

## **MERCADO EDITORIAL ESCOLAR DO SÉCULO XXI: LIVROS DIDÁTICOS, APOSTILAS E FORMAÇÃO DE PROFESSORES**

Célia Cristina de Figueiredo Cassiano <sup>1</sup>

### **RESUMO**

No início do século XXI, o mercado editorial escolar do Brasil foi substancialmente alterado, dado que passou da concentração das editoras familiares para o oligopólio dos grandes grupos empresariais (nacionais e internacionais). Assim, agressivas estratégias de marketing e novos produtos, tais como os *sistemas de ensino* (comercialização de apostilas e assessoria pedagógica integral às escolas) e cursos de formação de professores chegam à escola pública pelas grandes editoras de didáticos do país, que já eram fornecedoras do governo por conta dos livros didáticos adquiridos pelas gigantescas vendas feitas por meio do Programa Nacional do Livro Didático – PNLD. Editora Positivo (tradicional grupo empresarial vinculado à comercialização de apostilas e computadores); Editora Moderna (empresa do poderoso grupo espanhol Santillana); Ática e Scipione (do Grupo Abril); FTD e Saraiva disputam esse novo mercado. Neste artigo apresento e analiso como esses fenômenos atingem a escola pública da educação básica brasileira, buscando elementos para entender a complexidade do currículo desenvolvido nas escolas, dado que nossa abordagem nos faz estabelecer os estreitos vínculos entre Estado, economia, cultura e educação.

*Palavras-chave:* políticas públicas, mercado editorial, sistemas de ensino, livro didático, currículo

No início do século XXI, o mercado do livro didático brasileiro foi alterado, pois passou da concentração das editoras familiares para o oligopólio dos grandes grupos empresariais (nacionais e internacionais).

Assim, a partir de meados da década de 1990, exceção feita à Editora do Brasil, todas as demais, que lideravam o mercado editorial dos didáticos passaram a fazer parte de grandes grupos, a saber:

- Grupo Saraiva: Editoras Saraiva, Atual e Formato;
- Grupo Abril: a partir de 2004 passou a ter o controle acionário total das Editoras Ática e Scipione. Tais editoras haviam sido

<sup>1</sup> Doutora em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/ Agência Financiadora: CAPES/ E-mail: f.cassiano@uol.com.br

compradas pelo próprio Grupo Abril e pelo Havas, da França (Vivendi Universal Publishing – VUP), em 1999. Em 2002 o Grupo Vivendi vendeu todas as suas editoras na Europa e na América Latina para a Hachette<sup>2</sup> as Editoras Ática e Scipione ficaram fora dessa transação comercial. Em 2004 o Grupo Abril assumiu integralmente o controle dessas empresas;

- a Editora Moderna, em 2001, foi adquirida pelo Grupo Editorial Santillana, pertencente ao Grupo Prisa;
- Grupo IBEP/Cia. Editora Nacional;
- a FTD adquiriu a Editora Quinteto em 1997.

Além desses, o Grupo Positivo, de origem nacional, desponta na disputa por uma fatia do mercado dos didáticos, inscrevendo livros pela primeira vez para o Programa Nacional do Livro Didático – PNLD<sup>3</sup> no início do século XXI. Tal grupo, além de comercializar livros didáticos, vendidos por meio da sua editora, a Nova Didática (que, posteriormente, passou a ser Editora Positivo), também comercializa computadores e *sistemas de ensino*, em que é negociado tanto o material didático (normalmente sem autoria declarada e elaborado por meio de apostilas/ módulos), como também a metodologia e o *treinamento* para os professores.

Tradicionalmente, as práticas comerciais das chamadas *editoras familiares dos livros didáticos* apresentavam muitas características similares, identificáveis, notadamente, a partir da década de 1990, com a consolidação do PNLD (Cassiano, 2007). Assim, as Editoras Saraiva, FTD, Nacional, do Brasil, Ática, Scipione, Moderna, Atual e o IBEP, apesar de terem suas respectivas identidades como empresa, ao compartilharem o mesmo mercado, passaram a apresentar tais características similares em suas práticas comerciais e, conseqüentemente, adquiriram um formato específico e homogêneo de se relacionar com as escolas públicas e particulares do país, assim como com o Poder Público.

