotado é uma “novilingue” no sentido de apagar as referências de classe dos conceitos mais caros aos processos de emancipação humana, com o objetivo de esvaziá-los de seu sentido histórico. Questões como comunidade, solidariedade, democracia, cidadania, participação assumem outra lógica, menos contra-hegemônica e mais sacralizada.

Este ambiente fez crescer vertiginosamente o chamado “terceiro setor”, e neste se inclui as Fundações das grandes empresas de comunicação entre outras diversas entidades, criando, na perspectiva de Montaño (2003), um complexo espaço de disputas que envolvem o repasse de recursos públicos para o âmbito privado, territórios de atuação, construção de discursos em defesa do sistema neoliberal, especialmente por ter se tornado, cada vez mais, um universo de realizações de negócios. Hoje já se fala em ‘Setor 2.5¹⁵’ que seria uma mescla entre as lógicas de mercado (segundo setor) com o “terceiro setor”, formando, assim, uma das áreas mais promissoras do mercado atual, a dos negócios sociais.

E no campo da educação, as Fundações Roberto Marinho e Victor Civita têm colaborado com o fortalecimento da lógica de mercado a partir da ideia da eficácia na gestão de unidades escolares, da união da comunidade para a resolução de problemas e de uma educação voltada para o fortalecimento da força de trabalho, e não para a visão crítica sobre o contexto social.

Esta lógica se apoia também na repetição do discurso de que a educação pública estaria em péssimas condições devido à extrema burocracia, que seria o principal elemento da gestão do Estado sobre as escolas. Este pensamento se baseia na ideia de que a qualidade do serviço prestado ao ensino dependeria da eficácia e eficiência próprias de métodos gerenciais de empresas privadas.

A noção de qualidade virou substituto da luta pela democratização da educação, e vem sendo apropriado e ressignificado pelos atuais movimentos “empresariais”¹⁶ da educação. A crise de qualidade na educação, assim como também de responsabilidade e gerenciamento que estaria assolando o país, seria fruto da incapacidade gerencial do Estado. Portanto, a qualidade da educação deve vencer a cultura burocrática-clientelista estatal, e passar a ser medida por meio de testes e avaliações, incorporando ao conceito de qualidade uma racionalidade empresarial em que o importante é a “gestão por resultados” (MARTINS, 2013).

Na Revista Nova Escola, por exemplo, esse olhar operacional da educação prevalece em grande parte das reportagens, sempre amparada na perspectiva de que a melhoria da educação se daria por esforço individual das pessoas diretamente envolvidas no processo educacional, principalmente na figura do professor. No entanto, vale destacar, que não se trata aqui de

17. Um forte exemplo são os materiais produzidos pela própria Fundação Roberto Marinho para serem aplicados como metodologia de ensino nas telessalas. Ela produz material ainda destinado aos cursos de formação continuada de professores. A Corporação Abril, por sua vez, faz parte do grupo de editores familiares no Brasil que formam o monopólio da confecção de livros didáticos e que mantém parceria com o MEC. Fazem parte da Abril as seguintes editoras: Ática, Scipione e a própria Fundação Victor Civita. Ver: <https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td-92-o-livro-didatico-o-mercado-editorial-e-os-sistemas-de-ensino-apostilados/view>. Acessado em Março de 2017.

18. (Nova Escola. Professor de dia, gestor à noite: atuação nas duas áreas colabora para que uma prática alimente a outra. p.52 – 54. out. 2015. Acervo da Biblioteca Nacional - RJ).

19. Acervo da Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro/RJ.

um professor consciente de sua condição histórica - de que, no campo da educação, ele representa mais um elemento entre tantos outros na construção de uma educação mais democrática - mas sim de um professor manuseador de métodos prontos e de cartilhas produzidas e comercializadas por essas mesmas entidades¹⁷.

Como principal responsável pela melhoria do ensino e até mesmo da escola, exige-se do professor o que se popularizou denominar por “proatividade”, sendo o esforço e até mesmo o acúmulo de função no interior da escola para resolução de problemas, supervalorizado.¹⁸ O perfil do professor também é alterado sendo constantemente solicitado a se tornar cada vez mais um guia, tutor, mediador - entre outras denominações semelhantes - do aprendiz. A ideia é deixar para trás a tradicional transmissão de conhecimentos e ajudar o aluno a “aprender a aprender”, isto é, permitir que este tome iniciativas e decisões preparando-o para o moderno mundo do trabalho.

