

A "ESCOLA FORA DA ESCOLA": O MERCADO DE SERVIÇOS PARAESCOLARES NA CIDADE DE BELO HORIZONTE (MG)

Juliana Albuquerque Sulz ¹ e Maria Alice Nogueira ²

Resumo

Este artigo aborda o mercado de serviços *paraescolares* em Belo Horizonte (MG), fenômeno que vem se difundindo cada vez mais nas sociedades contemporâneas. Mais especificamente, trata-se de examinar as variações na oferta de empresas especializadas em atividades educativas à margem da escola. Para isso, foram realizados dois procedimentos: o primeiro, um mapeamento do mercado e dos tipos de empreendimentos existentes na cidade; o segundo, a seleção, caracterização e análise - a partir das informações obtidas nos *sites* e nas redes sociais - de três empresas que representam as principais variações encontradas. Os resultados evidenciaram a pluralidade desse mercado que se estabelece fora dos muros da escola formal, tanto no que concerne à forma de atuação das empresas, quanto no que diz respeito às estratégias educativas das famílias usuárias desses serviços.

Palavras-chave: Mercado *Paraescolar*; Educação na Sombra; "Escola Fora Da Escola"; Estratégias Educativas Familiares.

THE "SCHOOL OUTSIDE SCHOOL": THE *PARA-SCHOOL* SERVICES MARKET IN THE CITY OF BELO HORIZONTE (MG).

Abstract

This article addresses the market for *paraschool* services in Belo Horizonte (MG), a phenomenon that has been spreading more and more in contemporary societies. More specifically, it is about examining the variations in the offer of companies specialized in educational activities outside the school. For this, two procedures were carried out: the first, a mapping of the market and the types of undertakings existing in the city; the second, the selection, characterization and analysis - based on information obtained from websites and social networks - of three companies that represent the main variations found. The results showed the plurality of this market that is established outside the walls of the formal school, both with regard to the way companies operate and with regard to the educational strategies of the families that use these services.

¹ Mestre e Doutoranda em Educação pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora substituta do Departamento de Educação da Universidade Federal de Viçosa (UFV).

² Mestre e Doutora em Sociologia da Educação pela Universidade de Paris V, França. Professora Emérita da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).



Keywords: *Paraschool* market; shadow education; “school outside school”; family educational strategies.

1 Introdução

O uso recorrente das aulas particulares, aulas de reforço, acompanhamentos psicopedagógicos entre outros, revela a forte mobilização das famílias em busca do sucesso escolar dos filhos. Para explicar o fenômeno, os pesquisadores remontam suas análises ao conjunto de mudanças contemporâneas (econômicas, políticas e culturais) que desencadearam transformações nos sistemas educacionais da maioria dos países ocidentais. A mudança mais profunda se refere ao fenômeno da massificação das oportunidades de escolarização - desencadeado ao final da Segunda Guerra mundial - sobretudo a massificação da escola secundária. Para Nogueira (2021), essa massificação consiste na universalização ou, no mínimo, na forte elevação das taxas de cobertura dos diferentes graus de ensino, bem como no prolongamento das trajetórias escolares, atingindo todos os meios sociais, embora de modo desigual.

Segundo essa análise, o fenômeno da expansão da escolarização tem provocado o acirramento da competição escolar pelas melhores posições no sistema de ensino, visto que o número de competidores aumenta exponencialmente. Esse acirramento, por sua vez, provocou a intensificação dos investimentos educativos dos pais. As famílias, sobretudo das classes médias, respondem ao acirramento da competitividade escolar com estratégias cada vez mais diversificadas e sofisticadas, voltadas ao cuidado com a escolha do estabelecimento de ensino, à internacionalização da formação do filho, ao monitoramento dos deveres de casa, e à organização do tempo extraescolar. De acordo com Nogueira (2010, p. 220),

[...] tendo se beneficiado qualitativamente do processo de democratização do ensino, a classe média viu aumentada sua “capacidade estratégica”, o que resultou numa “sofisticação” (isto é, intensificação e diversificação) de seus investimentos e estratégias educacionais. No que concerne à intensificação dos investimentos, os sociólogos continuam diagnosticando o “ativismo”, a forte “mobilização”, o “intervencionismo”, as atitudes preventivas e “pró-ativas” (e bem menos reativas).

O uso de serviços *paraescolares* é parte desse conjunto de estratégias que, segundo a socióloga Annette Lareau (2007), configuram uma lógica de criação dos filhos, por ela denominada de “cultivo orquestrado”. Para Lareau, essa lógica passa por “orquestrar” diversas atividades no tempo em que a criança não está na escola, com vistas ao bom desempenho escolar e ao



desenvolvimento integral dos filhos. E essas atividades teriam como objetivo transmitir às crianças habilidades importantes para a vida.

Tudo indica que é dentro dessa lógica que se inserem empresas, franquias e instituições como as que serão abordadas neste artigo. A exigência contemporânea de um percurso escolar cada vez mais longo e sem rupturas provoca o crescimento de um conjunto diversificado de serviços *paraescolares* que consistem em atividades realizadas fora da escola, mas que existem em função dela. Nas últimas décadas, esse fenômeno tem sido denominado de *educação na sombra*, metáfora cunhada por Mark Bray (2014).

Neste artigo, abordaremos os primeiros resultados de uma pesquisa em curso, utilizando dados relativos ao mercado *paraescolar* de Belo Horizonte/MG, na dimensão da oferta desses bens educacionais. Tais dados foram obtidos por meio de dois procedimentos, a saber: (i) mapeamento do mercado e dos tipos de empreendimentos existentes na cidade; (ii) seleção e caracterização - a partir das informações obtidas nos *sites* e nas redes sociais virtuais - de três empresas que representam as principais variações encontradas no mapeamento.

Os dados coletados permitiram uma análise preliminar da oferta dos serviços *paraescolares*, tanto no que concerne às formas de atuação das empresas, quanto no que respeita às estratégias educativas das famílias usuárias. O universo pesquisado não pode, evidentemente, ser considerado representativo de toda a diversidade de um mercado que não cessa de se expandir no país. No entanto, isso não retira do trabalho seu potencial qualitativo de fornecer pistas analíticas para estudos mais abrangentes.

