
CIÊNCIAS BIOLÓGICAS

PATRICIA DA SILVA COSTA

**MERCANTILIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR: UMA
REVISÃO DE LITERATURA**



Rio Claro
2018

PATRICIA DA SILVA COSTA

MERCANTILIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR: UMA REVISÃO DE
LITERATURA

Orientador: Raquel Fontes Borghi

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Biociências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Câmpus de Rio Claro, para obtenção do grau de bacharela e licenciada em Ciências Biológicas.

Rio Claro
2018

C837m Costa, Patricia
Mercantilização do ensino superior: uma revisão de literatura / Patricia Costa. -- Rio Claro, 2018
37 p. : tabs.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado e licenciatura - Ciências Biológicas) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Instituto de Biociências, Rio Claro
Orientadora: Raquel Borghi

1. Mercantilização. 2. Ensino Superior. 3. Mercado Educacional. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp.
Biblioteca do Instituto de Biociências, Rio Claro. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Sumário

1. Introdução.....	7
1.1. Justificativa.....	10
1.1.1. Objetivos Gerais.....	11
1.1.2. Objetivos Específicos	12
2. Capítulo I	13
2.1. Ensino Superior no Brasil e o aumento da atuação privada	13
3. Capítulo II	19
3.1. Mapeamento da produção acadêmica.....	19
4. Capítulo III.....	26
4.1. O debate sobre a mercantilização da educação superior no Brasil.....	26
5. Conclusão.....	30
6. Referências Bibliográficas.....	32

RESUMO

Este estudo objetivou realizar um mapeamento da produção científica sobre a temática da mercantilização do ensino superior no Brasil no período de 2000-2018, bem como: identificar e apresentar a legislação sobre ensino superior no Brasil; apresentar o debate atual sobre a mercantilização da educação superior no Brasil e o direito a educação; e apresentar e analisar o mapeamento da produção científica sobre o tema no período de 2000-2018. Para tanto, foi utilizado como método para coleta de dados a pesquisa bibliográfica, através do estudo levantado durante o mapeamento da produção científica. A partir da análise de dados foi possível perceber que a transformação da educação superior em um setor econômico lucrativo, facilita o acesso ao ensino superior, devido as inúmeras facilidades e condições de pagamento. Em contrapartida, a qualidade do ensino oferecido e conseqüentemente, da formação de um profissional capacitado para lidar com as adversidades da vida profissional e pessoal não são prioridades. Enfim, por meio de todo o estudo realizado foi possível confirmar que o mercado educacional superior privado é bastante lucrativo, atraindo cada vez mais investimentos privados. Por ser conduzido pelas leis de mercado, o lucro é priorizado em detrimento da qualidade do ensino e formação.

Palavras-chaves: Mercantilização. Educação Superior. Mercado Educacional.

1. Introdução

Pode-se dizer que mercantilizar é dar caráter comercial a algo. Nesse contexto, ocorre a transformação de um não produto não comercial em produto comercial. A atribuição do valor estará diretamente ligada as leis do mercado, assim como sua estratégia para sobrevivência nesse meio.

De forma geral, a transformação de um setor não comercial em comercial, busca atrelar as necessidades e carências de uma sociedade com a urgência de criação de novos nichos comerciais lucrativos. Com isso, o mercado transforma em produto algo necessário à sobrevivência humana, como moradia, saúde e educação. Assim, essa pesquisa foca em estudar a mercantilização da educação, especificamente, do ensino superior.

A criação de um nicho comercial lucrativo através do setor da educação superior privada reflete na qualidade do ensino oferecido, contando que o setor passa a ser regulado de acordo com a lógica mercadológica. Portanto, buscou-se em colher informações através de um mapeamento de publicações, sobre de que forma a lógica de mercantilização e suas estratégias no ensino superior privado no Brasil, refletem na qualidade do ensino oferecido.

O objetivo geral da pesquisa é realizar um mapeamento de produção científica. A temática é sobre a mercantilização do ensino superior privado no Brasil, no período de 2000-2018. Os objetivos específicos são: identificar e apresentar a legislação sobre ensino superior no Brasil; apresentar o debate atual sobre a mercantilização da educação superior no Brasil e o direito a educação e apresentar e analisar o mapeamento da produção científica sobre o tema no período de 2000-2018.

Devido a crescente dubiedade sobre a qualidade do ensino nas redes de ensino superior privado e o grande aumento de investimentos nesse setor, essa pesquisa se justifica através da compreensão da lógica e estratégias de mercantilização do setor educacional superior privado no Brasil.

Pode-se dizer que, segundo Demo (2000), pesquisa é uma ferramenta. Fica claro que seu objetivo principal é de construção de conhecimento e aprendizagem. Constatar, definir e solucionar dúvidas, fazendo-se uso de procedimentos científicos (BARROS; LEHFELD, 2000). Isso é possível, a partir de questionamentos sobre fatos que

permanecem incompreensíveis e há necessidade de esclarecimentos. A investigação pode ser feita de várias formas desde que existem vários tipos de pesquisa.

Devido ao fim teórico do desenvolvimento dessa revisão bibliográfica, utilizamos como natureza a pesquisa básica.

"A pesquisa básica objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista" (FREITAS, 2013, p.101).

Segundo Freitas (2013), uma pesquisa dependendo de qual são seus objetivos, pode ser classificada em: exploratória, descritiva e explicativa. A pesquisa exploratória tem o intuito de revelar mais informações sobre o assunto que está sendo investigado. Já a pesquisa explicativa promove o aprofundamento da realidade, através da manipulação e do controle de variáveis. A pesquisa descritiva se baseia no registro e descrição de fatos ou dados observados sem qualquer interferência neles por parte do pesquisador. A pesquisa foi desenvolvida e classificada como exploratória.

Devido ao uso de uma revisão bibliográfica com base em fichamento de artigos, foi usado a abordagem qualitativa para tratamento dos dados, devido a interpretação que se fez acerca das fontes bibliográficas exploradas. Nesse sentido, devido a base da pesquisa ser um problema, tem-se o tipo de raciocínio hipotético-dedutivo.