Já desde os anos 90 a Revista vem tentando incutir uma “nova ordem educacional”, alinhada ao atual paradigma do capital que responsabiliza os cidadãos por seu dever de aprender. Na sociedade cognitiva ou do conhecimento na qual estamos inteiramente submersos, o papel principal é dado ao indivíduo que é cobrado durante toda a sua vida a aprender o que lhe será útil profissionalmente (LAVAL, 2004).

As análises convergentes dos meios industriais e das esferas políticas consistem em pensar que a escola deve fornecer as ferramentas suficientes para que o indivíduo tenha autonomia necessária para uma autoformação permanente, para uma “auto-aprendizagem” contínua. A escola deve, em função disso, abandonar tudo o que se pareça com uma “acumulação” de saberes supérfluos, impostos, aborrecidos (p.49).

É esta a pedagogia vendida pela Nova Escola, isto é, centrada na criança, sendo esta, porém, uma compreensão liberal do desenvolvimento humano. É o que pode ser observado na matéria “Crianças em busca de autonomia: ao aliar aprendizagem e cuidado, cria-se um ambiente propício à tomada de decisão” (Nova Escola: p. 38-42, Maio de 2015)¹⁹. Nesta reportagem, ressalta-se o trabalho de uma professora (ênfase sempre a atuação do professor) na construção de atividades orientadas para o despertar da autonomia desde a primeira infância, a partir, especialmente, da percepção atenta sobre as reações de cada criança individualmente. Dentre os objetivos das atividades, um deles seria perceber supostas competências e afinidades de cada aluno.

O termo competência parece se encaixar bem no atual contexto, pois ele está diretamente conectado a exigência de eficácia e flexibilidade exigida dos trabalhadores na “sociedade da informação”. Nesta, não é mais possível que haja algum lugar separado do mundo profissional (LAVAL, 2004).

Por isso, a escola tem se adaptado a esse sistema com grande ajuda das parcerias entre empresas, “terceiro setor” e Estado. É importante perceber também que esse contexto tem feito crescer o interesse pela educação básica, foco da Revista Nova Escola, e da maioria das atividades realizadas pelas Fundações.

Isso pode ser explicado, a partir das orientações dadas pelo Banco Mundial, sobretudo, aos países da América Latina, África e Ásia, sendo por isso considerado o Ministro mundial da educação dos países periféricos (LEHER, 1999). Tais orientações estão focadas na educação básica, pois seria esta indispensável aos processos de formação de serviço, isto é, uma educação direcionada aos mais pobres que, por meio de programas de base educacional, passariam a participar mais facilmente da vida produtiva.

Para a pesquisadora Nora Krawczyk (2014), esse deslocamento de preocupações das empresas com a educação escolar, além da técnica, sobretudo com o ensino médio, tem se dado também pelo crescimento das chamadas “universidades corporativas”²⁰ com o intuito de promover competências específicas para cada área, e também para preservar o que vem sendo chamado por Sistema S (Senai, Sesc, Sesi, Senac)²¹.

Assim, a partir dessa perspectiva, a proposta pedagógica nas escolas é inserir uma cultura empresarial nos jovens estudantes, dotando-os de maior capacidade de adaptação a situações diversas do “novo” mundo do trabalho, além de desenvolver a capacidade de autogestão (KRAWCZYK, 2014). Portanto, é possível a afirmação de que a educação no sistema neoliberal visa à formação do trabalhador cuja existência se reduz a utilizar conhecimentos específicos para o exercício de uma profissão considerada importante economicamente (LAVAL, 2004).

O foco na cultura da trabalhabilidade (KRAWCZYK, 2014), ganha destaque também a partir das parcerias firmadas entre o Sistema S, e a Fundação Roberto Marinho, mais especificamente nos projetos do Telecurso, em parceria com a Fiesp, e no Canal Futura (em parceria com a CNI²²), este último projeto transmitido em rede fechada de televisão. Nos municípios de São Gonçalo e Niterói, além de alguns bairros do Rio de Janeiro e da Baixada Fluminense, o Futura tem sinal aberto em UHF. Em Presidente prudente (SP) no canal 2; Guarujá (SP), canal 30; Curitiba (PR), canal 16; Passo Fundo (RS), canal 4; São Leopoldo (RS), canal 30 (VARGAS, 2008).