O que se pretendeu foi trazer à luz dados sobre o mercado de serviços *paraescolares* da cidade de Belo Horizonte, examinando as variações da oferta no que diz respeito aos objetivos das empresas e a seu trabalho pedagógico. Essa análise preliminar deverá subsidiar os próximos passos da pesquisa voltados para a observação da demanda, ou seja, para os padrões de consumo das famílias que se utilizam dos diferentes serviços disponíveis.

O artigo está organizado em quatro seções além desta introdução. Nas próximas duas seções, apresentaremos o referencial teórico e os procedimentos metodológicos empregados. Os resultados estão organizados na seção subsequente, e as considerações finais sintetizam as contribuições do texto.

2 Referencial teórico



2.1 Um léxico ainda a ser definido

Por se tratar de tema relativamente recente na literatura científica, o vocabulário referente ao fenômeno das atividades *paraescolares* ainda não é objeto de um consenso. Com efeito, a variação dos termos adotados de um autor a outro parece obedecer à perspectiva analítica de cada um deles.

A metáfora de Mark Bray (2014) “*educação na sombra*” nomeia o fenômeno social relativo ao aparato educacional que se desenvolve e cresce “à sombra” das redes formais de ensino, ou seja, todas as atividades de suporte à escola que têm como finalidade equipar o aluno para a corrida de obstáculos escolar. Autores que se filiam a essa abordagem utilizam termos específicos para se referir às atividades e aulas frequentadas pelos educandos no contraturno escolar. Bray (2014) e Byun (2018), empregam expressões como “tutoria privada” ou “ensino suplementar”. Essas expressões se referem, estritamente, às aulas particulares que têm por objetivo aprimorar o desempenho escolar dos alunos e solucionar dificuldades de aprendizagem. Nesse sentido, os termos adotados por esses pesquisadores estão quase exclusivamente ligados ao acompanhamento, treinamento e suporte escolar.

A nosso ver, esses termos são menos capazes de designar as variações na oferta de um mercado em expansão, ou seja, não abrangem a pluralidade dos tipos de serviços oferecidos pelas empresas especializadas, as quais, na contemporaneidade, não se limitam a oferecer aulas de reforço e acompanhamento com objetivo de dar apoio e continuidade às atividades desenvolvidas na escola formal.

Já, na literatura francesa, o mesmo fenômeno é denominado como “escola fora da escola” (*école hors de l'école*) pelo sociólogo francês - especializado no tema - Dominique Glasman (1994, 2004) que se refere a essas experiências como “atividades *paraescolares*” (*activités péri-scolaires*); expressão que é também utilizada pelos autores Coridian (2003) e Bonvin (1990). De acordo com Coridian (2003, p. 947):

Na França, o termo “paraescolar” designa todo um conjunto de produtos concebidos para ajudar os alunos em suas aprendizagens escolares, fora da escola. Os livros, softwares ou *sites web* paraescolares são, portanto, produtos destinados a apoiar, reforçar, complementar ou aprofundar o estudo pessoal exigido dos alunos¹.

O termo “*paraescolar*” se refere aos bens e serviços escolares que são encontrados fora dos estabelecimentos de ensino formal. Neste mercado à margem da escola, é cada vez mais fácil encontrar “consumidores-usuários”

¹ Um exemplo de produto *paraescolar* bastante utilizado na França é o “caderno de férias” contendo exercícios de diferentes matérias escolares, para as crianças estudarem durante as férias (CORIDIAN, 2003).

(CORIDIAN, 2003), dispostos a comprar esses produtos ou serviços destinados a satisfazer às necessidades induzidas pela escolaridade. Como se verá mais adiante, existe grande diversidade na oferta de serviços *paraescolares*. De acordo com Nogueira (2010, p. 224),

Trata-se de um arsenal constituído de materiais paraescolares e dispositivos de terceirização da ajuda doméstica: aulas particulares, serviços a domicílio, consultórios de psico-pedagogia, empresas especializadas no acompanhamento do dever de casa e, mais recentemente, o surgimento da figura do “coaching scolaire” que consiste numa espécie de treinador (“entraîneur”) para a vida escolar, isto é, um mediador entre o aluno e a escola e entre o aluno e os pais que auxilia na adoção de métodos de organização do trabalho, de uma relação sadia com os estudos.

No que diz respeito ao presente texto, optamos, em função do caráter do objeto, pela expressão *paraescolar* como meio de se distinguir do termo *extraescolar* que é, em geral, utilizado para designar aquelas atividades (idiomas, esportes, artes etc.) que as crianças realizam em seu tempo livre (isto é, fora do tempo escolar), mas que não se definem em relação às atividades escolares ou ao desempenho acadêmico, embora possam ter, em alguma medida, influência positiva no seu desenvolvimento global. De modo distinto, a expressão *paraescolar* pretende designar os serviços e bens que estão voltados para o desempenho acadêmico do aluno, contemplando as formas de atuação do mercado aqui investigado.

2.2 A educação na sombra

A “educação na sombra” se constitui como um desafio para os sistemas escolares regulares uma vez que expõe as deficiências desses sistemas e oferece maneiras de compensá-las. De acordo com Bray (2020), a intensidade das aulas particulares é parcialmente moldada por seus objetivos. As aulas que têm como objetivo o reforço, o acompanhamento escolar e o suporte a longo prazo, podem ser fornecidas de maneira constante ao longo do ano letivo. Já o uso dessas aulas impulsionado por provas, testes e exames avaliativos, provavelmente atingirá o pico de intensidade às vésperas desses exames. O tipo de serviço e a intensidade do seu uso será definido de acordo com as aspirações das famílias para a trajetória escolar da prole.

De acordo com estudos recentes de Bray (2020), o uso das aulas *paraescolares* varia de acordo com o objetivo a ser alcançado e também com a cultura do lugar. Por exemplo, em países do leste da Ásia como Japão e Coreia do Sul, é mais provável que esse serviço seja consumido por alunos que já estão tendo um bom desempenho, mas cujas famílias desejam manter ou melhorar ainda mais seu rendimento escolar. Na Europa, as características sociais,

econômicas e culturais podem diferir, mas ainda parece que, se deixadas às forças do mercado, as aulas *paraescolares* também são mais prováveis de serem recebidas por alunos de alto desempenho acadêmico do que por alunos com desempenho menos elevado. De acordo com Bray (2020, p. 467):

A educação na sombra diz respeito muito menos àqueles que realmente precisam de um apoio à aprendizagem que não podem encontrar na escola, e muito mais à manutenção de vantagens competitivas dentro das escolas, para alunos que já são bem-sucedidos e privilegiados. O aprofundamento dessa questão requer pesquisas que identifiquem o conjunto de motivos [dos usuários] para a procura de tutoria. [Tradução nossa].