2 Braço editorial do Grupo lagardère, da França, porém, de acordo com o constante no site da Ática (Disponível em: <<http://www.atica.com.br/materias>>. Acesso em: 15 jun. 2007.),

3 O Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) é uma política adotada pelo Estado em relação ao livro didático, a partir da redemocratização do país, que centraliza, no governo federal, planejamento, avaliação, compra e distribuição gratuita do livro escolar para a maioria dos alunos da educação básica do Brasil. Para serem usados em 2007, foram distribuídos 120.688.704 livros para os 42.565.864 alunos matriculados nos ensinos fundamental e médio do país (censo escolar de 2005).

Por causa de a adoção dos livros didáticos ser feita na instituição escolar é que existem esforços tão intensos das editoras em direção à escola, fazendo parte do cotidiano das unidades de ensino a presença diária dos divulgadores – profissionais que não vendem diretamente os livros para o professor ou coordenador pedagógico, mas *doam* tais produtos, mantendo presença constante na instituição escolar – durante o ano inteiro, em especial nas escolas particulares. Assim, a venda se concretiza na livraria ou pela compra direta feita pelo governo, *mas é decidida no momento em que o livro é adotado na escola*, tendo como regra a figura do professor como o protagonista dessa escolha.

Desse modo, há um movimento da equipe de divulgação que varia conforme o período do ano, movimento este que é nacional e comum a todas as editoras. Assim, existe um ciclo anual de trabalho dividido em um período de cadastramento das escolas públicas e particulares de todo o Brasil; um período direcionado à divulgação do material para a rede pública, devido às compras governamentais (PNLD e Programa Nacional do Livro Didático para o Ensino Médio – PNLEM, entre outros); um período de divulgação dos livros no planejamento das instituições particulares, entre outras atividades. A essência de todas esses esforços é a divulgação (e não a venda direta) dos livros didáticos e paradidáticos na instituição escolar.

As estratégias das grandes editoras de didáticos variam conforme a rede a ser atingida, isto é, a divulgação para as escolas da rede pública é diferente da que é feita para as escolas da rede particular de ensino, dada a grande diferença existente entre essas duas redes. Além disso, temos de considerar que também há esforços feitos em direção aos sujeitos que estão nas arenas decisórias do governo.

No caso da rede pública, é feito um *cadastramento*, mas ele não é tão minucioso como o que é feito na rede particular, em razão, principalmente, do tamanho dessa rede e da rotatividade dos professores. Nesse caso, as editoras procuram mapear, pelo menos, os dados das escolas públicas (número de alunos, número de salas, etc) e das pessoas-chave no estabelecimento, para que essas instituições possam ser minimamente diferenciadas e para que o material (livros didáticos para análise, folders, brindes, etc.) possa ser direcionado adequadamente por ocasião do PNLD.

Na realidade, apesar de a compra governamental resultar de uma negociação direta entre editoras e Poder Público, a decisão dos

livros didáticos que serão comprados é feita por meio das *indicações provenientes das instituições escolares públicas* de todo o país. Nesse caso a escolha dos livros didáticos é feita diretamente pelos professores, nas escolas, mas com a orientação governamental.

Ou seja, a atenção dos divulgadores para a rede pública se dá, notadamente, no curto período em que os professores estão escolhendo os livros que serão comprados pelo governo, o que costuma ocorrer nos meses de agosto e setembro. Tal período é pequeno porque é parte da gigantesca operação da compra governamental (PNLD e PNLEM), em que os livros adquiridos deverão ser entregues em todas as escolas públicas brasileiras antes de o ano letivo iniciar.

Lembremos, ainda, que estamos nos referindo à negociação de expressivo volume de livros, que normalmente ultrapassa os 100 milhões de exemplares ao ano. Assim, há um esforço das editoras tanto para que seu livro seja aprovado pelas comissões de avaliação dos livros didáticos, do MEC; como há também a divulgação que é feita no interior das escolas, notadamente pela distribuição gratuita dos livros didáticos para serem analisados pelos professores.