O Canal Futura surgiu em 1998, fruto de uma grande aliança entre organizações de iniciativa privada, além de estabelecer parceria com entidades públicas, como universidades, e organismos do terceiro setor. Algumas das organizações que são parcerias e mantenedoras do Canal são: o CNI, Fiesp, Firjan, CNT²³, Fundações como a Bradesco, Itaú, Vale, além da Rede Globo, Grupo Votorantim, Gerdau, entre outros. É importante frisar que os parceiros do Canal participam ativamente da sua gestão fazendo parte, inclusive, do Conselho Consultivo, ou seja, decidindo sobre a programação, além de

20. Ver: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,universidades-corporativas-ganham-forca-no-brasil,170526e>. Acessado em Janeiro de 2017.

21. Serviço Nacional de Aprendizagem (Senai), Serviço Social do Comércio (Sesc), Serviço Social da Indústria (Sesi), Serviço Social de aprendizagem do Comércio (Senac). Existem ainda os seguintes: Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar), Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop) e o Serviço Social de Transporte (Sest).

22. Confederação Nacional da Indústria (CNI).

23. Confederação Nacional do Transporte (CNT).



24. Faixa etária que pode ser considerada a mais produtiva no atual contexto.

25. Serviço Brasileiro de Apoio das Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

traçar estratégias e diretrizes em termos de resultados de cada projeto. Os parceiros e mantenedores sustentam não apenas a grade de programação, mas também projetos de mobilização realizados em diversos Estados pelo Futura.

Portanto, cada programa tem a cara de determinado parceiro. No início desse ano, o Futura anunciou mudança na grade de programação, passando a dar maior prioridade ao que eles chamam de “juventudes brasileiras”, isto é, a um público entre 16 e 40 anos²⁴, com foco especial dado aos temas do empreendedorismo, formação profissional, e exemplos de educação no país e no mundo. É importante destacar que o empreendedorismo é considerando o “valor fundamental” do Canal, como é possível verificar em sua própria página na internet.

. O programa #ProjetoEmpreender que trata de iniciativas empreendedoras realizadas por jovens, têm apoio de outra entidade parceira, o Sebrae²⁵, que atua com o incentivo a micro e pequena empresa, estimulando a atuação empreendedora. Em 1990, através da Lei 8.029, o Sebrae, que na época era o Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa – CEBRAE, juntamente com outros órgãos e Fundações, foi autonomizada, ou, em outros termos, privatizada.

Outro programa de peso na grade do Canal é o Futura Profissão, que tem como parceiros na formulação de conteúdos o SENAI e a Fiesp. O programa tem como foco a capacitação do trabalho na indústria, na formação profissional e também no fomento ao empreendedorismo. A Fiesp ainda atua na constituição de outros programas como os jornalísticos, assim como também no programa Globo Ciência, que também é veiculado na Rede Globo, isto é, TV aberta (FRM, 2008).

O Destino Educação conta com dois episódios distintos, o Escolas Inovadoras, e o Destino Brasil. Este último recebe o apoio do Sesi. É interessante elucidar que o Sistema Sesi foi criado pelo Decreto-Lei nº 9.043/46, mas foi entregue no mesmo ano à gerência do CNI. Ele foi criado com a finalidade de “planejar e executar medidas que contribuam para o bem estar social dos trabalhadores” (RODRIGUEZ, 1998, p. 22), em outras palavras, esse Sistema tem o objetivo, como prescreve a própria legislação que o criou, de conformar “moral e civicamente” a força do trabalho, funcionando como indutor da “solidariedade de classes” (Ibid. p.22).

O CNI representa o maior órgão da burguesia industrial, desde 1938, ano em que foi fundado. Composta pela chamada tríade pedagógica (SESI, SENAI, IEL), aquela entidade se comporta como um complexo organismo constituído com o fim de buscar uma hegemonia da visão de mundo burguesa (RODRIGUEZ, 1998). E é isso que se pretende a partir da formulação da programação de um Canal de Televisão, mantido por esses mesmos organismos.

26. Um exemplo disso é que a Consultoria da Câmara dos Deputados se utiliza de pesquisas elaboradas pela FVC para servir de base consultiva no processo legislativo, como foi o caso do material sobre O Plano Nacional de Educação (PNE). Um olhar bem próximo da perspectiva neoliberal vendida pela Fundação Victor Civita: <http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema11/gestao-democratica-no-pne-ana-vaeska>. Acessado em Janeiro de 2017.

27. Ver: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2008/03/26/comissao-de-educacao-discute-parceria-com-fundacao-victor-civita>. Acessado em Junho de 2016.