Pesquisa feita pelo professor Soo-yong Byun, do Departamento de Estudos de Política Educacionais da Universidade da Pensilvânia (E.U.A), sobre os padrões globais do uso da educação da sombra em 64 nações, mostrou que historicamente,

As pesquisas sobre educação na sombra se concentravam quase exclusivamente nas sociedades asiáticas, especialmente no Leste Asiático. Isso ocorre porque a educação na sombra tem sido praticada e amplamente utilizada nessas sociedades do Leste Asiático. [A educação na sombra] foi considerada o elemento secreto do desempenho acadêmico relativamente alto de algumas nações asiáticas (BYUN, 2018, p. 8. Tradução Nossa).

Efetivamente, em alguns lugares do mundo, principalmente no Japão e em outras partes da Ásia Oriental, a educação na sombra tem sido muito praticada. Mas, na última década, segundo constatado por Bray (2020), a oferta de atividades *paraescolares* na Europa Ocidental sofreu grande aumento provocado tanto pela crescente competitividade dos indivíduos no mercado de trabalho, quanto da mercantilização dos serviços educacionais que pouco a pouco vão se tornando socialmente mais aceitáveis, em países acostumados com a prevalência do serviço público em matéria de educação.

Na Europa cada vez mais competitiva, muitas famílias de renda média e alta sentem que a escolaridade por si só não é suficiente para assegurar posições sociais superiores, mesmo quando essa escolaridade é fornecida por meio de instituições privadas (Bray, 2020, p. 453. Tradução Nossa).

Ainda segundo o Bray, o norte da Europa é menos afetado pelo aumento das aulas *paraescolares*, já que os países escandinavos parecem manter uma sólida tradição de escolas que atendem de modo mais efetivo às necessidades

de seus/suas alunos/as. No entanto, é possível perceber manifestações da “educação na sombra” na Suécia e, com padrões mais tímidos, na Dinamarca e na Finlândia (BRAY, 2020).

De acordo com Fernando Vizotto Galvão (2022, p.3), as principais pesquisas mundiais sobre o tema abordam os seguintes pontos: 1) perfil socioeconômico dos alunos que participam de atividades de *ensino suplementar*; 2) relação entre *shadow education* e o desempenho dos estudantes em testes; 3) motivos que levam estudantes e famílias a demandarem atividades de *ensino suplementar*; 4) relações entre o ensino regular e o *ensino suplementar*.

Para Galvão, o interesse central dos estudos reside nas consequências que a proliferação dessas atividades pode ter para a produção ou reforço das conhecidas desigualdades educacionais. Daí uma questão sempre presente: quem são os estudantes que têm acesso a elas (e, por consequência os que não têm)? Além disso, indaga-se também se a participação nessas atividades se traduz em maiores chances de bom desempenho nas avaliações que mensuram o progresso dos estudantes entre ciclos, etapas ou níveis educacionais (GALVÃO, 2022, p.6).

No Brasil, há uma ausência de estudos sobre os padrões regionais de participação em diferentes tipos de atividades *paraescolares*. Para Galvão (2022), faltam estudos exploratórios que dimensionem a participação de crianças e jovens em uma gama mais ampla de atividades; que contextualizem a situação brasileira diante do fenômeno da *shadow education*; que identifiquem os significados que diferentes atividades assumem em nosso contexto; e que avaliem os efeitos dessas atividades sobre as desigualdades educacionais e sociais. Isso confere relevância a pesquisas que se proponham a mapear a oferta dos serviços *paraescolares* entre nós, e a examinar as características desse mercado no país.

2.3 Uma escola fora da escola

O título deste artigo se refere à expressão cunhada pelo sociólogo Dominique Glasman, o mais importante pesquisador francês dedicado ao tema da “educação na sombra”, ou - como ele prefere nomear - “uma escola fora da escola”. Na visão dele,

[...] é preciso cada vez mais algo além da escola para se ter sucesso na escola [...]. Esse “algo diferente da escola” torna-se essencial e engloba todo o trabalho acadêmico que ocorre fora de seus muros. Essa é cada vez mais a preocupação dos pais (GLASMAN, 2004, p. 8, Tradução nossa).

Para ele, a expansão e o sucesso dessa “escola fora da escola” residem no fato de que os serviços *paraescolares* se apresentam como o lado do avesso

da escola, pois oferecem o que a escola não consegue. Nesse sentido, constituem uma espécie de “*contra-modelo*” (ao modelo escolar) que Glasman define a partir dos seguintes aspectos: 1) *Reatividade/Resposta*: tão logo a escola formal sinalize as dificuldades da criança, as famílias podem ser rapidamente atendidas e acolhidas pelas empresas; 2) *Individualização*: ajuda adequada às necessidades específicas de cada criança, em outros termos, as atividades *paraescolares* são “feitas sob medida” (GLASMAN, 2004, p.84); 3) *Comunicação ou transparência*: relatórios e *feedbacks* enviados regularmente aos pais para que eles avaliem o serviço; 4) *Escolha do professor*: caso um profissional não alcance as expectativas da família, pode ser mais facilmente substituído para evitar que os clientes busquem outras empresas; 5) *Garantia de resultados*: várias empresas exibem argumento publicitário de seu compromisso de reembolso em caso de reprovação nos exames, por exemplo.

É importante ressaltar que essas características estão relacionadas ao contexto escolar francês em que a grande maioria das famílias matriculam seus/filhos na rede pública de ensino, ou seja, trata-se de um “*contra-modelo*” à escola pública francesa e, talvez por isso, esses aspectos ganhem um peso ainda maior.

Glasman e Collonges (1994) identificam, a partir do final do século XX, mudanças na natureza desse mercado cuja diversificação se acentua cada vez mais. Se antes, esses serviços aconteciam de maneira quase exclusiva por meio de atendimento domiciliar, e a oferta se limitava às aulas particulares, na atualidade eles se estruturam na forma de pequenas empresas, franquias internacionais ou instituições privadas de outras naturezas. Ainda de acordo com os autores, aparecem sinais de estruturação e segmentação de um mercado em que os clientes e vendedores são cada vez mais numerosos e cuja a natureza do produto ainda precisa ser examinada mais de perto.

