

EDUCAÇÃO SUPERIOR — O “VALE TUDO” NA MERCANTILIZAÇÃO DO ENSINO

Mariluce Bittar¹

RESUMO: O texto apresenta análise sobre o processo de expansão e mercantilização da educação superior no Brasil. Com base em dados atuais do censo educacional divulgados pelo MEC, constata-se o crescimento acelerado das instituições empresariais. Há uma guerra explícita entre essas instituições que desencadeiam uma verdadeira caça aos novos alunos. A pesquisa utilizou, como fonte documental, propagandas veiculadas pela imprensa nacional, nas quais as instituições universitárias procuram atrair os consumidores com a venda de seus serviços. A fundamentação teórica respaldou-se em autores que defendem a reforma do Estado, transformando as universidades públicas estaduais em organizações sociais ou entidades públicas não-estatais e naqueles que apontam para o processo de privatização das universidades públicas e a crescente mercantilização da educação superior.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Superior; Expansão; Mercantilização.

ABSTRACT: The text presents an analysis about the process of expansion and mercantilization of higher education in Brazil. Based on current data from the educational census spread by the MEC, it is verified the quicken growth of the business institutions. There is an explicit war among these institutions that unchains a true hunting to new students. This research used, as documental source, advertisement broadcasted by national press, in which the university institutions try to attract the consumers by the sale of their services. The theoretical fundamental based on authors who defend the State reform, changing the State public universities into social organizations or non-

¹ Doutora em Educação. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação — Mestrado em Educação. Universidade Católica Dom Bosco.

state public entities and on those ones who point to the privatization process of the public universities and the increasing mercantilization of higher education.

Key-Words: Higher Education; Expansion; Mercantilization.

NA ÚLTIMA década, do século XX, transformações de toda ordem ocorreram no cenário mundial, refletindo, sem dúvida, na realidade brasileira, especialmente na educação. Em particular, os reflexos se fizeram sentir na educação superior, cujo processo de heterogeneidade e diversificação é uma realidade: hoje não existem apenas dois setores homogêneos, isto é, as instituições públicas e as privadas. No interior de cada um desses setores, há diversos segmentos de instituições que se agrupam visando a defender interesses particulares e corporativos, especialmente em relação ao setor privado, constituído por instituições empresariais / comerciais, comunitárias / confessionais e não-confessionais.

As mudanças ocorridas na educação superior são decorrentes das transformações no mundo da produção e da crise do Estado de bem-estar social que, exigem, entre outras coisas que o “Estado se desvincule da manutenção da educação superior (mantendo seu controle) e se ocupe da educação básica e média, deixando o nível superior a cargo da iniciativa privada”. (Sguissardi, 2001, p. 8).

Uma das conseqüências desse processo se reflete na competição que se instalou, nos últimos anos, entre as instituições particulares: há uma guerra² explícita, sobretudo entre as maiores universidades, que procuram abocanhar parcelas cada vez maiores de jovens à procura de um curso superior. Essa competição se revela com maior ênfase no segmento das instituições privadas empresariais / comerciais, ou privadas *stricto sensu*, isto é, aquelas pertencentes a famílias, grupos empresariais, ou um único proprietário, para quem o ensino é fonte de lucro. O segmento das instituições comunitárias (constituído por instituições confessionais e não-confessionais) busca, também, criar estratégias que visam a demonstrar para a sociedade que suas instituições são uma “alternativa de ensino”, pois oferecem ao aluno “uma formação humanista, fundada em princípios éticos da cidadania e da consolidação da democracia”.

Contudo, esta questão não se limita à esfera das instituições particulares, atinge sobretudo as instituições públicas estatais, cujos recursos provenientes do Estado estão cada vez mais escassos, já que para a política neoliberal, a educação superior pública é demasiadamente dispendiosa e onerosa aos cofres públicos. Há uma pressão por