28. Reflete claramente que a lógica promovida é de um sistema baseado em premiações e castigos.

29. Incluindo a Rede Record, SBT e Rede TV que já realizaram campanhas do Todos Pela Educação, alertando sobre a importância de escolher candidatos nas eleições municipais que dêem importância à educação. Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=Rifx9d5ch9c>. Acessado em janeiro de 2017.

A participação de órgãos da burguesia nos processos educacionais não representa, portanto, novidade. Porém, o destaque do momento atual seria a forte união entre atores públicos e privados e, sobretudo, a participação dos grupos de mídia nessas parcerias, incluindo na formulação de políticas públicas para educação. É o que pode ser observado a partir das pesquisas e publicações feitas pela Fundação Victor Civita e divulgadas no site da própria Instituição, em “Estudos e Pesquisas”. Essas pesquisas vêm sendo encomendadas por diversos organismos, incluindo, até mesmo, o Congresso Nacional²⁶.

Também é intensa a presença da Fundação em audiências públicas e Seminários no Congresso sobre temas relacionados às questões educacionais, além de reuniões com membros da Comissão de Educação da Casa para firmar parcerias e acordos²⁷. Nessas audiências públicas a presença dos vencedores e organizadores do “Prêmio Educador Nota 10”²⁸, também organizado há 19 anos pela FVC, é da mesma forma intensa. Os premiados por alguma iniciativa didática considerada criativa e inovadora pelo concurso, relatam suas experiências com o intuito de “disseminar boas ideias” e, em certa medida, influenciar nos modos de pensar políticas públicas para a educação.

Quando a FVC não participa diretamente desses espaços de decisão, ela ainda se faz representar pela presença de outro movimento do qual faz parte, o “Todos Pela Educação (TPE)”. Este movimento tem marcado fortemente os atuais debates sobre educação no país, com grande poder de influência sobre o Estado na formulação de políticas. Seus membros são em sua extensa maioria compostos pelos empresários mais ricos e importantes do país, incluindo as empresas aqui em questão, a Rede Globo e o Grupo Abril, representados pelas suas respectivas Fundações.

Como afirma o próprio TPE, este não é um projeto de um organismo específico, mas sim um projeto de sociedade, e é desse modo que ele vem se colocando frente às questões educacionais do país. O movimento se pauta pelo o que podemos chamar de pedagogia dos resultados e das competências individuais, e por um “pacto” entre setor empresarial, Estado e sociedade civil no sentido de reorganizar a educação.

O Conselho de Governança do Movimento conta com a presença de Fabio Colletti Barbosa do Grupo Abril e José Roberto Marinho, presidente da Fundação Roberto Marinho. Esta ainda faz parte do grupo de patrocinadores do TPE, que se divide em Cota Ouro, Diamante e Bronze. A FRM está no grupo Diamante, isto é, a segunda maior cota de investimento no Movimento.

A Comunicação se destaca entre as principais frentes de trabalho do Movimento com o objetivo de ter maior inserção do tema, sobretudo a educação básica, na mídia, e como forma de sensibilizar a população a respeito da educação no país criando controle social (MARTINS, 2013). Daí a estreita relação entre o TPE e as grandes redes de comunicação²⁹. No início do

30. Ver: <http://blogs.oglobo.globo.com/todos-pela-educacao/>. Acessado em Janeiro de 2017.

31. Ver: <http://educacao.estadao.com.br/blogs/de-olho-na-educacao/>. Acessado em Janeiro de 2017.

Todos pela Educação, criado em 2006, o presidente da FRM foi coordenador da comissão de comunicação do TPE. Além disso, várias campanhas e publicidades veem sendo frequentemente veiculadas na Rede Globo, sem contar que o blog do TPE está depositado no site do Jornal O Globo³⁰.

Outros grandes parceiros do TPE são os Jornais Folha de São Paulo, Estadão e a Revista Veja. O Site do Estadão, por exemplo, também deposita outro blog coordenado pelo TPE chamado “De olho na Educação”³¹ que, conforme a descrição na própria página serve como espaço para acompanhar os indicadores e políticas educacionais, funcionando como um observatório da educação.

Considerações Finais

Como afirma o próprio TPE o que se está tentando construir, por meio da educação, é um projeto de sociedade alinhado com as perspectivas de desenvolvimento do capitalismo neoliberal. E as Fundações das empresas de comunicação têm atuado intensamente nesse projeto, compondo alianças com demais organismos de grandes empresas (como é o caso do TPE), mas, especialmente, com governos e categorias políticas na formulação de políticas públicas e na transferência de recursos públicos para o âmbito privado.