Por fim, ao conceber o mercado *paraescolar* como um sintoma do estado atual dos nossos sistemas de ensino, os sociólogos franceses defendem que a pesquisa sobre o mercado *paraescolar* não deve se eximir de examinar os significados controversos que a escola formal atribui a estes serviços. Para eles,

As aulas particulares são tanto concorrentes da escola (já que permitem que os alunos melhorem suas notas) quanto negadoras da missão cultural da escola (já que aqui se busca apenas rentabilidade acadêmica); são ao mesmo tempo a má consciência da escola (pois remetem a suas imperfeições) e sua boa consciência (porque permitem que ela não se preocupe tanto quanto deveria com o trabalho dos alunos). Enfim, como serviço comercial, contradizem a ideia de gratuidade e justiça perante a escola. (GLASMAN; COLLONGES, 1994, p. 13. Tradução nossa).

Embora Glasman e Collonges se refiram ao cenário francês, suas análises nos parecem bastante válidas para o contexto brasileiro atual. Aqui também observamos um mercado em expansão, com ofertas cada vez mais

diversificadas, e com demanda crescente por parte das famílias usuárias. No entanto, ainda carecemos de estudos que abordem esse tema.

3. Metodologia

A pesquisa se ancorou em dois procedimentos metodológicos básicos:

- a) Em um primeiro momento, realizamos um mapeamento das empresas *paraescolares* existentes na cidade de Belo Horizonte, visando conhecer tanto sua expressão numérica, como também sua distribuição no território. O mapeamento foi realizado por meio da ferramenta online do Google Maps¹, inserindo diferentes palavras-chave, tais como: “aula particular”, “acompanhamento escolar” e “franquia educacional”. O objetivo foi o de mapear as empresas de serviços *paraescolares*, ou seja, serviços que guardam alguma relação com a escolarização formal; e verificar a eventual existência de variações dessa oferta. Esse mapeamento não pode ser considerado exaustivo, em razão da dificuldade de identificar certos empreendimentos *paraescolares* informais como, por exemplo, as aulas particulares em domicílio. Foram mapeadas três modalidades deste mercado segundo suas abordagens e objetivos pedagógicos, a saber:

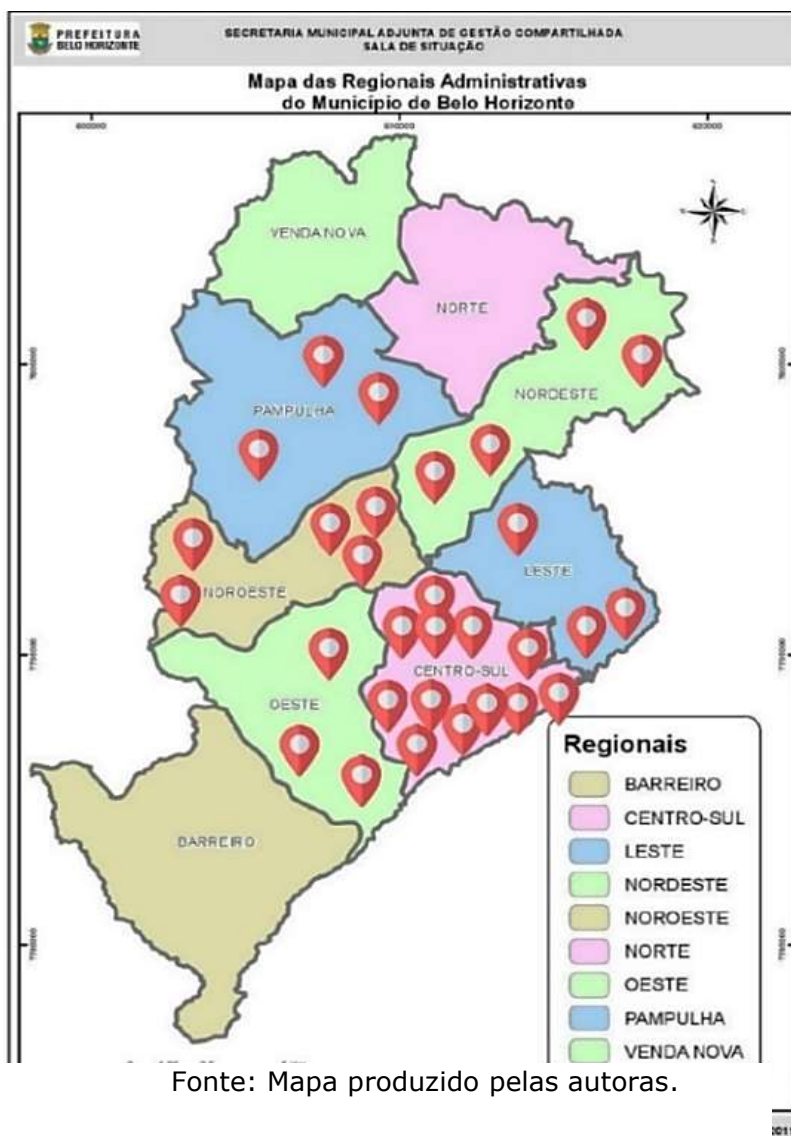
- 1 - O mapeamento indicou frequência importante da franquia Kumon.

Foram mapeadas todas as unidades dessa franquia na cidade de Belo Horizonte, chegando-se ao total de 30 em funcionamento no momento da coleta, atendendo crianças a partir de cinco anos nos conteúdos de matemática, língua portuguesa, inglês e também japonês. Há uma concentração de unidades na região centro sul da cidade (ver o mapa abaixo). Essa região reúne os bairros com mais alto Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM). De acordo com o site da prefeitura municipal, esse índice é de 0,91, considerado o mais elevado da cidade; em outros termos, trata-se da região mais privilegiada considerando as três dimensões abarcadas pelo índice: renda, educação e longevidade. Em contrapartida, constatou-se sua total ausência em regionais como Venda Nova, Norte e Barreiro, caracterizadas por baixo IDHM (0,75).

¹ Google Maps é uma ferramenta do site de buscas Google onde é possível fazer busca de serviços e produtos em uma localização específica.



Figura 1 – As unidades da franquia Kumon no território de Belo Horizonte.



2 – Em segundo lugar, o mapeamento apontou diversas empresas que oferecem aulas particulares em sede própria. Uma empresa se destacou pelo maior número de avaliações feitas pelos usuários: a *Educament* localizada no bairro Floresta, caracterizado pelo alto IDHM que, de acordo com o *site* da Prefeitura Municipal, é de 0,83 definido como “muito alto”.