Gil (1999, p. 65), por sua vez, salienta que: "a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos".

Rampazzo (2005, p. 51), assim conceitua:

Toda pesquisa implica o levantamento de dados de variadas fontes. Quando o levantamento ocorre no próprio local onde os fenômenos acontecem, temos uma documentação direta (por exemplo, na entrevista). E, quando o pesquisador procura o levantamento que outros já fizeram temos a documentação indireta. A documentação indireta, por sua vez, pode ser encontrada nas fontes primárias, ou na bibliografia (livros e artigos). No primeiro caso, a pesquisa é documental; no segundo, bibliográfica.

No início desta pesquisa foi realizada uma busca em algumas bases de dados. Foi decidido utilizar a base de dados *Scielo (Scientific Eletronic Library Online)*, com busca integrada ao *Google Acadêmico*. Os descritores utilizados foram: mercantilização, educação superior e mercado educacional. Após a busca na base de dados, foi feita

a seleção dos artigos para o fichamento bibliográfico e posteriormente, o mapeamento da produção científica.

Vale destacar, que a seleção dos artigos, foi realizada a partir de literatura criteriosa, sendo selecionado apenas a literatura que atendia a temática da pesquisa, publicadas no período entre 2000 e 2018, no idioma português. Todos os tipos de delineamentos metodológicos foram aceitos. Foram selecionados 11 artigos.

O trabalho de conclusão de curso estrutura-se em três capítulos, apresentando-se no primeiro, a história e definições acerca da mercantilização da educação superior privada no Brasil, baseado em vários autores. No segundo capítulo é feito um mapeamento da produção acadêmica. É caracterizado ano e Estado das publicações, periódicos publicados, temática e descritores. O terceiro capítulo aborda o debate sobre a mercantilização da educação superior privada, discutindo a transformação de um direito social em mercadoria.

1.1. Justificativa

Devido a crescente dubiedade sobre a qualidade do ensino nas redes de ensino superior privado e o grande aumento de investimentos nesse setor, essa pesquisa se justifica através da compreensão da lógica e estratégias de mercantilização do setor educacional superior privado no Brasil.

1.1.1. Objetivos gerais

O presente trabalho tem como objetivo geral realizar um mapeamento da produção científica sobre a temática da mercantilização do ensino superior no Brasil no período de 2000-2018.

1.1.2. Objetivos específicos

- Identificar e apresentar a legislação sobre ensino superior no Brasil;
- Apresentar o debate atual sobre a mercantilização da educação superior no Brasil e o direito a educação;
- Apresentar e analisar o mapeamento da produção científica sobre o tema no período de 2000-2018;

2. Capítulo I

2.1. Ensino Superior no Brasil e o aumento da atuação privada

Para entender o processo de mercantilização do Ensino Superior no Brasil é necessário compreender o processo de privatização das instituições de ensino. De acordo com o Portal do MEC, com o Decreto nº 5.773/06, as instituições de educação superior, de acordo com sua organização e respectivas prerrogativas acadêmicas, são credenciadas como: faculdades, centros universitários e universidades. As instituições são credenciadas originalmente como faculdades. As universidades se caracterizam pela indissociabilidade das atividades de ensino, pesquisa e extensão. São instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano. São centros universitários as instituições de ensino superior pluricurriculares, abrangendo uma ou mais áreas do conhecimento, que se caracterizam pela excelência do ensino oferecido, comprovada pela qualificação do seu corpo docente e pelas condições de trabalho acadêmico oferecidas à comunidade escolar. Os centros universitários credenciados têm autonomia para criar, organizar e extinguir, em sua sede, cursos e programas de educação superior. (Disponível em: <www.portal.mec.gov.br>, acesso em: 03 setembro. 2018).

Até a e metade do século XX era visível um equilíbrio entre a quantidade de matrículas em instituições públicas e privadas, e o número das mesmas, presentes na educação superior no Brasil.

Segundo autor, Martins (2002, p.5):

Em 1933, ano em que se passou a contar com as primeiras estatísticas sobre educação, o setor privado respondia por 64,4% dos estabelecimentos e 43,7% das matrículas do ensino superior, proporções que não se modificaram de maneira substantiva até a década de 1960 porque a expansão do ensino privado foi contrabalançado pela criação das universidades estaduais e pela federalização com anexação de instituições privadas.

Em 1970 com o acelerado crescimento da urbanização e industrialização, a procura por cursos superiores aumentara e conseqüentemente, o número de instituições privadas (MARTINS, 2002).

Na década de 1970, o Brasil estava no período da Ditadura Militar. Nos anos de 1970-1973 o setor da economia vivenciou um rápido crescimento, recebendo o nome de Milagre Econômico. Esse crescimento foi alavancado pelo PAEG (Programa de Ação Econômica do Governo), criado em 1964. Contudo, a partir de 1974 com a crise mundial do petróleo o crescimento econômico começou a desacelerar (MILAGRE, 2018).

Conhecida como década perdida, os anos de 1980 foram um período de estagnação da demanda de matrículas das instituições de ensino superior privada. Entretanto, no âmbito político esse setor sofreu várias mudanças nas suas regulamentações a partir de 1988. Às mais relevantes foram: Constituição de 1988, Lei das Diretrizes e Bases (LDB) em 1996 e o Decreto 2306 em 1997 (SAMPAIO,2011).

Conforme Sampaio (2011, p. 30), o art. 1º do decreto 2306 (19/8/1997) diz "Esse artigo dispõe que as entidades mantenedoras poderão assumir qualquer das formas admitidas em direito, de natureza civil e comercial". Desse modo, o Estado estava autorizando às entidades mantenedoras das instituições de ensino superior privado, a escolherem assumir natureza civil ou comercial. É interessante, aliás, citar que a Constituição de 1988 disciplinou uma maior autonomia as universidades privadas, ocorrendo um processo de transformação, por fusão ou aquisição de instituições privadas em universidades.