Muito embora não tenha sido o principal objetivo deste artigo, este panorama sobre a participação das Fundações Roberto Marinho e Victor Civita na área da educação, pode abrir caminhos de possibilidades investigativas a respeito do diferencial, em termos de influência e inserção, que essas Fundações têm por pertencerem a organismos comunicacionais historicamente aliados às velhas oligarquias políticas do país, e também por serem entidades de construções simbólicas com profunda penetração na realidade social.

Com o aparato comunicacional constroem-se, com maior viabilidade, consensos em torno de um projeto para o social. Ainda mais quando diz respeito às duas maiores empresas de comunicação do país, a Rede Globo e o Grupo Abril, e suas estreitas relações com as categorias de poder e decisão, como dito acima.

E com base nas categorias utilizadas neste trabalho para tentar entender o que querem essas Fundações com tão intensa participação no universo da educação pública do país, quais sejam, a disputa por fundo público, fidelização de audiência e construção de projeto de sociedade, foi possível perceber que há uma via de mão dupla nessa relação de parceria por um ethos social: à medida que são pensados e executados, em parcerias com os principais representantes da burguesia industrial do país, projetos sociais e até canais de televisão, ou quando são elaboradas grandes pesquisas e estas são utilizadas de base para a formulação de políticas educacionais como um *modus operandi* para o estabelecimento de um modelo de socie-

dade, também se está, ao mesmo tempo, criando fidelização de públicos, fortalecimento de marca e crescimento da margem de lucro da empresa, este último tanto pela via do crescimento das audiências, e o conseqüente aumento de publicidade, assim como também pela isenção de impostos e outros tributos para a execução de projetos sociais, além do recebimento direto de fundos públicos.

Portanto, parece fundamental compreender a presença cada vez maior dessas empresas e suas Fundações nos espaços públicos de formação, elaborando conteúdos e métodos de ensino em torno de uma determinada ideologia, ao mesmo tempo em que ampliam seu poder de influência (e econômico), sobretudo, entre as categorias populares da sociedade.

Referências

BRASIL. **Lei nº 13.152, de Julho de 2015.** Dispõe sobre as finalidades das Fundações. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13151.htm. Acessado em Janeiro de 2017.

BUCCI, Eugênio. A solidariedade que não teme aparecer (ou o voluntariado para ajudar a quem ajuda). In. BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita (Orgs). **Videologias: ensaios sobre televisão.** São Paulo: Boitempo, 2004.

BUENO, Sinésio Ferraz. Semicultura e educação: uma análise crítica da revista Nova Escola. **Revista Brasileira de Educação.** v. 12, n. 35, p. 300 - 307. Rio de Janeiro, 2007.

CAETANO, Maria Raquel. **Ensino Médio no Brasil e a privatização do público: o caso do Instituto Unibanco.** Universidade e Sociedade, Brasília, Ano XXIV, n. 56, p. 84-99, Agosto. 2015.

FINGUERUT, Silvia; SUKMAN, Hugo (Orgs.). **Fundação Roberto Marinho: 30 anos.** 2.ed. Rio de Janeiro: Goal Editora, 2008.