3 – Por fim, o mapeamento evidenciou outra variante do mercado, o Projeto *Criar Sesc* que traz na parede de entrada a frase “desenvolvimento além da escola”. Como se vê pelo nome, trata-se de empresa mantida pelo Serviço Social do Comércio (SESC) que, por sua vez, pertence ao Sistema S, que inclui ainda o SENAI e o SESI. O projeto *Criar Sesc* conta com duas unidades em Belo Horizonte, além de outras dez em cidades diversas do estado de Minas Gerais. As unidades da capital mineira estão localizadas em dois bairros de diferentes

regiões: Floresta (o mesmo da empresa Educament) e Carlos Prates, bairro da região Noroeste cujo IDHM é de 0,82 também considerado alto¹. As duas unidades do Projeto estão, portanto, situadas em regiões privilegiadas social, econômica e culturalmente.

- b) Posteriormente, por meio do exame das informações disponíveis nos *sites* das empresas mapeadas, em suas propagandas publicitárias e em suas redes sociais, operamos uma classificação dessas empresas segundo as três principais variantes detectadas na oferta dos serviços, a saber: (i) Kumon: empresa que oferece serviço com proposta pedagógica própria voltada para **superar e/ou potencializar** o trabalho feito pela escola formal; (ii) Educament: empresa que oferece um serviço pedagógico voltado ao **suporte/apoio** à escolarização formal; (iii) Criar Sesc: empresa que oferece serviço de **acompanhamento de deveres de casa e atividades artísticas e culturais**. Com base nessa classificação, efetuamos, por fim, uma breve descrição e análise da oferta de cada uma delas que serão apresentadas no tópico a seguir.

4. Resultados e discussões

4.1 A classificação das empresas

No interior do mercado de serviços *paraescolares* existem diferentes modalidades na oferta. Neste artigo, daremos destaque para as variações que dizem respeito às características pedagógicas. Entendemos que os serviços *paraescolares* não correspondem, na contemporaneidade, apenas às aulas particulares de reforço e suporte escolar, mas floresce nesse mercado uma gama de atividades com diferentes metodologias e objetivos mais amplos e plurais. Nesse sentido, a oferta das empresas categorizadas no item anterior pode ser descrita da seguinte maneira:

- i) A franquia educacional internacional Kumon oferece um serviço pedagógico com características específicas: materiais e metodologias próprios, uma proposta pedagógica que não se reduz ao que conhecemos como suporte, acompanhamento ou reforço escolar, mas que pretende em certa medida, oferecer, ao aluno, a possibilidade de superar os conteúdos que aprende na escola com foco na alta performance;
- ii) A empresa Educament apresenta uma gama diversa de aulas, e sua proposta pedagógica está voltada para o suporte escolar destinada

¹ Dados disponíveis em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/estatisticas-e-indicadores/indice-de-desenvolvimento-humano-municipal-de-belo-horizonte>. Acesso em: 15 de nov. 2022.



a alunos com dificuldades de aprendizagem e até mesmo de organização de rotina de estudos;

- iii) O projeto Criar Sesc se enquadra em uma oferta de serviços pedagógicos que parece combinar o acompanhamento escolar, com o desenvolvimento artístico, cultural, socioemocional e o cuidado.

4.2 A franquia Kumon

A franquia - que carrega o nome do seu fundador, o professor de matemática japonês Toru Kumon - foi fundada em 1955, no Japão. Com o objetivo de melhorar o desempenho do próprio filho, o professor passou a elaborar materiais de estudo e pôde comprovar o progresso e avanço da criança para além do seu ano escolar. Diante disso, Toru Kumon passou a utilizar sua técnica com outras crianças, obtendo o mesmo resultado positivo; assim nasceram as primeiras unidades de matemática do Kumon. A expansão da franquia em nível internacional foi iniciada em 1974, com a abertura da unidade de Nova York (E.U.A). Sua primeira unidade na América do Sul surgiu em 1977, na cidade de Londrina (Paraná), e a matriz do Kumon na América do Sul foi inaugurada em 1994, na cidade de São Paulo. Atualmente, em todo o Brasil são mais de 1500 unidades da franquia¹.

O Kumon oferece método pedagógico e material didático próprios. Segundo informações retiradas do site oficial, a grande inovação do método é estimular a criança ao ponto de que ela consiga solucionar os exercícios sozinha. O aluno realiza as atividades na unidade com a presença de um orientador que, segundo a empresa, tem como objetivo garantir ao educando uma "sensação de realização no estudo diário" e o "gosto pelo estudo". A empresa também fornece blocos de atividades para serem realizadas em casa, visando a que o aluno inclua o hábito de estudar em sua rotina. O trabalho pedagógico tem como foco o desenvolvimento de habilidades e competências que visam a superar o trabalho realizado pela escola formal, possibilitando que a criança ultrapasse os conteúdos da própria série que está frequentando. A empresa parece projetar, no mercado, uma imagem de independência em relação à seriação de turmas feita na escola, ou seja. O trabalho pedagógico desenvolvido não estaria relacionado ao ano, série ou ciclo escolar em que a criança ou jovem se encontram². De acordo com o site:

Independente de idade ou da série escolar em que seu filho esteja, ele começará os estudos por questões simples para, aos poucos, passar a ter contato com questões mais complexas, sempre adequadas à sua capacidade. Desta forma ele terá sempre condições de alcançar a nota 100 (nota máxima). O objetivo é desenvolver no aluno a *autoconfiança*, o *interesse* em estudar e

¹ Informações disponíveis em: <https://www.kumon.com.br/sobre-nos/historia-do-kumon/>. Acesso em: 01 set. 2022.

² Disponível em: <https://www.kumon.com.br/metodo-kumon/>. Acesso em: 01 set. 2022.



aprender por si até que consiga chegar ao seu desempenho máximo (KUMON)¹.

Ao mesmo tempo, o método pretende também desenvolver disposições como autonomia, autoestima, confiança, organização da rotina de estudos, entre outros. A empresa faz questão de deixar claro que não trabalha com aulas de reforço ou acompanhamento escolar, ou seja, não dá suporte ao trabalho da escola, como se vê na figura abaixo retirada de um de seus anúncios:

Figura 1: Publicidade da franquia Kumon.

O que é o Kumon?