² A “guerra” foi denunciada pela Folha de S. Paulo, com matéria intitulada: “Universidades fazem ‘vale-tudo’ por aluno — disputa pelo mercado do ensino superior no Brasil é marcada por acusações de espionagem e suspeitas de dumping.” (8 de julho de 2001, Cad. C, p. 1). A concorrência entre as instituições particulares lança mão das mais variadas estratégias: acusação de que as universidades colocam “espíões” nas concorrentes para que ofereçam descontos substanciais nas mensalidades dos alunos que quiserem se transferir; oferta de produtos (leia-se “ensino”) a preços abaixo do custo para conquistar os consumidores; construção de vários campi em diferentes pontos da cidade (próximos a metrô, centros comerciais e até parques de diversão) para facilitar o acesso/transporte e atrair alunos. Por sua vez, o MEC, por meio de sua representante, declarou, na ocasião, que “não é função do ministério regular a disputa pelo mercado do ensino superior”, interferindo “apenas na qualidade dos cursos” (Cad. C, p. 2).

parte do governo central para que “as universidades públicas sejam privatizadas ou diversifiquem suas fontes de recursos via cobrança de mensalidades, contratos de pesquisa com empresas, venda de serviços e consultorias, e ainda doações da iniciativa privada” (Ibidem). Para Silva Júnior e Sguissardi (1999), há uma visível “tendência de mercantilização da educação superior” no país, impulsionada pela proposta do extinto Ministério da Administração e da Reforma do Estado — MARE, defendida pelo ex-ministro Bresser Pereira, consistindo em “qualificar como organizações sociais pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos, cujas atividades sejam dirigidas ao ensino, à pesquisa científica, ao desenvolvimento tecnológico, à proteção e preservação do meio ambiente, à cultura e à saúde”. (Art. 1º da Lei nº 9.637, de 15/05/98).

Para Luiz Carlos Bresser Pereira e Nuria C. Grau, a denominação de “públicas não-estatais” é a melhor forma de designar instituições “produtoras de serviços sociais, como escolas, universidades, centros de pesquisa, hospitais, museus” que, por sua vez, abrirão a oportunidade de mudar o perfil do Estado, tornando-o “social-liberal”, isto é, defenda direitos, promova serviços de educação, saúde, cultura, assistência social, “e seja mais eficiente ao introduzir a competição e a flexibilidade na provisão desses serviços” (1999, p. 17). Os autores defendem a idéia de que, assim entendido, o Estado não deixa de prover o “sustento” à produção dos bens públicos; ao contrário, a transformação dos serviços estatais que tradicionalmente são de sua responsabilidade, em públicos não-estatais devem levar ao reconhecimento das “vantagens da propriedade pública não-estatal e da ampliação da democracia”. É possível, desse modo, “esperar” que essa nova esfera, constitua a maneira “por excelência através da qual a sociedade organizará seus serviços sociais e científicos de *forma competitiva*, com financiamento em parte do Estado e em parte diretamente do setor privado em forma de contribuições ou de pagamentos por serviços prestados”. Assim, “a organização de ‘quase-mercados’ entre a provisão e a produção, *ao estimular a competição*, aumenta as possibilidades de escolha dos usuários e a eficiência produtiva”. (1999, p. 34-35, grifos nossos).

Compreendida sob essa perspectiva, a reforma do Estado, não só estimula a privatização da educação superior pública³, como incentiva a expansão acelerada das instituições privadas, levando-as a um processo de competição interna, ao exigirem, entre outros, a produtividade quantitativa de docentes, e, externa, entre as próprias universidades, na luta pela sobrevivência no mercado. Para Silva Júnior e Sguissardi, as políticas educacionais, nesse contexto, passam “por um processo de mercadorização do espaço estatal ou público, sob o impacto de teorias gerenciais próprias das empresas capitalistas imersas na suposta anarquia do mercado, hoje estruturado por organismos multilaterais a agirem em toda extensão do planeta”. (1999, p. 75).