As mudanças na regulamentação do setor educacional privado com a Constituição de 1988, Lei das Diretrizes Bases (LDB) em 1996 e o decreto 2306 em 1997 refletiram na configuração do setor educacional superior.

TABELA 1- Número e porcentagem de matrículas no setor privado e público 1930-2016

Ano	Público Número	Público (%)	Privado Número	Privado (%)	Total
1930	18.986	56,3%	14.737	43,7%	33.723
1945	21.307	51,6%	19.968	48,4%	41.275
1960	59.624	58,6%	42.067	41,4%	101.691
1965	182.696	56,2%	142.386	43,8%	325.082
1970	210.613	49,5%	214.865	50,5%	425.478
1980	492.232	35,7%	885.054	64,3%	1.377.286
1985	556.680	40,7%	810.929	59,3%	1.367.609
1990	578.625	37,6%	961.455	62,4%	1.540.080
1995	700.540	39,8%	1.059.163	60,2%	1.759.703
2000	887.026	32,9%	1.807.219	67,1%	2.694.245
2005	1.192.189	26,8%	3.260.967	73,2%	4.453.156
2010	1.461.696	26,8%	3.987.424	73,2%	5.449.120
2013	1.777.974	28,9%	4.374.431	71,1%	6.152.405
2016	1.424.621	17,7%	6.624.080	82,3	8.048.701

Fonte: Censo da Educação Superior.

De acordo com a tabela é possível observar o aumento do número de matrículas no ensino superior privado em comparação com o ensino superior público a partir de 1980.

Com base nos dados apresentados percebe-se que a partir dos anos 2000, com as novas regulamentações, a configuração das matrículas no setor educacional superior sofreu alterações, com predomínio de matrículas no ensino privado.

A origem desse quadro é facilmente encontrada no foco no *marketing* agressivo pelas instituições de educação superior privada, que conquistam os futuros "alunos-clientes" associando o alcance do sucesso pessoal e profissional com a conquista do diploma universitário. Os programas de financiamento oferecidos pelo Governo Federal facilitam o acesso ao ensino superior, com condições de pagamento acessíveis para o público alvo.

Os programas citados acima são o PROUNI (Programa Universidade para Todos) e o FIES (Financiamento Estudantil). O PROUNI é um programa no qual o governo federal estabelece parcerias com IES privadas para que estas forneçam bolsas parciais e totais a alunos de baixa renda e sem ensino superior em troca de isenções fiscais. O segundo programa, oferece empréstimos tradicionais com subsídios de juros a alunos em IES privadas sujeitos a teste de renda. O FIES substituiu o CREDUC (Programa de Crédito Educativo), que vigorou desde 1976 e foi descontinuado por conta de uma taxa de inadimplência de 85% (LAVINAS, 2017).

Apesar de haver financiamento ao ensino privado antes de 2000, este era secundário em comparação à expansão das IFES (Instituições Federais de Ensino Superior) no mesmo período, por exemplo, não sendo representativo para uma tendência.

Não restam dúvidas de que durante décadas o crescimento das universidades privadas no setor educacional foi substancial, o que resultou nos anos hoje no domínio por determinados grupos do setor, formando os oligopólios (CHAVES 2010).

Cabe apontar que, apesar de dados mostrarem um grande aumento no número de universidades no final da década de 1980 até o meio da próxima década, de 20 para 64, a realidade atualmente explicita um quadro bem distinto nos anos 2000, pois pouquíssimas universidades particulares foram criadas entre 2000 e 2016.

Em contrapartida, o número de instituições privadas mais que dobrou, usufruindo da prerrogativa da autonomia universitária, como mostram as tabelas abaixo:

TABELA 2: Número de universidades no Brasil no período de 2000-2016

Ano	Pública	Privada
2000	71	85
2001	71	85
2002	78	84
2003	79	84
2004	83	86
2005	90	86
2006	92	86
2007	96	87
2008	97	86
2009	100	86
2010	101	89
2011	102	88
2012	108	85
2013	111	84
2014	111	84
2015	107	88
2016	108	89

Fonte: INEP.

TABELA 3: Núm.de Instituições, Faculdades e Escolas Superiores Privada no período 2000-2016

Ano	Número
2000	850
2001	954
2002	1160
2003	1381
2004	1388
2005	1496
2006	1567
2007	1569
2008	1811
2009	1863
2010	1892
2011	1869
2012	1898
2013	1876
2014	1850
2015	1841
2016	1866

Fonte: INEP.

No início do século 21, o setor da educação superior sofreu uma rápida expansão, devido principalmente a LDB (Lei das Diretrizes e Bases da Educação). Com a promulgação da LDB o setor educacional passou a poder funcionar sob as leis de mercado. Os primeiros fundos de investimento direcionados somente a educação surgiram. Com seu alto poder de injetar grande quantidade de dinheiro em empresas educacionais induzem procedimentos de reestruturação com a "profissionalização" da gestão das instituições de ensino superior. A orientação da reestruturação é baseada na maximização de lucros (OLIVEIRA, 2009).

Abaixo, um exemplo retirado do sítio eletrônico da consultora acadêmica *Hoper* Educacional:

A *Hoper* Consultoria Acadêmica desenvolveu um modelo inovador de redução de custos da atividade fim de uma instituição de ensino, com base na utilização de 20% da carga horária do curso com atividades não presenciais. O modelo utilizado pela *Hoper* não se utiliza de disciplinas na distância, mas sim de uma metodologia interdisciplinar, que proporciona uma economia em maior escala do que a obtida com a substituição de disciplinas, bem como um maior ganho na qualidade acadêmica do curso. (Disponível em: <www.hoper.com.br>, acesso em: 23 jul. 2018).

De acordo com o texto acima, a rápida expansão no começo dos anos 2000 do setor educacional superior deu início a um novo tipo de fundo de investimento direcionado ao setor. Devido ao grande poder de injeção de capital, esses fundos passaram a instigar uma reestruturação na gestão das instituições de ensino superior com o objetivo de aumentar o lucro.