O Kumon não é uma aula de reforço escolar, mas sim um método de estudo autoinstrutivo e individualizado que ajuda alunos, com e sem dificuldades, a se destacar na escola, na profissão e na vida. Isso é possível porque por meio do método Kumon os alunos são incentivados a estudar de maneira autodidata, a fim de que desenvolvam o raciocínio lógico, a concentração, a autoconfiança e habilidades acadêmicas como cálculo, leitura e interpretação de textos.

Fonte: Imagem retirada de material impresso distribuído pela franquia em 2022.

Se o serviço fornecido pelo Kumon não pretende se situar na continuidade do trabalho da escola - como por exemplo, acompanhando o dever de casa ou preparando para provas -, o discurso da empresa é o de que opera no sentido do desenvolvimento de uma performance de sucesso, incentivando a "estudar de maneira autodidata", e estimulando a autoconfiança para que o/a aluno/a se destaque "na escola, na profissão e na vida". Os fins propagados podem ser detectados através de seu material de divulgação que traz frases como: "Eu faço Kumon, eu faço o meu futuro", "Kumon é para a vida", "Transforme seu filho em um cidadão do mundo" e "Ter o potencial valorizado, contar com um método único e evolução constante. Tudo isso é fazer Kumon".

Esse discurso quer significar que a busca é por uma alta performance que não se limite ao acadêmico, mas que se estenda à vida pessoal, à preparação para o desenvolvimento do cidadão capaz de vencer os desafios postos pelo futuro. Em seus materiais publicitários, expressões como: "potencial máximo" e "performance de sucesso" dão pistas do lugar que a empresa reivindica ocupar no mercado *paraescolar*, frente às variadas ofertas. Em síntese, o Kumon se

¹ Disponível em: <https://www.kumon.com.br/sobre-nos/>. Acesso em: 05 set. 2022.

apresenta como um método capaz de desenvolver competências cognitivas, mas também, demonstra preocupação com o desenvolvimento de características comportamentais que podem contribuir para o bom desempenho escolar de sua clientela.

Tudo leva a crer que esse serviço seria utilizado pelas famílias como uma estratégia educativa denominada por Glasman e Collonges (1994) de “estratégia de excelência”. Esse tipo de estratégia se refere ao uso de serviços *paraescolares* que tem por objetivo alcançar resultados escolares brilhantes, e é comumente utilizado por alunos que já apresentam bom desempenho, mas pretendem potencializá-los. Assim, a oferta do Kumon parece estar relacionada com a estratégia de excelência, uma vez que tem foco na performance de sucesso, nos resultados a longo prazo, mirando o futuro acadêmico dos alunos e, possivelmente, o acesso ao ensino superior em instituições e cursos universitários de prestígio.

4.3 A empresa “Educament – Aulas Particulares”

A empresa apresenta uma equipe gestora composta por uma diretora geral bacharel em engenharia e “especialista em matemática” e uma diretora pedagógica licenciada em Pedagogia e Artes Visuais. Em seu quadro docente, há professores de diferentes áreas do conhecimento: matemática, língua portuguesa e redação, química, física e inglês. De acordo com o *site*¹, a empresa oferece: aulas preparatórias para o ENEM; aulas específicas para a “Redação Perfeita”; aulas particulares individuais ou em grupos de até cinco alunos; aulas para alfabetização; acompanhamento escolar; reforço escolar; preparação para provas de seleção e concursos; aulas de raciocínio lógico; aulas de literatura; aulas para universitários; auxílio no *homeschooling*; elaboração de questões de provas para professores; revisão de textos e aulas de EJA/ENCEJA. Embora o leque de ofertas seja variado e muito abrangente, a maior parte dessas modalidades de serviços tem um fundo em comum: funcionam como suporte e acompanhamento da escolarização formal. A empresa “Educament” se diz especialista em “descomplicar os estudos” e “mostrar que nenhuma matéria é impossível de aprender”.

Como se vê os serviços da Educament se apresentam como um **suporte** às atividades, provas e trabalhos que os alunos desenvolvem na escola formal, ou seja, opera de maneira a dar **continuidade** e/ou **complementariedade** ao trabalho da escola. Diferentemente do Kumon, essa empresa não possui um método ou materiais próprios, mas se ancora nas próprias atividades que os alunos trazem da escola. O slogan da empresa evidencia tal característica: “A educação que te dá aquela força *extra* para você realizar seus *sonhos*”; seu objetivo, portanto, é o apoio complementar para alcançar os resultados desejados.

¹ Disponível em: <https://www.aulaseducament.com.br/servicos> Acesso em: 10 nov. 2022.



A oferta *paraescolar* da Educament – de suporte, continuidade e complementariedade à escola formal – parece atender às expectativas e demandas das famílias e alunos que buscam sanar problemas de aprendizagem que tenham ocorrido no decorrer das aulas, e, assim, melhorar seu desempenho. Assim, o uso desse serviço se aproxima do que Glasman e Collonges (1994, p. 139) denominam como “estratégia de recuperação”, que se caracteriza por atitudes e esforços – tanto dos pais como dos filhos – para resolver as dificuldades em alguma disciplina que acreditam não ser possível dentro da sala de aula regular. Segundo os autores, essa estratégia pode assumir a “função de externalizar as tensões” (op. cit, p. 135) na medida em que as famílias buscam ajuda externa ao sistema de ensino quando se deparam com problemas de baixo desempenho escolar da prole.

Com efeito, é possível afirmar que essa modalidade do mercado *paraescolar* tem seu centro no suporte fora da escola, mas visando que seus clientes alcancem o bom desempenho nela. Por isso, o trabalho pedagógico realizado é orientado pelos conteúdos e materiais da escola formal e dos exames de seleção (Enem, provas para ingresso em outras escolas etc.). Nesse sentido, nossa hipótese é a de que as famílias que buscam esse serviço desejam um apoio à escola, seja para evitar dificuldades, recuperar aprendizagens (estratégia de recuperação) e/ou também, e cada vez mais, organizar as demandas da escola em termos de deveres de casa com a finalidade de aliviar conflitos e tensões no espaço doméstico (principalmente entre pais e filhos), tal como abordado por Resende (2013).

4.4 O projeto “Criar Sesc”

De acordo com o site da empresa: “O Criar Sesc é uma proposta educativa de atividades complementares que se fundamenta no brincar como forma de aprendizagem integral da criança.” O projeto oferece atividades *paraescolares* com objetivos pedagógicos e recreativos, no contraturno escolar das crianças. O objetivo central do programa é garantir um tempo e um espaço onde a criança desenvolva competências e habilidades **para além** dos conteúdos escolares.