Sem dúvida, ao se acompanhar as notícias sobre educação superior na imprensa nacional percebe-se que as leis do mercado regem, com maior intensidade, as univer-

³ Um dos exemplos é o que vem acontecendo com a USP. Segundo Biondi (2001), naquela Universidade existem 32 fundações de direito privado. “Atuam por meio de cursos oferecidos nas instalações da própria universidade, do estabelecimento de convênios, ou associando seu nome ao da USP” (p. 19). Os cursos de extensão, ou de especialização cobram mensalidades que variam de 300 a 1.500 reais e, as fundações, fecham contratos envolvendo verbas públicas que poderiam ser repassadas diretamente à Universidade. O autor afirma: “cursos de extensão pagos, aluguel de espaços, verbas e pesquisas administradas por fundações de direito privado, até a mais tradicional e prestigiosa universidade brasileira vai entrando no espírito privatista” (p. 18).

sidades e instituições particulares. No dia 26 de dezembro de 2000, a Folha de São Paulo (caderno FOVEST, 2000, p. 1), publicou matéria de primeira página em seu suplemento especial, com o seguinte título:

É TEMPO DE 'CAÇA' A ALUNOS

faculdades privadas multiplicam estratégias para atrair estudantes e preencher vagas"

O texto jornalístico informa que, no final de todos os anos, mais precisamente, de outubro a janeiro, as faculdades e universidades privadas do país,

promovem uma verdadeira temporada de caça aos alunos. Processo seletivo com mais de três fases no ano, bolsas de estudos para alunos que ficaram até 15 pontos abaixo da nota de corte da Fuvest, taxa de inscrição do vestibular descontada na primeira mensalidade, datas opcionais para prestar o exame, cursos de reforço gratuitos, provas em braile. *Tudo vale* para tentar atrair o aluno e conseguir preencher o total de vagas oferecidas. (Folha de S.Paulo, FOVEST, 2000, p. 1).

Ao analisar a propaganda dos processos seletivos dessas instituições, não se tem nenhuma dúvida quanto ao "vale tudo" nesse nível de ensino. Há uma variedade de "ofertas" dispostas a atrair a "clientela"; a educação superior transformou-se num grande supermercado, em cujas prateleiras produtos e serviços disputam a atenção e o desejo dos consumidores. A afirmação pode até parecer um pouco pesada, forte demais, afinal, em se tratando de educação, alguns defendem a idéia de que é melhor ter vagas e escolas para os alunos, por pior que sejam as condições de ensino ali ofertadas, do que não tê-las. Mas, ao que tudo indica, a educação superior, apresenta, realmente, a tendência à mercantilização: com a redução, cada vez mais latente, da esfera pública estatal, há uma crescente atitude do Estado em omitir a sua responsabilidade sob serviços básicos destinados à população; a expansão crescente da educação superior privada, de corte empresarial, encontra, pois, o espaço necessário para instalar seus "negócios".

Segundo dados publicados na Edição Especial da Revista *Caros Amigos*, sob o título: "A universidade no espelho", com base em fontes do MEC/INEP/SEEC, a rede pública é responsável por apenas 35% (832.022) das matrículas, enquanto a rede privada detém 65% (1.537.923); desse total de matrículas, há uma grande porcentagem concentrada no período noturno, constituído por cursos em que não há pesquisa, restringindo-se à função de transmitir conhecimentos e sendo menos rígidos com seus alunos, pois estes são, na grande maioria, trabalhadores em tempo integral.

No Quadro I é possível visualizar esses dados.

Quadro I — Expansão x Ensino Noturno

Instituições	1985	1999	Ensino Noturno/99
Públicas	556.680	832.022	297.380
Privadas	810.929	1.537.923	1.023.678
Total	1.367.609	2.369.945	1.321.058

Fonte: Elaborado pela autora, com base em dados publicados na Revista *Caro Amigos*, 2001, p. 4.

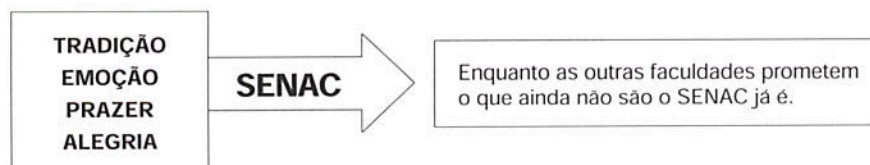
Para ampliar a análise dos dados, é importante levar em consideração o número de estudantes que disputam as vagas nas instituições públicas, mas não logram o êxito em alcançá-las: em 1985 eram 638.613 candidatos sem vagas na públicas e, em 1999, o número elevou-se para 1.587.619 (*Caros Amigos*, p. 4). Para citar um exemplo mais atual, nos exames vestibulares de 2001, as três universidades estaduais paulistas (USP, UNICAMP e UNESP) ofereceram 15.173 vagas, para 263.450 candidatos; isto significa que um enorme contingente de alunos, 248.277 (CRUESP, 2001, p. 5) não realizaram o desejo de entrar numa universidade pública e, muitos desses encontraram na iniciativa privada a única forma de obter a sua formação profissional.