Esses procedimentos, porém, não esgotam as estratégias de marketing das grandes editoras em decorrência das compras governamentais, apesar de, aparentemente, ser a principal. As editoras se valem, também, entre outras iniciativas, da distribuição de folder promocional e do oferecimento de palestras com os próprios autores dos livros didáticos, ou de assessores pedagógicos.

Em razão dos abusos cometidos por parte das editoras em suas práticas de divulgação, que se manifestam de variadas formas, o MEC instituiu a Portaria 2.963, em 29/08/2005, contendo normas de conduta para as editoras participarem do processo de execução dos programas estatais de livros. Como muitas das tradicionais práticas de divulgação das editoras se mantiveram, em 5 de abril de 2007 essa Portaria foi substituída pela Portaria Normativa nº 7, em que as normas de condutas para as editoras ficaram mais rígidas, prevendo-se multas punitivas e até suspensão do contrato estabelecido entre o MEC e a editora infratora, no caso de reincidência no descumprimento da Lei. Desse modo, por ocasião do PNLD, ficaram proibidas as palestras dos autores dos livros didáticos constantes no Guia, em espaços do ensino

público; as visitas dos divulgadores nas escolas públicas para a entrega dos livros, entre outras medidas, sendo permitido, porém, o envio dos livros pelo correio, para a avaliação dos professores.

O objetivo da Portaria Normativa nº 7 foi a preservação dos profissionais das escolas públicas frente às tradicionais estratégias de marketing adotadas pelas editoras. Porém, com a reconfiguração do mercado dos didáticos, que passou a ser composto pelos grandes grupos, há contrapartidas para medidas governamentais como essas, realizadas, sobretudo, por meio de inovações nas estratégias de marketing por causa do considerável poder de investimento que têm tais grupos. Além disso, a comercialização de novos produtos desenvolvidos pelas editoras de didáticos e, até então, inéditos nesse segmento, como os *sistemas de ensino* e os *núcleos de negócios para formação de professores*, têm ampliado o campo de atuação desses grupos, notadamente em direção às escolas públicas.

Dentre as novas estratégias de divulgação das editoras, no início do século XXI, podemos relembrar a publicidade lançada em horário nobre da Rede Globo de Televisão (e também em outras emissoras), que contou com o cartunista Ziraldo como *garoto-propaganda* dos livros do *Grupo Positivo*; por ocasião do PNLD/2007.

Outro exemplo de estratégia que inova é a realização dos *Congressos Internacionais de Educação* organizados pela *Editora Moderna*, que têm atingido anualmente número significativo de profissionais da educação de São Paulo, a maioria pertencente à rede pública.

Assim, os exemplos anteriormente apresentados representam novas estratégias das editoras de didáticos em relação às escolas públicas, que têm forte poder de convencimento, mas não ferem os dispositivos legais. Podemos identificar, também, novos produtos que chegam à rede pública por meio das editoras de didáticos: os sistemas de ensino e a formação de professores. Nesse contexto, todos os grandes grupos já mencionados mereceriam um olhar mais atento, porém, as Editoras Moderna (Santillana - Grupo Prisa) e Positivo nos chamam a atenção. Em especial, porque a primeira nos dá oportunidade de reflexão acerca da entrada do capital internacional espanhol no Brasil, em setor vinculado à educação; quanto à segunda, advém de um grande grupo que tem comprovada tradição na elaboração e comercialização de *sistema de ensino*, além de fabricar e exportar computadores.

## **A EDITORA MODERNA NA GESTÃO SANTILLANA**

A aquisição da Editora Moderna pelo Grupo Santillana, ocorrida em março de 2001, é o caso mais visível da entrada do capital espanhol na educação brasileira, à luz do que já ocorrera com outras empresas nacionais, de segmentos distintos, como o bancário e o da telefonia, por exemplo.

De acordo com artigo publicado, em 14/11/2006, no jornal *Valor Econômico*, "em seis anos, o Brasil representa 15% da receita da Santillana". Nesse artigo é ressaltado que depois de ter comprado a Editora Moderna, em 2001, a Santillana, em 2006, já soma seis empresas no território nacional: em junho de 2005 o Grupo adquiriu 75% da Editora Objetiva (também consolidada no território nacional, atuando no segmento de obras gerais), por R\$ 20,38 milhões. O Grupo controla também a Editora Salamandra, especializada em títulos infanto-juvenil; o selo Richmond, único negócio na língua inglesa do grupo no mundo; o Sistema Uno de Ensino, que engloba apostilas e serviços para as escolas; e a empresa de avaliação educacional Avalia.