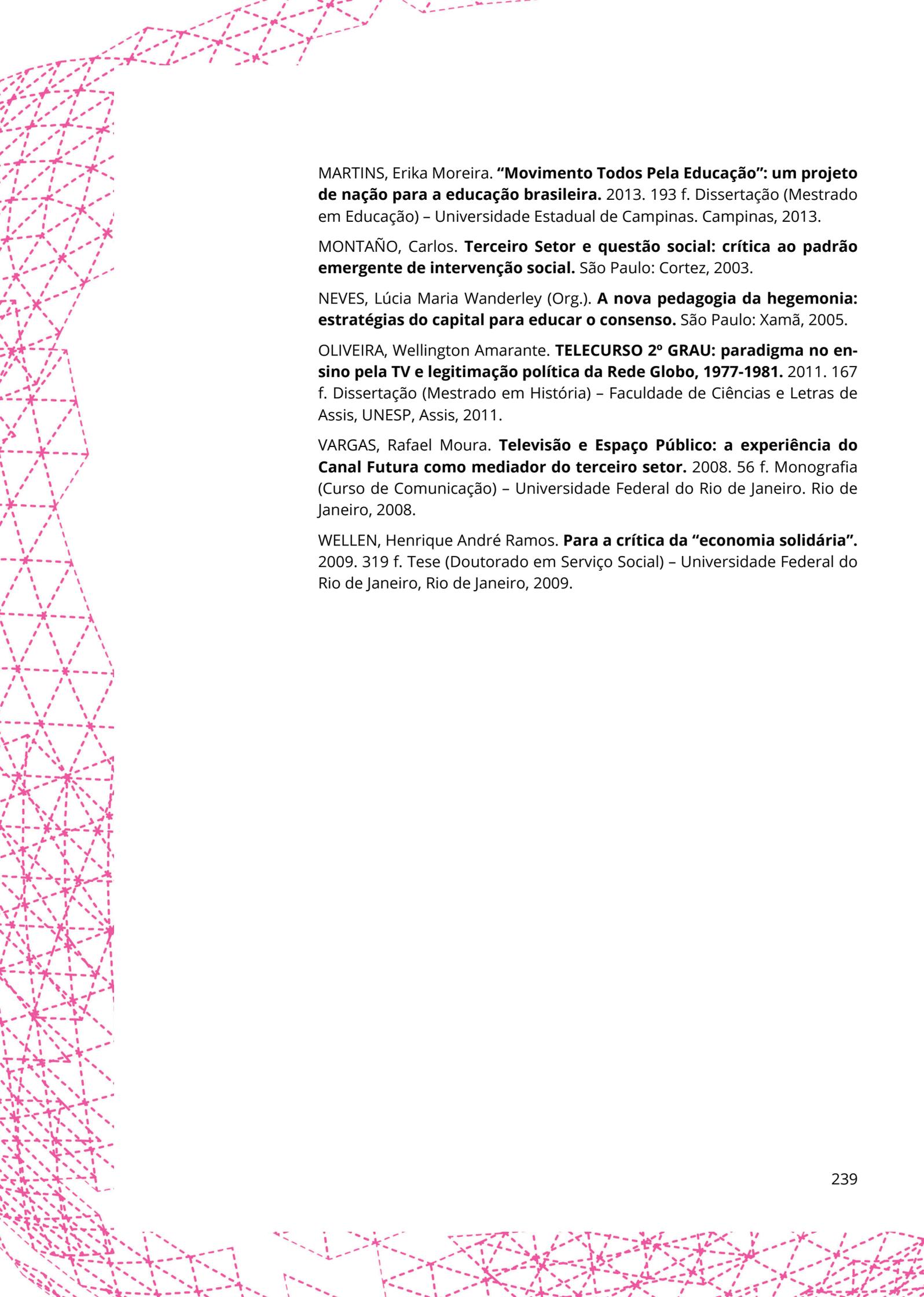
FONTES, Virgínia. **O Brasil e o Capital Imperialismo: teoria e História.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

GENTILI, Pablo. **A falsificação do consenso: simulacro e imposição na reforma educacional do neoliberalismo.** Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

KRAWCZYK, Nora. **Ensino Médio: empresários dão as cartas na escola pública.** Revista Educação Social. v. 35, n. 126, p. 21 - 41, Campinas, 2014.

LAVAL, Christian. **A Escola não é uma empresa: o neoliberalismo em ataque ao ensino público.** Londrina: Editora Planta, 2004.

LEHER, Roberto. Um novo senhor da educação? A política educacional do Banco Mundial para a periferia do capitalismo. **Revista Outubro.** ed. 3, p.19 - 30, 1999.



MARTINS, Erika Moreira. **“Movimento Todos Pela Educação”**: um projeto de nação para a educação brasileira. 2013. 193 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2013.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro Setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social**. São Paulo: Cortez, 2003.

NEVES, Lúcia Maria Wanderley (Org.). **A nova pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso**. São Paulo: Xamã, 2005.

OLIVEIRA, Wellington Amarante. **TELECURSO 2º GRAU: paradigma no ensino pela TV e legitimação política da Rede Globo, 1977-1981**. 2011. 167 f. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Ciências e Letras de Assis, UNESP, Assis, 2011.

VARGAS, Rafael Moura. **Televisão e Espaço Público: a experiência do Canal Futura como mediador do terceiro setor**. 2008. 56 f. Monografia (Curso de Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008.

WELLEN, Henrique André Ramos. **Para a crítica da “economia solidária”**. 2009. 319 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.