A desigualdade crescente, entre o número de vagas oferecidas e o número de candidatos inscritos nos processos seletivos, somada à atual política educacional implementada no contexto da reforma do Estado,

tornou o ensino superior um mercado promissor que vem despertando interesses empresariais (...) *Para as iniciativas empresariais o que vale é oferecer um produto vendável para mais pessoas e com margens de lucro vantajosas, ainda que com baixa qualidade de ensino.* A pesquisa e a extensão, por exemplo, características não obrigatórias nas faculdades mas importantes na formação do profissional, são deixadas de lado. Recorrendo à idéia da fábrica de diplomas, o que conta no final é *ter consumidores para o produto à venda: a educação.* (Bertolucci; Gioielli, 2001, p. 2. Grifos nossos).

Nas mensagens veiculadas pelas instituições privadas, nos jornais de circulação nacional, é nítida a imagem da educação superior associada à idéia de “produto/consumo”, ou seja, é preciso influenciar, atrair, envolver os consumidores na aquisição do produto denominado “educação”.

Alguns exemplos, obtidos na pesquisa, ilustram essas afirmações:



A propaganda das Faculdades SENAC enfatiza que, ao matricular-se em um de seus cursos, o aluno estará

automaticamente ingressando no mercado de trabalho (...) No SENAC você já inicia a sua carreira. Cursos de 2 a 4 anos, com metodologia de ensino inovadora, aproximam a teoria da prática. E fazem a diferença. Afinal, as Faculdades SENAC têm dois hotéis-escola que nenhuma outra faculdade tem. (Folha de S. Paulo, Folhateen, 2001, p. 7)

Nesta mensagem, a Instituição enfatiza a sensação do “prazer”, da “alegria” e a “emoção” do aluno ao freqüentar um de seus cursos. Disciplina, estudo, dedicação e outras exigências próprias de um curso superior não são mencionadas.

Vestibular UNIDERP**A escalada para o sucesso**

(Correio do Estado, 2001, Cad. B, p. 5)

Nesta matéria de jornal, a imagem de uma jovem, com trajes típicos de um alpinista, escala o próprio símbolo da Universidade, numa representação de que, ao final da subida, certamente terá garantido o seu “sucesso” profissional, além de ter deixado para trás, muitos de seus concorrentes.

Outros exemplos demonstram que as instituições fazem “de tudo” para atrair os novos alunos: a Anhembi Morumbi anuncia os cursos modulados como “algo novo no ensino superior”; a Renascença promete que o dia de sexta-feira será “sagrado” pois se dirige ao público protestante; a Faculdade Sumaré enfatiza que não é preciso “ter medo” na hora de “decidir” por seus cursos:

GRADUAÇÃO MODULADA

Finalmente algo de novo no ensino universitário

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

A gente faz de tudo para você se dar bem

(Folha de S. Paulo, Cad. Especial, 2001, p. 11) Grifos nossos

FACULDADE SUMARÉ

Sem Medo de Decidir

(Folha de S. Paulo, Cad. Especial, 2001, p. 6-8)

RENASCENÇA FACULDADES

Para nós sua sexta-feira é sagrada!

(Folha de S. Paulo, Cad. Especial, 2001, p. 11)

Em sua propaganda, a Faculdade Sumaré enaltece alguns de seus cursos de graduação que obtiveram conceito “A” no Exame Nacional de Cursos/PROVÃO. Reproduz fotos de suas “instalações modernas e funcionais” e enfatiza que a “sofisticação” está “a serviço do futuro profissional”. Elenca alguns de seus serviços: “alunos on-line, biblioteca on-line, aula on-line, correio, arquivos didáticos, presença biométrica e a informática no dia-a-dia do aluno”. Apresenta dez argumentos para o futuro aluno ser

um profissional conceito A estudando na Faculdade Sumaré: única faculdade do Brasil com todos os cursos aprovados pelo MEC com conceito A; corpo docente formado somente por mestres e doutores; proposta pedagógica com ênfase nas necessidades do aluno; acesso à tecnologia — um computador por aluno; material didático do curso disponível na internet; programa de estágios — empregabilidade; biblioteca atualizada e informatizada; interdisciplinaridade dos cur-

sos; programa de iniciação científica; *o aluno e o mercado de trabalho como nossos principais parceiros*. (Folha de S. Paulo, Caderno Especial, 2001, p. 6-8). Grifos nossos.