Observa-se, nesse artigo, que o grupo Santillana é o braço editorial do conglomerado Prisa, que faturou 1,4 bilhão de euros em 2005, sendo destacado que o Brasil passou, neste curto período (2001 a 2006), a constituir o 3º lugar no *ranking* do faturamento do grupo, presente em 22 países, e que já beira à vice-liderança, ocupada pelo México.

Na apresentação do Grupo Santillana, disponível no site já citado, é destacado que a empresa possui *tradição e liderança*, e engloba as atividades do Grupo Prisa nos setores da educação, editoração e formação, integrado a um conjunto de empresas que operam na área lingüística do espanhol e do português. É ressaltado que sua equipe editorial incorporou a capacidade de interpretar as diferentes realidades educativas do mundo e de formular respostas ajustadas às circunstâncias de cada país - ordenamento do sistema educativo, programas de ensino, hábitos dos professores etc.

Um fato a se destacar é que as estratégias de divulgação das grandes editoras de didáticos na Espanha, assim como nos demais países da América Latina, são feitas por uma equipe de divulgadores, que têm práticas de relacionamento com as

escolas semelhantes às desenvolvidas no Brasil, que envolvem visitas aos professores, coordenadores e diretores nas escolas, cadastramento, etc.

Há, porém, uma prática largamente adotada pelos grandes grupos europeus, que não é adotada pelas grandes editoras de didáticos do Brasil, que é a criação das *fundações culturais*, que dão importante sustentação institucional às suas empresas de vinculação, sendo a Fundação Santillana uma delas.<sup>4</sup>

## A FUNDAÇÃO SANTILLANA

As *fundações culturais* são instituições que atuam como organizações culturais e operam com a realização de grandes eventos no âmbito da educação e da cultura, agregando valor institucional às respectivas empresas de suas vinculações. Desse modo, vale destacar que não só as editoras européias têm suas fundações, mas também grupos empresariais dos mais diversos segmentos, como é o caso da Telefônica e do Santander.

Nesse contexto, a Fundação Santillana (constituída em 1979) é uma instituição fortemente estabelecida na Espanha, tendo sede também na Argentina e na Colômbia. Dentre as inovações operadas pela Editora Moderna, na gestão Santillana, as mais visíveis estão as que encontram consonância nas ações desenvolvidas, há anos, por essa fundação, tais como os *Seminários de Outono* e aos *Congressos Internacionais de Educação*, que a Editora Moderna tem realizado no Brasil.

Quanto aos *Seminários de Outono*, realizados no Brasil em 2002 e 2005, foram eventos restritos a gestores e profissionais de destaque na educação (pública e privada) e objetivaram debater o Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA), assim como analisar o desempenho dos alunos brasileiros nessa avaliação internacional, em que o Brasil participou de forma voluntária, dado que é uma avaliação promovida pelos países-membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

4 Vale lembrar que a Fundação Victor Civita é um exemplo brasileiro desse tipo de Fundação Cultural, pertencente ao Grupo Abril, que voltou ao segmento dos didáticos em 1999. Porém, nenhuma das editoras que dominaram o segmento dos didáticos nos anos 1980 e 1990 haviam criado fundações desse tipo.

A participação dos alunos brasileiros no PISA foi uma medida adotada pelo então ministro Paulo Renato, quase em concomitância à entrada da Santillana no Brasil. Além disso, vale também considerar que a implementação das avaliações institucionais no Brasil (Sistema de Avaliação da Educação Básica - SAEB, Exame Nacional do Ensino Médio - ENEM, etc.) foi um dos marcos da gestão de Paulo Renato de Souza.

Quanto aos *Congressos Internacionais de Educação*, até 2007 já foram realizadas cinco edições, sendo que estes têm divulgação nas escolas públicas e particulares e nos órgãos públicos.