Com base nos textos acima percebe-se a aplicação da lógica de mercado no setor educacional superior.

A progressiva expansão do setor educacional superior no mercado e a formação de conglomerados educacionais, acirrou a competição para conquista de alunos. As estratégias utilizadas para a conquista de novos alunos utilizam táticas que referenciam os alunos como clientes/consumidores e a educação como mercadoria.

Como diz Martins, Menezes e Justiniano (2011, p. 114):

Dessa forma, o sucesso no mercado educacional dependerá de uma visão estratégica, que considere o aluno como cliente- com regras a seguir- e que, portanto, admita a educação como um serviço que segue leis de mercado e está sujeita as mesmas instabilidades dos diversos segmentos.

Assim para garantir o sucesso do mercado educacional é necessário o uso de *marketing* agressivo e da estratégia de ganho em escala para a conquista de novas matrículas.

3. Capítulo II

3.1. Mapeamento da produção acadêmica

Para alcançar o objetivo deste trabalho, foi realizada uma pesquisa digital para obter-se o levantamento dos artigos publicados em periódicos. Disponíveis online, os artigos foram avaliados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundação vinculada ao Ministério da Educação.

O conteúdo do estudo foi composto por toda literatura relacionada ao tema do estudo, indexada no banco de dado *SciELO (Scientific Electronic Library Online)*, com busca integrada ao *Google Acadêmico*.

Na busca, foram encontrados 11 títulos de artigos dentro da temática da pesquisa, publicados em 7 periódicos, de origem nacional. Na tabela abaixo, podemos ver a distribuição dos artigos por periódico.

TABELA 4- Relação de periódicos quantidade de artigos encontrados

	REVISTA	QUANTIDADE
1	<i>Acta Scientiarum. Education</i>	1
2	Educação & Pesquisa	1
3	Educação & Realidade	1
4	Educação & Sociedade	4
5	Interfaces Científicas	1
6	Revista Brasileira de Educação	2
7	Revista Universidade Fed. de Goiás	1
	TOTAL	11

Fonte: A autora com base nos dados coletados.

Para compreender o histórico e origem dos periódicos fez-se uma busca sobre cada um:

- **Educação & Sociedade:** criada em 1978, com a intenção de ser um instrumento de incentivo de pesquisa acadêmica a qual contém informações de interesses para os atuantes na área de ciências humanas. É uma publicação do Centro de Estudos da Educação e Sociedade (Cedes), que recebe o patrocínio da Pró reitoria de extensão e pesquisa da Universidade de Campinas (Unicamp). É uma das revistas mais importantes sobre educação no país.
- **Educação & Pesquisa:** criada em 1975 como Revista da Faculdade de Educação, recebendo o título atual em 1999. Está vinculada a Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. A revista publica artigos na área de educação com caráter teórico ou empírico.
- **Educação & Realidade:** foi criado em 1977. Cada edição gira em torno de um tema que busca sempre divulgar produção científica na área de educação incentivando o debate e a produção de conhecimento. É um periódico quadrimestral publicado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
- ***Acta Scientiarum. Education:*** é publicada pela Universidade Estadual de Maringá-Eduem, na modalidade publicação contínua. A revista publica textos originais de temáticas vinculadas a Educação sob dois eixos temáticos. O primeiro, História e Filosofia da Educação, tem por finalidade divulgar pesquisas a respeito dos processos formativos de natureza biográfica, institucional, social, formal e não-formal. O segundo, Formação de Professores, tem por objetivo divulgar estudos referentes aos aspectos norteadores da prática docente, como a Educação Básica e a Educação Superior, bem como os relacionados à vinculação entre pesquisa e docência.
- **Interface Científicas – Humanas e Sociais:** criada em 2012, é uma revista científica que visa contribuir para o debate e reflexão de temas ligados a essas duas áreas: Humanas e Sociais. A Revista encontra-se disponível para colaboradores nacionais e estrangeiros e possui um conselho editorial variado, distribuído por várias instituições e regiões do País.

- **Revista Brasileira de Educação:** criada em 1995, é uma revista científica com publicação com fluxo contínuo da ANPEd (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação). Publica artigos inéditos e dossiês com temas que abordam áreas da educação. Excepcionalmente são publicadas traduções de artigos estrangeiros editados anteriormente em livros ou periódicos que tenham circulação restrita no Brasil. São publicados também documentos e resenhas. Ensaios teóricos que expressam posicionamentos sobre temas polêmicos e atuais são publicados na seção Espaço Aberto.
- **Revista Universidade Federal de Goiás:** criado em 2007, um projeto da Pró-Reitoria de Pós-Graduação PRPG em parceria com a Biblioteca Central, possui como missão a democratização e livre acesso à produção científica. A revista se propõe a apresentar a produção intelectual gerada pela Extensão Universitária com ênfase nos elementos que a qualificam. É estruturada a partir de 8 eixos da extensão: comunicação, cultura, direitos humanos e justiça, educação, meio ambiente, saúde, tecnologia e produção, trabalho.

Retomando a tabela 4, a revista com maior quantidade de publicações no período de 2000-2018 sobre a temática foi a revista Educação & Sociedade, com 3 artigos, seguida pela Revista Brasileira de Educação, dois artigos. As demais revistas, apresentam apenas um artigo sobre a temática.