O serviço é destinado a crianças a partir de cinco e até 12 anos de idade, matriculadas na educação infantil ou ensino fundamental de qualquer estabelecimento de ensino. As vagas são limitadas e parte delas são oferecidas de forma gratuita por meio do Programa de Comprometimento e Gratuidade (PCG) e destinadas aos dependentes de trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, com renda bruta familiar de até três salários mínimos. Para o ano de 2023, foram abertas 32 vagas na capital mineira, sendo 85% delas gratuitas. Para o público pagante, as mensalidades variam entre R\$196 e R\$213 (LEÃO, 2022).

A palavra “criar”, no nome do projeto, mobiliza dois sentidos: de **cuidado** e de **criatividade**. O sentido de cuidado pode ser constatado nesta modalidade



de oferta pela característica da sua carga horária, uma vez que a criança matriculada passa quatro horas por dia, todos os dias da semana, no projeto, preenchendo todo o seu tempo do contraturno escolar. A criança se alimenta e executa os deveres da escola durante o tempo que passa no projeto. Já o sentido de criatividade aparece na oferta de atividades com abordagens menos tradicionais. Segundo frases retiradas do site, o projeto valoriza a infância e suas “múltiplas experiências com maneiras divertidas e criativas de aprender”¹.

O slogan: “Desenvolvimento *além* da escola” nos remete à Glasman (2004), quando afirma que essas empresas oferecem tudo o que a escola não é capaz de oferecer e que esse “além da escola” tem se tornado, cada vez mais indispensável na trajetória escolar das crianças e dos jovens. Segundo as informações do site oficial, o “Criar Sesc” é um projeto que foi remodelado e aperfeiçoado nos últimos anos, e concilia socialização, educação e aprendizado para a criança, com “a comodidade para as famílias que não têm com quem deixar os filhos durante o horário de trabalho”.

Além das atividades pedagógicas e recreativas, os alunos matriculados no projeto recebem lanche, material de apoio e uniforme para “aproveitar a diversidade de atividades oferecidas”, as quais se dividem em três eixos:

- 1) Pedagógico: focado no suporte à realização de deveres de casa, e na criação do hábito de estudar. Inclui oficinas literárias e de raciocínio lógico, facilitando o aprendizado nessas áreas;
- 2) Experimentações: voltado para práticas experimentais, considerando os princípios da cultura “*maker*”, na qual a criança aprende colocando a “mão na massa”. Para isso, o projeto conta com um espaço lúdico e devidamente equipado para a realização de diversos experimentos criativos;
- 3) Arte: tem como objetivo o desenvolvimento de aspectos físicos, cognitivos e sensoriais, por meio de atividades motoras, oficinas musicais, brincadeiras e jogos. É considerado como uma forma de estimular a criatividade, sensibilidade, ritmo, concentração e memória.

Assim, o serviço da Criar Sesc conta com, pelo menos, três dimensões: **de cuidado, pedagógica e lúdica-criativa**. Entendemos, portanto, que o projeto atende demandas escolares, do desenvolvimento de habilidades globais e também de ordem doméstica, como a organização do tempo livre da prole. Sabemos que o contraturno das crianças e jovens é hoje amplamente estruturado pela escola. Para Glasman (2004), pode-se dizer que, na contemporaneidade, o tempo *paraescolar* é uma forma muito corriqueira de marcar aquilo que sustenta o tempo livre da criança (GLASMAN, 2004, p. 144).

Diante dessas características do projeto, é possível afirmar que o Criar Sesc é uma modalidade do mercado *paraescolar* que se difere tanto da Educament - que apresenta objetivo exclusivo no suporte escolar -, como da franquia Kumon - que tem foco na alta performance acadêmica e desenvolvimento de habilidades socioemocionais. Distingue-se também das duas primeiras, no que tange ao modo de funcionamento, pois os alunos da

¹ Disponível em: <https://mais.sescmg.com.br/criar>. Acesso em: 05 nov. 2022.



Educament e do Kumon realizam atividades com menor duração horária e por alguns dias por semana. Com efeito, essa modalidade *paraescolar* oferece às famílias um local seguro e adequado para o contraturno da prole. Embora as outras empresas assumam – com menor intensidade – esse papel, nenhuma delas menciona, em seus anúncios, esse aspecto como um atrativo. Nesse sentido, esse serviço parece estar relacionado à uma estratégia familiar nomeada por Glasman e Collonges (1994, p. 147) como “estratégia de substituição”. De acordo com os autores franceses, existem duas lógicas diferentes de aproveitamento dos serviços *paraescolares*: uma lógica de “substituição” do apoio e do acompanhamento familiar e uma lógica de “reforço”.

A lógica de “substituição” subjaz às estratégias de famílias que, de alguma maneira, buscam um serviço que substitua o acompanhamento parental (das atividades escolares, mas também de cuidado e do desenvolvimento da criança) que não pode ser oferecido por diversas razões: falta de tempo dada a carga horária de trabalho extensiva dos pais; sentimento de distanciamento em relação às demandas da escola, o que pode variar conforme o capital cultural dos pais, entre outros. Tudo indica que a oferta da Criar Sesc atrai famílias que utilizam, em alguma medida, esse tipo de estratégia educativa.

Já a lógica de “reforço”, segundo Glasman e Collonges (1994, p.147), diz respeito à combinação de duas mobilizações: a contratação de serviços *paraescolares* e, ao mesmo tempo a ajuda doméstica parental, ou seja, é um “investimento escolar multifacetado”. São famílias consumidoras do mercado *paraescolar* e que, ao mesmo tempo, acompanham e fornecem ajuda diretamente aos seus filhos no ambiente doméstico. Ao que parece essa lógica talvez não contemple o perfil das famílias que matriculam seus filhos no Criar Sesc que por sua vez, buscam, sobretudo, o cuidado dos filhos em horários em que se dedicam a suas atividades profissionais, e não tanto um reforço às aprendizagens escolares.