No *Diário Oficial do Município de São Paulo*, de 23/02/2006 (DOM, 23/02/2006, p.29 e 30) era publicada a dispensa de ponto para dois profissionais por escola para a participação nesses eventos. Tal dispensa, certamente, pressupõe a boa qualidade desses eventos de antemão, uma vez que tal medida adotada pelo Poder Público só se justifica porque tais eventos são considerados *instâncias de formação continuada desses profissionais*, abstraindo desse contexto os interesses comerciais da editora promotora do evento. Desse modo duas questões procedem desse cenário: primeiramente, trata-se de discutir a efetiva qualidade desses eventos, e a segunda, trata-se de considerar os interesses comerciais motivadores da promoção desse tipo de evento.

Esse cenário apresenta tanto as marcas locais do Grupo internacional Santillana, que tem visíveis parcerias estabelecidas com organismos internacionais (marcadamente com a OEI, OCDE e com a UNESCO), como também destaca o evidente potencial de investimento desse grupo. Capacidade de investimento esta que tanto possibilita as condições para a promoção dos eventos anteriormente destacados, como também para o estabelecimento de parcerias com sujeitos que foram centrais no governo de FHC, que permaneceu oito anos no governo (1995 a 2002) e promoveu reformas educacionais que deram as diretrizes seguidas pelo país na educação, desde 1995 (e que permanecem, mesmo com a alteração do governo) e, portanto, são sujeitos detentores de informações privilegiadas, como é o caso do ex-ministro Paulo Renato de Souza, já citado; e de Mônica Messenberg Guimarães, que foi Secretária Executiva do FNDE (respondendo pela execução do PNL, de 1999 a 2002) e atualmente (em 2008) responde pelo cargo de diretora de Relações Institucionais da Editora Moderna,



atuando em Brasília.<sup>5</sup> Vale ressaltar, ainda, o investimento da Santillana em outra linha de atuação do grupo, o *Sistema de Ensino UNO*, que oferece apostilas aos alunos e serviços, como cursos para professores por satélite e acesso a um portal na internet.

Como já citamos, a comercialização de *sistemas de ensino* pelas tradicionais editoras de livros didáticos, em especial para a rede pública, é outra novidade observada no ramo dos escolares, na medida em que esse tipo de produto tinha venda restrita às escolas particulares, vendas estas realizadas, geralmente, pelos grandes cursos pré-vestibulares e que no início do século XXI também são produzidos e comercializados pelas grandes editoras de didáticos, pois, além da Santillana, a Abril Educação (das Editoras Ática e Scipione) também desenvolveu o seu *sistema de ensino*.

A expressiva entrada dos *sistemas de ensino* na rede pública do país, tanto por meio das grandes editoras de didáticos, quanto pelas empresas que tradicionalmente comercializam, é deveras polêmica, porque muitas vezes implica gasto público com material que é comprado em detrimento do livro didático que é enviado anualmente pelo governo. A situação é tão controversa que ocupou boa parte do *XI Encontro Nacional do Livro Didático* – realizado de 30/05 a 01/06/2007, em Manaus (AM) e promovido pelo MEC – por meio de várias comunicações feitas por técnicos governamentais, preocupados com a situação.

Essa entrada dos *sistemas de ensino* na rede pública é uma tendência de mercado que toma corpo no início do século XXI, sendo que o grande expoente dessa questão é o Grupo Positivo. Portanto, se os grupos líderes no segmento dos didáticos entram, de forma inovadora, na disputa pelo segmento dos sistemas de ensino; o Positivo, empresa líder justamente nesse ramo, num movimento paralelo, entra na disputa pelo mercado dos livros didáticos no PNLD, por meio de sua editora, a Nova Didática. Tal grupo entra no mercado dos didáticos com a força de ser uma das maiores empresas que atua no país no segmento da educação e com poder de investimento capaz de competir com grupos como a Santillana, Abril e Saraiva.

5 Em 20/08 /2003 foi publicado no jornal Folha de S. Paulo que Mônica Messenberg, chefe do órgão que comprava e distribuía 100 milhões de livros didáticos no governo FHC tornou-se diretora de relações institucionais da Editora Moderna, fornecedora do MEC. Ao ter sido questionada sobre a situação, Messenberg disse ter sido convidada pela editora devido ao “conhecimento profissional acumulado”, e que, no governo, não escolhia editora.