TABELA 5: Título, revista, ano e Estado de publicação de cada artigo

Título	Revista	Ano	Estado
Reforma Universitária: reflexão sobre a privatização e a mercantilização do conhecimento	Educação & Sociedade	2004	São Paulo
O processo da mercantilização da educação superior	Revista Universidade Federal de Goiás	2005	Goiás
A nova lei da educação superior: fortalecimento do setor público e regulação do privado/mercantil ou continuidade da privatização e mercantilização do público?	Revista Brasileira de Educação	2005	São Paulo
A transformação da educação em mercadoria no Brasil	Educação & Sociedade	2009	São Paulo
Expansão da privatização/mercantilização do ensino superior brasileiro: a formação de oligopólios	Educação & Sociedade	2010	São Paulo
Os quase mercados na educação superior: dos improváveis mercados perfeitamente competitivos à imprescindível regulação do Estado	Educação & Pesquisa	2011	Rio Grande do Sul
Mercantilização do ensino superior: os desafios da universidade diante do atual cenário educacional	<i>Acta Scientiarum. Education</i>	2011	Paraná
A mercantilização da educação superior e as estratégias de mercado das instituições lucrativas	Revista Brasileira de Educação	2013	Rio de Janeiro
Regulação estatal e desafios da expansão mercantil da educação superior	Educação & Sociedade	2013	São Paulo
Mercantilização e oligopolização no ensino superior privado	Educação & Realidade	2014	Paraná
Mercantilização do ensino superior no contexto atual: consideração para o debate	Interfaces Científicas	2018	Maranhão

Fonte: A autora com base nos dados coletados.

Observa-se que a maioria dos artigos publicados estão concentrados na região Sudeste, no Estado de São Paulo. Assim como a produção científica do Brasil. A seguir, um trecho retirado do sítio eletrônico do Instituto de Física da USP:

A atividade de pesquisa no Brasil está concentrada em alguns estados (particularmente em São Paulo), mas vários estados apresentam um desempenho relativamente bom com base nas métricas de citação. (Disponível em: <www.portal.if.usp.br>, acesso em: 11 setembro. 2018)

Abaixo uma tabela ilustrando a produção científica no Brasil por Estado:

TABELA 6: Concentração da produção científica no Brasil por Estado no período de 2011-2016

State	Web of Science Documents	Category Normalized Citation Impact	% Documents in Top 1%	% Documents in Top 10%	% Industry Collaborations	% International Collaborations
Sao Paulo	111,029	0.88	0.99	7.27	1.02	33.83
Rio De Janeiro	39,996	0.93	1.15	7.80	2.28	37.89
Minas Gerais	36,660	0.76	0.64	5.61	0.79	27.33
Rio Grande Do Sul	30,240	0.84	0.85	6.61	1.08	28.38
Parana	21,858	0.66	0.54	5.14	0.65	23.82
Santa Catarina	12,312	0.84	0.63	6.08	0.89	29.11
Pernambuco	10,589	0.71	0.54	5.18	0.85	26.92
Distrito Federal	10,584	0.94	1.22	6.68	0.94	36.27
Bahia	9,189	0.73	0.78	5.27	0.79	28.11
Ceara	7,559	0.76	0.73	5.97	0.74	28.58
Paraiba	6,276	0.64	0.45	4.70	0.29	20.16
Goias	5,929	0.73	0.78	5.45	0.94	22.04
Rio Grande Do Norte	5,474	0.75	0.62	5.06	0.62	28.64
Para	5,148	0.81	0.99	5.94	0.70	32.69
Espirito Santo	3,837	0.63	0.60	4.56	1.33	24.68
Amazonas	3,735	0.81	1.12	6.93	0.64	34.40
Mato Grosso Do Sul	3,541	0.56	0.34	3.33	0.37	16.83
Mato Grosso	3,209	0.62	0.87	3.99	0.28	19.82
Sergipe	2,658	0.72	0.56	5.38	0.64	24.23
Piaui	2,066	0.53	0.15	3.87	0.19	16.46
Alagoas	1,819	0.71	0.38	6.05	0.44	29.41
Maranhao	1,715	0.73	0.52	4.14	0.35	20.00
Tocantins	900	0.49	0.22	2.56	0.44	19.44
Rondonia	620	0.65	0.48	5.32	0.32	19.19
Acre	452	0.83	1.99	8.41	0.22	27.21
Amapa	391	0.68	0.51	5.37	0.00	23.02
Roraima	349	0.74	1.15	4.87	0.29	19.20

Fonte: InCites – Clarivate Analytics Web of Science (2011-2016).

Vale destacar que por ser uma temática relativamente nova, não há um grande número de publicações nos periódicos mais conceituados. Assim, foi usado na busca mais de um descritor. Inicialmente foi buscado pela ocorrência da palavra mercantilização, sendo ampliada a busca para as palavras: educação superior, mercado educacional e expansão da educação superior.

Muitas vezes na leitura prévia do artigo, o mesmo precisava ser descartado, pois embora aparecesse relacionado a um determinado descritor, o conteúdo se referia a outro nível da educação, como por exemplo, a Educação Básica, no caso do descritor mercantilização.

Abaixo o número de ocorrência das publicações por descritor:

TABELA 7: Número de artigos por descritor

Descritores	Quantidades
Mercantilização	7
Educação superior	3
Mercado educacional	1
TOTAL	11

Fonte: A autora com base nos dados coletados.

Para melhor organizar, facilitar a leitura e o fichamento bibliográfico dos artigos selecionados, foi feito um agrupamento por subtema dentro de cada descritor, como podem ser observados na tabela abaixo:

TABELA 8: Artigos organizados por subtemas dentro de cada descritor

Descritor	Subtema	Quantidade
Mercantilização	Processo de mercantilização	2
Mercantilização	Transformações ocorridas através da implantação do Estado mínimo	1

Mercantilização	Análise das políticas de expansão da educação superior privada	4
Educação superior	Análise do atual contexto da educação superior privada	2
Educação superior	Lógica de mercado no contexto da educação superior privada	1
Mercado educacional	Oligopolização da educação superior privada	1
	TOTAL	11

Fonte: A autora com base nos dados coletados.

Após o levantamento acima foi possível iniciar a leitura e o fichamento dos artigos selecionados.

4. Capítulo III

4.1. O debate sobre a mercantilização da educação superior

Avaliar a lógica de mercado e as estratégias usadas na mercantilização do Ensino Superior ajuda a entender a problemática em torno da reorganização do setor sob a lógica capitalista, a partir do Plano diretor da Reforma do Aparelho de Estado (BRASIL, 1995). E segundo Dourado e Oliveira (2009, p. 205) "no entanto, a temática da qualidade da educação ainda não se faz presente efetivamente nos diversos programas, projetos e ações governamentais".