Ainda que todas essas três variantes do mercado ofereçam atividades associadas à escolarização, tanto de forma direta (aulas para acompanhamento de deveres de casa, estudos direcionados para provas, uso de métodos e materiais específicos para melhorar aprendizagem e recuperar falhas), quanto de forma indireta (atividades lúdicas, recreativas e culturais), a escolha desses serviços está estruturada em torno de sua utilidade escolar, ou seja, em virtude do campo escolar. As famílias encontram no mercado uma gama de serviços que - como se viu - extrapolam o que conhecemos por aulas particulares de reforço, e prometem algo a mais, além do acadêmico; mas que, ao fim e ao cabo, promoverão vantagens escolares. E, em termos analíticos, tendemos a concluir que essa diversidade de bens e serviços *paraescolares* encontrada no mercado, busca atender às demandas das famílias contemporâneas que são chamadas a enfrentar cada vez mais o fenômeno da competição escolar.

5. Considerações finais: Um mercado diverso e em expansão



Compreender o fenômeno da “escola fora da escola” requer tanto uma perspectiva estrutural, que deslanchamos acima com o mapeamento das variações do mercado *paraescolar*, quanto uma investigação minuciosa das formas como os alunos e suas famílias recorrem a essa prática. É importante assinalar as dificuldades decorrentes da novidade temática e dos problemas metodológicos inerentes a ela. A produção de dados sobre o mercado *paraescolar* se assemelha à montagem de um grande quebra-cabeças onde faltam peças, pois ainda carecemos de pesquisas sobre o tema (BRAY, 2020).

Este artigo pretendeu mapear o mercado de empresas *paraescolares* em Belo Horizonte, e classificar os diferentes tipos de oferta no que diz respeito às abordagens, propostas e objetivos pedagógicos. A partir disso, nosso esforço foi identificar as possíveis estratégias educativas desenvolvidas pelas famílias ao escolherem cada tipo de serviço.

Nossa pressuposição é a de que a contratação de um serviço *paraescolar* pode ser motivada por diferentes aspectos: idade do(s) filho(s) e série escolar, a escola de origem, as necessidades educacionais específicas, a rotina doméstica familiar, a escolarização dos pais e a possibilidade de ajuda em casa. Esses aspectos podem, em certa medida, estimular uma ou mais estratégias educativas familiares para que o objetivo seja alcançado, sejam eles o de recuperar conteúdos não assimilados, o de receber apoio e acompanhamento das demandas escolares, o de melhorar ainda mais o desempenho com foco na alta performance, ou apenas o de preencher o tempo livre do contraturno escolar.

Com efeito, o mercado de bens e serviços *paraescolares* coloca em jogo as vantagens que as posições socialmente privilegiadas proporcionam. Por essa razão, os formuladores de políticas públicas educacionais devem estar atentos aos sinais que o crescimento do mercado extraescolar envia sobre o ensino regular nas escolas. Exortamos, portanto, ao desenvolvimento de pesquisas que se dediquem à temática, apontando os desafios para as políticas públicas que busquem combater as desigualdades educacionais e promover a equidade entre os educandos pertencentes aos diferentes meios sociais. Além disso, a “escola fora da escola” nos convida a aprofundar as análises a fim de compreendermos como a prática das atividades *paraescolares* modela o funcionamento das escolas regulares, interfere no desenvolvimento de novas abordagens pedagógicas, no currículo e nas possíveis adequações diante das novas exigências das famílias contemporâneas; o que nos parece ser uma tarefa urgente a ser contemplada pela sociologia da educação.

REFERÊNCIAS



BONVIN, Francois. **Le soutien à l'enfant**: les cycles d'animation péri-scolaires, Rapport établi par la FORS pour le Direction des Populations et des Migrations et le F.A.S. Septembre 1990. 176 p.

BRAY, Mark. **Confrontando o sistema educacional na sombra**: quais políticas governamentais para qual tutoria privada? Trad. Viviane França. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

BRAY, Mark. **Shadow Education in Europe: Growing Prevalence, Underlying Forces, and Policy Implications**. ECNU Review of Education, v. 4(3), 2020.

BYUN, Soo-yong, CHUNG, Hee Jin.; BAKER, David P. **Global patterns of the use of shadow education**: Student, family, and national influences. Research in the Sociology of Education, 20, 71-105. DOI:10.1108/S1479-353920180000020004, 2018.

CORIDIAN, Charles. **Os usuários de produtos paraescolares**: pais ou filhos? Educação e Sociologia, Campinas, vol. 24, n. 84, p. 945-953, setembro 2003.

GALVÃO, Fernando Vizotto. **A literatura sobre shadow education: recortes de pesquisa**. Pro-Posições, Campinas, SP, v. 33, 2022.

GLASMAN, Dominique. **Le travail des élèves pour l'école em dehors de l'école**. Université de Savoie, Faculté de Lettres, Langues et Sciences Humaines. França, 2004. Disponível em: www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/054000358/index.shtml Acesso em: 15 nov. 2022.

GLASMAN, Dominique; COLLONGES, Georges. **Cours particuliers et construction sociale de la scolarité**. Centre national de documentation pédagogique. Ed. FAS. 1994.

LAREAU, Annette. **A desigualdade invisível**: o papel da classe social na criação dos filhos em famílias negras e brancas. Educação em Revista, Belo Horizonte, n. 46, p. 13-82, dez. 2007.

LEÃO, Sofia. **Projeto educacional 'Criar Sesc' oferece vagas gratuitas em BH e outras 10 cidades mineiras**. BHAZ, 2022. Disponível em: https://bhaz.com.br/noticias/minas-gerais/criar-sesc-vagas-gratuitas-minas/#google_vignette Acesso em: 15 nov. 2022.

NOGUEIRA, Maria Alice. **Classes médias e escola**: novas perspectivas de análise. Currículo sem fronteiras (on-line), vol. 10, n.1, p. 213-231, jan./jun. 2010.

NOGUEIRA, Maria Alice. **O capital cultural e a produção das desigualdades escolares contemporâneas.** Cadernos de Pesquisa Fundação Carlos Chagas (on-line), vol. 51, p. 1-13, 2021.

RESENDE, Tânia F. **Pela “janela” do dever de casa, o que se vê das relações entre escolas e famílias?** In: ROMANELLI, Geraldo; NOGUEIRA, Maria Alice; ZAGO, Nadir (Orgs.). Família & Escola: novas perspectivas de análise, Petrópolis, RJ: Vozes, p. 199-219, 2013.

Recebido em: 05 de abril de 2023.
Aceito em: 29 de outubro de 2023.
Publicado em: 05 de dezembro de 2023.