O Grupo Positivo foi criado em 1972 pela iniciativa de oito professores que fundaram um curso pré-vestibular no centro de Curitiba, no Paraná. Já no primeiro ano de sua existência, o Positivo computava cerca de 3.000 alunos, motivo pelo qual os professores abriram uma escola de ensino médio e de lá para cá foram abertas várias empresas, em vários campos de atuação, vinculadas ao Positivo. De acordo com o publicado no *site do grupo*,<sup>6</sup> o Positivo está presente nos 26 estados brasileiros (mais o Distrito Federal) e mantém negócios em países da Ásia, América do Sul, África, Europa, Oriente Médio, além dos Estados Unidos. Atualmente, em 2007, é a maior corporação no segmento da educação e tecnologia no Brasil. possuindo empresas que lideram os três segmentos em que atuam: educacional, gráfico-editorial e informática . Com esse perfil, então, não é de se estranhar que o Grupo Positivo entre na *batalha dos didáticos* com estratégias de marketing à altura de seus concorrentes.

Como já citamos, a entrada do Positivo na disputa pelo mercado dos didáticos chama a atenção não só pela capacidade de investimento desse grupo, mas também porque o Positivo é o líder nacional no segmento dos *sistemas de ensino*, tendo a entrada deste tipo de produto na rede pública de ensino configurado um novo tipo de debate, no início dos anos de 2000, por conta das implicações que isso representava para a educação no Brasil.

Assim, na revista *IstoÉ*, de 20/12/2006, com o artigo intitulado "A didática da esperteza", Chico Silva destaca um dos "nós" dessa questão ao ressaltar que "prefeitos encaixotam livros escolares cedidos pelo MEC em troca de um sistema de apostilas caro e de qualidade duvidosa".

Para fundamentar essa afirmação, o articulista destaca que 129 municípios do Estado de São Paulo (um quinto dos 645) deixam de usar os livros didáticos enviados pelo MEC (por ocasião do PNLD), optando por *sistemas de ensino*. Os dirigentes dessas localidades conseguiram *bancar* tal opção destinando boa parte dos recursos recebidos em decorrência do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento do Ensino Fundamental (Fundef).

Isto posto, o articulista ressalta que tal material apostilado não passa por nenhum tipo de avaliação governamental, diferentemente

6 <http://www.positivo.com.br/portugues/grupo/grupo.htm>. Acesso em: 20 jan. 2007.

do que ocorre com os livros didáticos enviados pelo MEC. Apesar disso, é destacado que esse tipo de iniciativa municipal não é ilegal, porque os municípios têm autonomia na gestão e nos métodos de ensino, porém também ressalta que os resultados desse tipo de iniciativa têm se mostrado desastrosos. Para sustentar tal afirmativa, o articulista, apresenta o ocorrido em Taubaté, que fica a 130 km de São Paulo:

No segundo semestre de 2005 o prefeito Roberto Peixoto (PSDB) encomendou 35 mil livros ao MEC. Meses depois, estranhamente mudou de idéia e entrou na onda das apostilas. Os livros gratuitos foram despachados para um galpão e os alunos obrigados a se deparar com graves erros como os vistos numa apostila da sexta série. No mapa-mundi, a Antártida foi parar onde é a Groelândia, o território gelado pertencente à Dinamarca. No mesmo desenho, o Estreito de Behing, o canal que separa o Alasca (EUA) da Sibéria (Rússia), foi grafado como Berning. A má qualidade da apostila foi atestada por Lisete Arelalo, diretora do departamento de Administração e Economia da Educação da USP: “O material é de segunda categoria. A estética é pobre e o conteúdo, inadequado para uma criança da sexta série”. (...) “Duvido que o prefeito colocasse os filhos dele em uma escola com esse tipo de apostila”, completou Arelalo.

**De acordo com o artigo, o material anteriormente mencionado foi produzido pela Editora curitibana Expoente – que ganhou a concorrência em Taubaté – e que se autoproclama “a segunda maior empresa brasileira no setor de produção de material apostilado impresso”.**

A concorrência no segmento dos sistemas de ensino é bastante acirrada, pois, além de contar com empresas tradicionais no setor como Anglo, Objetivo, COC e Positivo, também os grandes grupos do setor dos livros didáticos passaram a produzir e comercializar os seus próprios sistemas de ensino.