As empresas educacionais passaram a adotar novas estratégias em face da concorrência acirrada promovida pelo surto expansivo a partir dos anos de 1990. Na busca por "clientes", a diversificação de cursos possibilitou a oferta de modalidade de ensino com menor prestígio acadêmico, focadas na diferenciação em virtude da demanda ou do contexto do local. São exemplos, os cursos sequenciais, a distância e de extensão e de pós-graduação lato sensu.

(CARVALHO, 2013, P. 767-768).

Pode-se dizer que outras maneiras para atrair a "clientela" foram investidas também. Neste contexto, para Carvalho (2013) fica claro o uso de estratégias de *marketing* agressivas, como uso da imagem de pessoas conhecidas do grande público, como exemplos de pessoas que alcançaram o sucesso. O mais preocupante, contudo, é constatar o uso da estratégia de ganho em escala para barganhar novas matrículas, conquistando o "cliente" pelo preço e não pela qualidade acadêmica da instituição.

Segundo Scaglione e Piza (2011, p. 169),

Essa atitude, por si, minimiza o papel do educador, que passa a ser um mero divulgador de conhecimentos, menos preocupado com a educação em si e mais um instrumento sujeito aos bons ou maus ventos das tendências do mercado consumidor.

Conforme verificado acima, com o crescente número de instituições de ensino privadas, inegavelmente houve um grande aumento na oferta de vagas e cursos superiores. Conseqüentemente, as estratégias de *marketing* foram intensificadas. Seria um erro, porém, atribuir que o marketing nessas instituições foca na qualidade

acadêmica oferecida pelas mesmas. Sob essa ótica, ganha particular relevância lembrar que a arrecadação de capital prevalece sobre qualidade de ensino e acesso a cidadania.

Nem todas as instituições de ensino superior privadas adotaram a estratégias de *marketing* agressivo e geração de ganho em escala para se manterem no mercado: "para algumas instituições de ensino superior de pequeno porte, a solução foi permanecerem especializadas em um determinado nicho acadêmico, direcionadas ao extrato de maior renda, tais como a ESPM (Escola Superior de *Marketing* e Propaganda) e a FGV (Fundação Getúlio Vargas)" (CARVALHO,2013,p.768).

Deste modo, o setor educacional superior privado, passa a ser visto como um nicho de mercado lucrativo e seu público alvo como meros clientes. A sua sobrevivência e direção, assim como em outros nichos de mercado, depende das estratégias e lógica de mercado. Como diz Martins, Menezes e Justiniano (2011, p. 114):

Dessa forma, o sucesso no mercado educacional dependerá de uma visão estratégica, que considere o aluno como cliente- com regras a seguir- e que, portanto, admita a educação como um serviço que segue leis de mercado e está sujeita as mesmas instabilidades dos diversos segmentos.

Portanto, torna-se evidente o aproveitamento de pré-conceitos já estabelecidos na sociedade como estratégia de mercado através de um *marketing* agressivo. Vê-se, pois, que esses pré-conceitos condicionam o sucesso profissional, e consequentemente pessoal, ao diploma universitário. Logo, é indiscutível o porquê do sucesso nesse tipo de estratégia.

Sendo assim, conforme explicado acima, a transformação do setor educacional superior em um nicho de mercado aponta para uma falácia na Educação. Podemos perceber conforme citado acima que o foco das estratégias e lógica mercadológica é a arrecadação de capital. Não é exagero afirmar que esse tema é de extrema importância, pois a geração de lucro está sendo colocada acima da qualidade da formação acadêmica, que vai muito além de um diploma.

Mercantilização do ensino é a transformação da educação em mercadoria, orientada pela lógica e princípios de mercado. Pode-se dizer que na verdade é a transformação de um direito social e individual em um serviço, uma mercadoria. Neste contexto, para

Frigotto (2009), fica claro que mercantilização é quando esses direitos se adquirem no mercado, isto é, viram negócios. O mais preocupante, contudo, é constatar a passagem de um direito social e subjetivo para âmbito de mercadoria e mercado.

Como bem nos assegura Scremin e Martins (2005), pode-se dizer que a mercantilização da Educação Superior é um processo crescente, que nesse contexto, fica claro a transformação de um direito social em mercadoria, visando somente o aumento da arrecadação de capital, pelas universidades com fins lucrativos. O mais importante, contudo, é constatar que com essa transformação a Educação Superior está se distanciando do *status* de bem público e se aproximando do *status* de serviço comercial.

Conforme explicado acima, as universidades com fins lucrativos, caracterizadas por possuírem um perfil de bolsas de valores, enxergam a educação como um produto gerador de capital que é ajustado de acordo com as necessidades do sistema capitalista. E quando se alia lucro a educação, a combinação é desastrosa. A prioridade passa a ser o lucro em detrimento da qualidade do ensino e pesquisa. Como resultado, formam-se profissionais capacitados para reproduzir o sistema e não para reinventá-lo.

Conforme verificado na literatura, o processo de mercantilização da educação superior é progressivo e complicado, tratando-se inegavelmente, de um aumento de financiamentos privados. O autor deixa claro e; seria um erro, porém, não atribuir também a necessidade de expansão do capital para outros setores da economia que não são organizados sob a lógica do modo capitalista de produção (MANGANELLI, 2008).

Pode-se dizer que o crescente processo de transformação de um direito social em mercadoria, visando somente lucro, é financiado por instituições financeiras privadas. É importante ressaltar que esse processo é guiado pelo objetivo de reorganizar esse setor educacional sob a lógica do modo capitalista de produção.

Conforme mencionado por Sguissard (2001, p;102),

a expansão do capital na sociedade, em suas diversas atividades, produz uma tendência de saturação e uma conseqüente queda da taxa geral de lucros, obrigando o movimento de expansão a redirecionar-se para outros espaços nos quais a saturação ainda não se deu.