A São Camilo procura se diferenciar oferecendo um “ensino com conteúdo”:

Quem faz São Camilo tem mais conteúdo
Centro Universitário São Camilo — ensino com conteúdo
Tem ISO 9002
(Folha de S. Paulo, 2001, C.A, p. 9.)

Outras instituições apelam para questões como: “educar para a cidadania”; “formar cidadão”; envolvimento do acadêmico em “ações sociais”, tornando-o um “aluno-solidário”:

BIN LADEN — ENGENHEIRO
Formar profissional é fácil, difícil é formar cidadão
HÉLIO ROCHA — FACULDADE
(Folha de S. Paulo, 2001, C.C, p. 3)

Esta Instituição espalhou out-door pela cidade de Salvador/Bahia, com a fotografia de Bin Laden ou com a do juiz Nicolau dos Santos Neto, com o objetivo de, implicitamente, afirmar aos seus futuros alunos que qualquer instituição de nível superior poderia formar um profissional como o engenheiro Bin Laden ou o advogado Nicolau dos Santos Neto, mas somente a Faculdade Hélio Rocha é capaz de “formar cidadãos”.

A SÃO MARCOS tem os melhores cursos.
E ainda dá aula de ações sociais
São Marcos — uma universidade consciente de seu compromisso social
(Folha de S. Paulo, Cad. Especial / Voluntariado, 2001, p.12)

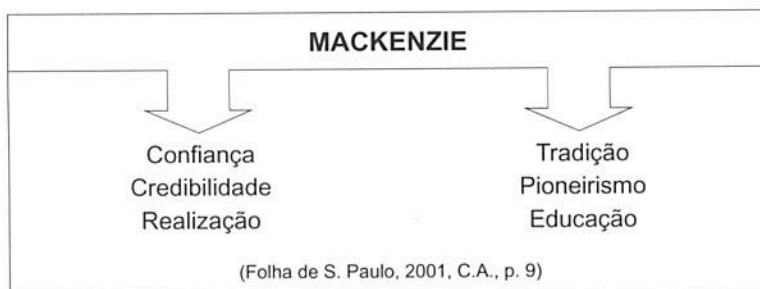
A São Marcos enfatiza:

Mais que formar bons profissionais, uma Universidade também deve dar o exemplo para a formação de cidadãos que possam construir uma sociedade mais justa. É o que a São Marcos vem fazendo há anos, com ações como estas: Inscrição Solidária, Trote Solidário, Todos Contra a Fome, Comunidade Solidária, Parceiros da Criança, Portadores de Necessidades Especiais. (Folha de S. Paulo, Cad. Especial / Voluntariado, 2001, p. 12)

EDUCAR PARA A CIDADANIA
Vocação e compromisso do SENAC

 (Folha de S. Paulo, Cad. Especial/ Voluntariado, 2001, p.12)

Na propaganda do SENAC o argumento utilizado sintetiza-se na seguinte questão: "Quantas organizações podem afirmar que educação e cidadania representam a 'alma do seu negócio'? O SENAC pode. Educar para a cidadania é a sua vocação".



O Mackenzie, em uma de suas inserções nos jornais, apresenta uma família saudável e alegre, com a definição do verbete "educação" e um texto que visa a demonstrar o seu diferencial:

O Mackenzie, há mais de 130 anos, é um pólo de formação integral de pessoas. O pioneirismo e a tradição da Instituição Presbiteriana Mackenzie deram origem ao que hoje existe de mais avançado na educação brasileira. Da educação infantil à pós-graduação, estudar no Mackenzie é mais do que adquirir informação. É obter uma excelente formação pessoal e profissional. Mackenzie. Tradição e Pioneirismo desde 1870. (Folha de S. Paulo, Cad. Especial / Voluntariado, 2001, p. 11).