A entrada dos grandes grupos do setor dos didáticos no segmento dos *sistemas de ensino* justifica-se, certamente, em decorrência do incomodo que a expansão desse tipo de produto

causou ao ocupar espaços antes destinados prioritariamente ao livro didático – primeiramente, em algumas escolas na rede particular de ensino e, posteriormente, na rede pública, por meio da negociação feita com as prefeituras municipais – somando-se ao potencial de ganhos advindos da venda desse tipo de produto, o que impressiona.

O *negócio* em Taubaté, mencionado no artigo da revista *IstoÉ* (20/06/2006), custou aos cofres públicos a quantia de R\$ 33,4 milhões por três anos, ou seja, R\$ 11,1 milhões gastos anualmente. Nesse artigo é ressaltado que a prefeitura da cidade, ao justificar tal investimento, alegou que a empresa contratada oferece material didático complementar, treinamento do corpo docente, acesso a um portal de educação e um disque-dúvidas.

De acordo com artigo publicado no jornal *Valor econômico* de 03/05/2007, são evidentes as investidas das empresas que comercializam *sistemas de ensino* em direção à rede pública, porque a capacidade de crescimento da rede particular de ensino está, praticamente, esgotada. “O potencial de crescimento está na rede pública”, afirmou Adriana Sandi, gerente pedagógica de Sistemas de Ensino da Editora Positivo.

De acordo com os dados publicados nesse artigo, o Grupo Positivo com 520 mil alunos na rede particular, lançou em 2005 um sistema para a escola pública, que em 2007 atinge 70 prefeituras e 120 mil alunos.

No jornal *Folha de S.Paulo* de 30/02/2006, em artigo assinado por Daniela Tófoli, a entrada dos *sistemas de ensino* na rede pública foi considerada como uma terceirização da educação, “depois de serviços de coleta de lixo, de varrição pública e de recapeamento asfáltico, os municípios estão terceirizando até mesmo a educação. Prefeitos de 145 cidades brasileiras, sendo 129 no Estado de São Paulo, passaram a usar recursos federais para pagar convênios com sistemas particulares de ensino, como o Objetivo, o COC e o Anglo”.

Desse modo, como já se disse, a questão é polêmica. Mesmo com uma gama de opiniões contrárias à implementação dos sistemas de ensino na rede pública brasileira, ao que tudo indica é um fenômeno que tende a crescer. Até o momento (julho/2008) a opção pelos *sistemas de ensino* não incide em ilegalidade, desde que a prefeitura que opte por tal produto informe ao governo, para que

este não envie os livros didáticos ao município (por ocasião do PNLD) e que sejam usadas verbas próprias do município (Fundeb).

Em vista, então, desse mercado promissor, que se estabelece retirando o livro didático da escola, é que os grandes grupos do segmento dos didáticos entram nessa disputa. Independentemente da metodologia de ensino pela qual a escola opte, o objetivo é não perder mercado. Além disso, essas editoras entram legalmente na formação de professores da rede pública, espaço que até então não era ocupado por essas empresas, e que também representa um novo *nicho de mercado* promissor.

Contraditoriamente, no início do século XXI, quando as normas governamentais endurecem no sentido de impor às editoras de didáticos regras legais para moralizar a divulgação dos livros didáticos nas escolas, ao que tudo indica, é quando os grandes grupos estão se relacionando com as escolas de forma muito mais visceral, com investidas de marketing agressivas e com a venda de produtos que, literalmente, determinam o currículo desenvolvido na rede pública, tais como a entrada dos *sistemas de ensino* na rede pública, os cursos para os professores, a promoção dos grandes eventos, configurando estes, entre outros, novos elementos na disputa pelo mercado nacional dos materiais didáticos, que na atual conjuntura foi ampliado para a formação de professores. Assim, todos esses elementos tensionam a questão dos limites entre o público e o privado e apontam para novas relações que doravante devem ser instauradas entre grandes grupos que dominam o setor dos didáticos e o Estado.