De acordo com o que foi explicado acima, é um processo crescente de modificação da organização de um setor e sua forma de se relacionar com seu público alvo. Caso contrário, não conseguiria atingir seu objetivo de transformar uma forma de trabalho improdutivo em trabalho produtivo, para extrair mais-valia do conjunto de trabalhadores desse setor. É importante considerar que o foco em arrecadação de capital implica no detrimento dos serviços e condições oferecidas no setor, por exemplo, como o sistema passa a ser regulado pela lógica mercadológica, o ensino sofre uma restrição, influenciando não somente a formação profissional como também a formação da cidadania dos seus alunos.

Frigotto (2009, p. 157), O mercado não tem pátria. O mercado exclui como o gás carbônico polui, então o risco é exatamente de deixar de cumprir a sua função fundamental que é de desenvolver conhecimento, cultura, arte como valores para toda sociedade e toda a humanidade. O mercado é extremamente objetivo, ele busca o que serve e portanto, o mercado não garante direitos.

O autor deixa claro na citação acima, que a lógica e princípios mercadológicos que regem um ensino mercantilizado. Esse é o motivo do ensino ser restrito aos interesses das instituições que o financiam. Conforme com o que foi dito, a adição do lucro à educação acaba sendo prejudicial e desastrosa para toda comunidade acadêmica e sociedade como um todo.

Por todas essas razões, a mercantilização do Ensino Superior é um processo progressivo de transformação desse setor educacional em mercadoria, sob os princípios mercadológicos. E é importante ressaltar que os princípios e lógica de mercado visam somente aumentar a arrecadação de capital das instituições de educação superior com fins lucrativos.

5. Conclusão

A expansão do setor educacional superior implicou na criação de um novo nicho econômico com grande potencial de arrecadação de capital. Para a sobrevivência nesse setor, as instituições de educação do ensino superior privado necessitam usar estratégias mercantilistas. Essas estratégias enxergam o aluno como cliente/consumidor e a educação como mercadoria.

Com a implantação do neoliberalismo no Brasil ocorreu progressivamente uma saturação nos setores econômicos regulados pela lógica de capital. Essa situação induziu as regulamentações políticas de 1996 e 1998 no setor educacional privado.

Conforme Sguissard (2001, p;102),

a expansão do capital na sociedade, em suas diversas atividades, produz uma tendência de saturação e uma conseqüente queda da taxa geral de lucros, obrigando o movimento de expansão a redirecionar-se para outros espaços nos quais a saturação ainda não se deu.

Sendo assim, com a instalação da política neoliberalista no final do século 20, vários setores da economia sofreram uma saturação. Como consequência houve uma queda nos lucros. Para suprir a saturação desses setores econômicos, iniciou-se uma reestruturação na regulamentação política do setor educacional que organizou o setor sob as leis de mercado, suscetível as oscilações corriqueiras. As IES para manterem-se, passaram por mudanças como: a "profissionalização" da sua gestão e fazer uso de estratégias de *marketing* agressivo para conquistar novas matrículas. Com uma carência do Estado em atender a sociedade, as IES acabam por atrair um grande público e torna-se um mercado bastante lucrativo. Desse modo o setor educacional superior privado vem atraindo a atenção de *private equity* (ativo privado), que passou a investir nesse setor, comprando e inserindo grupos educacionais na bolsa de valores.

Vale destacar que desde 2007, o setor passa por um processo intenso de formação de oligopólios (CHAVES, 2010). Os fundos de *private equity* (ativo privado) - que compram participações em empresas - ampliaram suas inversões no setor educacional, preparando os grupos do setor para a abertura de capital. Atualmente

vários grupos controladores, como é o caso do grupo Kroton Educacional -maior grupo educacional do mundo- negociam seus títulos em bolsas de valores.

Conforme o que foi dito, é notável que a mercantilização do ensino superior visa somente o lucro. A qualidade do ensino e a formação de profissionais aptos a lidar com o mercado de trabalho e com as adversidades que existem ao viver em sociedade, não são pautas de preocupação. Como consequência, formam-se profissionais aptos para reproduzir o sistema e não mudá-lo.

Referências Bibliográficas

Hoper. Disponível em: www.hoper.com.br. Acesso em: 23 jul. 2018.

BARROS, A. J. P. de; LEHFELD, N. A. de. Projeto de pesquisa: propostas metodológicas. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000a.

BECHI, Diego. Mercantilização do ensino superior: os desafios das universidades diante do atual cenário educacional. Acta Scientiarum. Education, Maringá, v. 33, n. 1, p. 139-147, jan. 2011. Disponível em: <<http://10.4025/actascieduc.v33i1.11580>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

BERTOLIN, Julio Cesar G. Os quase-mercados na educação superior: dos improváveis mercados perfeitamente competitivos à imprescindível regulação do Estado. Educ. Pesqui. [online]. 2011, vol.37, n.2, pp.237-248. [hhttp://dx.doi.org/10.1590/S1517-97022011000200002](http://dx.doi.org/10.1590/S1517-97022011000200002). Acesso: 11 jul. 2018.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Promulgada em 5 de out. 1998, Saraiva: São Paulo, 2004.

CARVALHO, Cristina Helena Almeida de. A mercantilização da educação superior brasileira e as estratégias de mercado das instituições lucrativas. Rev. Bras. Educ. [online]. 2013, vol.18, n.54, pp.761-776. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-24782013000300013>. Acesso em: 09 jul. 2018.

CHAVES, Vera Lúcia Jacob. Expansão da privatização/mercantilização do ensino superior Brasileiro: a formação dos oligopólios. Educ. Soc. [online]. 2010, vol.31, n.111, pp.481-500. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302010000200010>. Acesso: 11 jul. 2018.

DEMO, P. Metodologia do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2000.

DOURADO, Luiz Fernandes; OLIVEIRA, João Ferreira de. A qualidade da educação: perspectivas e desafios. Cad. Cedes: Campinas, vol. 29, n. 78, p. 137-288, mai-ago. 2009. p. 201-215. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v29n78/v29n78a04>. Acesso em: 08 jul. 2018.