## **ABSTRACT**

At the beginning of XXI Century, the school publishing market of Brazil was substantially changed, fact that went from the concentration of family-run publishing houses to the oligopoly of large entrepreneurial groups (national and international). Thus, aggressive strategies of marketing and new products, such as the *teaching system* (marketing of paperback and whole pedagogical support to schools) and training courses of teachers reach the public school by the large publishing houses of textbooks of the country, which were already suppliers of the government by textbooks acquired from the huge sale done by

*Mercado editorial escolar... - Célia Cristina de Figueiredo Cassiano*

the National Textbook Program (Programa Nacional do Livro Didático – PNLD ). Editora Positivo ( traditional entrepreneurial group linked to a marketing of paperback and computers), Editora Moderna ( enterprise of the mighty Spanish group Santillana), Ática and Scipione ( from Grupo Abril ); FTD and Saraiva dispute this new market. In this article I present and analyse how these phenomenons affect the public school of brazilian basic education, searching for grounds to understand the complexity of the curriculum developed in the schools, fact that our approach make us to establish straight links between State, economy, culture and education.

*Keywords:* public policy, publishing market, teaching system, textbook, curriculum

## **RESUMEN**

En el inicio del siglo XXI, el mercado editorial escolar de Brasil fue alterado, porque pasó de la concentración de las casas publicadoras familiares para el oligopolio de los grandes grupos empresariales (nacionales e internacionales). Así, agresivas estrategias de marketing y nuevos productos, tales como los sistemas de enseñanza (comercialización de apostillas y asesoría pedagógica integral a las escuelas) y cursos de formación de profesores llegan a la escuela pública por las grandes casas publicadoras de manuales escolares del país, que ya eran fornecedoras del gobierno por medio de los manuales comprados por medio del Programa Nacional del Libro Didático – PNLD. Positivo, Moderna (empresa del poderoso grupo español Santillana), Ática y Scipione (del Grupo Abril); FTD y Saraiva disputan ese nuevo mercado. En este artículo presento y analizo como esos fenómenos alcanzan la escuela pública de la educación básica brasileña, recogiendo elementos para entender la complejidad del currículo desarrollado en las escuelas, pues nuestro abordaje nos hace establecer los angostos vínculos entre Estado, economía, cultura y educación.

*Palabras clave:* políticas públicas, mercado editorial, sistemas de enseñanza, manual escolar, currículo

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Portaria Ministerial n° 2.963, de 29 de agosto de 2005. Dispõe sobre as normas de conduta para o processo de execução dos Programas do Livro.

\_\_\_\_\_. Portaria Normativa n° 7, de 5 de abril de 2007. Dispõe sobre as normas de conduta para o processo de execução dos Programas do Livro. Essa Portaria revoga a Portaria n.º 2.963, de 29 de agosto de 2005 e a Portaria MEC n° 806, de 28/03/2006.

CASSIANO. Célia Cristina de Figueiredo. *O mercado do livro didático no Brasil: do Programa Nacional do Livro Didático – PNLD à entrada do capital internacional espanhol (1985-2007)*. Tese de Doutorado. São Paulo: PUC, 2007.

Jornal *Valor Econômico*, de 3/5/2007. *Escola pública é objeto de desejo de grandes editoras*

TÓFOLI. Daniela. *Terceiros na educação*. Jornal *Folha de S.Paulo*, de 30/02/2006.

SAAB, William George Lopes; GIMENEZ, Luiz Carlos Perez & RIBEIRO, Rodrigo Martins. *Cadeia de Comercialização de livros*. Relato Setorial n° 3. Rio de Janeiro: BNDES, 1999.

SÃO PAULO. Diário Oficial do Município. *Dispensa de ponto para participação no IV Congresso Internacional de Educação*. São Paulo: DOM. 23/03/2006. p. 29 e 30.

POLANCO. Isabel de. *Global y local en la estrategia del Grupo Santillana*. II Congreso Internacional de la lengua española. Madrid/Es: Centro virtual Cervantes. Disponível em:

<[http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo\\_del\\_espanol/2\\_la\\_edicion\\_en\\_espanol/polanco\\_i.htm](http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/2_la_edicion_en_espanol/polanco_i.htm)> Acesso em: 20 dez. 2007

Recebido em 10/11/2008

Aceito em 10/12/2008