DURHAM, E. Educação superior, pública e privada (1808-2000). Educação e Sociedade, v. 29, n. 105, p. 991-1019, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v31n111/v31n111a10.pdf>> Acesso em: 15 jul. 2018

FREITAS, Cleber Cristiano; Prodanov, Ernani Cesar de. O que é pesquisa? In: _____ . Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas científicas. 2ª edição. ed. Nova Hamburgo- Rio Grande do Sul: Feevale, 2013. cap. 3, p. 101-101. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

FREITAS, Cleber Cristiano; Prodanov, Ernani Cesar de. O que é pesquisa? In: _____ . Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas científicas. 2ª edição. ed. Nova Hamburgo- Rio Grande do Sul: Feevale, 2013. cap. 3, p. 101-106. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

FRIGOTTO, Gaudêncio. Ensino Superior no Brasil: Expansão e Mercantilização na Contemporaneidade. Pedagógica, [S.l.], p. 156-158, jun. 2009. Disponível em: <<http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/pedagogica/article/view/379/202>>. Acesso em: 04 jul. 2018.

GASPAR, Ronaldo Fabiano e FERNANDES, Tânia Costa. Mercantilização e oligopolização no ensino superior privado. Educ. Real. [online]. 2014, vol.39, n.3, pp.945-966. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S2175-2362014000300017> Acesso: 05 jul. 2018.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

JÚNIOR, João dos Reis Silva; SGUISSARDI, Valdemar. A nova lei da educação superior: fortalecimento do setor público e regulação do privado/mercantil ou continuidade da privatização e mercantilização do público. Revista Brasileira de Educação, São Paulo, n. 29, p. 05-27, jan. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n29/n29a02.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

LAVINAS, L. The Takeover of Social Policy by Financialization. 1. ed. New York: Springer 19 Nature, 2017. Acesso: 03 set. 2018.

LOPES, Maria Gracileide Alberto. A mercantilização do ensino superior no contexto atual: considerações para o debate. Interfaces científicas, Aracajú, v. 6, n. 2, p. 29-44, fev. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17564/2316-3828.2018v6n2p29-44> Acesso em: 15 jul.2018

MANCEBO, Deise. Reforma universitária: reflexões sobre a privatização e a mercantilização do conhecimento. Educ. Soc. [online]. 2004, vol.25, n.88, pp.845-866. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302004000300010>. Acesso: 09 jul. 2018

MANGANELLI, Anelise. A mercantilização do ensino superior: um olhar para os trabalhadores docentes. 2008. 104 p. monografia (Bacharel em ciências econômicas)- PUC, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ea000467.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

MARTINS, Antonio Carlos Pereira. Ensino Superior no Brasil: da descoberta aos dias atuais. Acta Cirúrgica Brasileira, Ribeirão Preto, v. 17, p. 1-6, jan. 2002. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-86502002000900001>>. Acesso em: 03 set. 2018.

MARTINS, José Vorlei Guimarães; MENEZES, Renato Marcelo Teixeira de; JUSTINIANO, Leonides da Silva. Atuação do departamento de marketing em uma instituição de ensino superior-IES. Revista GUAL., Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 110-122, maio.-agosto. 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2011v4n2p110/22001>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

SUA PESQUISA. MILAGRE Econômico Brasileiro. Disponível em: https://www.suapesquisa.com/ditadura/milagre_economico.htm>. Acesso em: 08 jul. 2018

OLIVEIRA, Romualdo Portela de. A transformação da educação em mercadoria no Brasil. Educ. Soc. [online]. 2009, vol.30, n.108, pp.739-760. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302009000300006>. Acesso em: 10 jul.2018.

PORTAL DO GOVERNO BRASILEIRO. Ministério da Educação. Qual a diferença entre faculdades, centros universitários e universidades?. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/revalidacao-de-diplomas/medicina/127-perguntas-frequentes-911936531/educacao-superior-399764090/116-qual-e-a-diferenca-entre-faculdades-centros-universitarios-e-universidades>>. Acesso em: 03 set. 2018.

RAMPAZZO, Lino. O conhecimento. In. Metodologia científica. Para alunos dos cursos de graduação e pós graduação. São Paulo. Edições Loyola, 2002.

SAMPAIO, Helena. O setor privado de ensino no Brasil: continuidades e transformações. Revista Ensino Superior Unicamp, [S.l.], p. 28-43, out. 2011. Disponível em: <<https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/o-setor-privado-de-ensino-superior-no-brasil-continuidades-e-transformacoes>>. Acesso em: 08 jul. 2018.

SCAGLIONE, Vera Lucia Telles; PIZA, Vera Toledo. Estratégias de marketing aplicadas a instituições de educação superior privadas. Revista GUAL., Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 167-181, maio.-agosto. 2011. Disponível em: <<http://stat.saudeetransformacao.incubadora.ufsc.br/index.php/gual/article/view/985/1190>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

SCREMIN, Lucinéia; MARTINS, Pedro Paulo. O processo de mercantilização da educação superior. Revista da UFG, ano VII, v 7, n.2, dez. 2005.

Disponível em: www.revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48781/23956

Acesso em: 08 jul. 2018.

SGUISSARDI, V. Modelo de expansão da educação superior no Brasil: predomínio privado/mercantil e desafios para a regulação e a formação universitária. Educação e Sociedade, v. 29, n. 105, p. 991-1019, 2008.

Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302008000400004>.

Acesso em: 02 jul. 2018

SGUISSARDI, Valdemar. Regulação estatal e desafios da expansão mercantil da educação superior. Educ. Soc. [online]. 2013, vol.34, n.124, pp.943-960.

Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302013000300015>.

Acesso em: 13 jul. 2018.

SILVA JR., João dos Reis, SGUISSARDI, Valdemar. Novas faces da educação superior no Brasil: reforma do estado e mudanças na produção. 2 ed. SP: Cortez, 2001.