Algumas universidades utilizam a estratégia da concessão de bolsas de estudo (parciais ou integrais), descontos em mensalidades e gratuidade na inscrição do processo seletivo:

NÃO É TROTE
A Universidade Cruzeiro do Sul oferece bolsa de estudo integral em todos os cursos

 (Folhateen, 2001, p. 5)

Com várias fotos de seus laboratórios equipados com vários computadores, ambiente agradável da biblioteca, prédios novos e arejados, a UNICSUL ressalta que

todos os candidatos que atingirem a nota mínima de 75% no Vestibular (...) têm direito a bolsa integral. Isso vale para todos os cursos, sem exceção. Além disso, os cursos de História e Música já são gratuitos, para todos os alunos aprovados no

Vestibular 2002. Com esta iniciativa inédita de possibilitar estudo gratuito a todos os candidatos, a UNICSUL premia o desempenho dos melhores alunos e estimula a arte e a formação de professores e historiadores no Brasil. (Folha de S. Paulo, Folhateen, 2001, p. 5).

UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ

Uma bolsa-salário para os melhores colocados no vestibular

(FOVEST, 2000, p. 3)

UNIP

Isenção de taxa de vestibular para quem fez as provas do ENEM

(FOVEST, 2000, p. 3)

A Universidade explica ao candidato que, se a nota que ele obteve no ENEM for maior do que a média na prova da UNIP, vale a média aritmética das duas. Se for pior, a nota do ENEM é desprezada.

A matéria jornalística que acompanha os dois anúncios da Estácio de Sá e da UNIP, informa que muitas universidades e faculdades particulares utilizam a estratégia de “usar processos seletivos que chegam a dar até cinco oportunidades para o aluno ingressar nos cursos superiores”. Cita, entre elas:

- UNIP — ofereceu isenção de taxa para quem fez o ENEM;
- UNICID — preparou provas especiais para deficientes visuais;
- Universidade de Guarulhos — criou o PAEM, Programa de Avaliação do Ensino Médio. “Os alunos que tirarem nota acima da média podem fazer reserva de matrícula, sem precisar prestar o vestibular”;
- UNIBAN — oferece bolsas de estudos para alunos do primeiro ano e algumas bolsas especiais, como para policiais ou para alunos que tiveram média geral oito no último ano do ensino médio;
- Universidade Estácio de Sá — oferece uma bolsa-salário para os melhores colocados;
- Anhembí Morumbi — oferece colocação no mercado de trabalho enquanto o aluno estiver na faculdade;
- Faculdade Domus — oferece bolsa integral por seis meses para os melhores colocados;
- Uninove — oferece aulas de reforço para os alunos provenientes de escolas públicas (FOVEST, 2000, p. 3).

Em relação à UNIP e à Universidade Estácio de Sá, é importante destacar o processo de crescimento vertiginoso pela qual passaram, destacando-se entre as demais instituições particulares. Segundo dados referentes ao ano de 2000, apresentados pelo censo da educação superior no Brasil e divulgados pelo MEC em novembro de 2001, as instituições particulares detêm 67% das matrículas, enquanto o setor público possui

33%, divididos em: 18% nas instituições federais, 12% nas estaduais e 3% nas municipais. No Quadro II pode-se visualizar melhor o contexto da expansão, notadamente no setor privado:

Quadro II — Expansão do Ensino Superior no Brasil

Instituições	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Públicas	700.540	753.427	759.182	804.729	752.022	887.026
Privadas	1.059.163	1.133.102	1.186.433	1.321.229	1.537.923	1.807.219
Total	1.759.703	1.886.529	1.945.615	2.125.958	2.289.945	2.694.245

Fonte: Folha de S. Paulo, nov. 2001, Cad. C, p. 1.

Menos de um mês depois de publicar os resultados do censo relativo ao ano de 2000, a Folha de São Paulo veiculou outra matéria, de duas páginas inteiras, sobre os “donos da educação” superior no Brasil. Sob o título “Conglomerados dominam o ensino superior”, é apresentado um quadro sobre as dez maiores universidades brasileiras, em número de alunos matriculados:

Quadro III — Número de Matrículas em Cursos de Graduação

1991			1999			2000		
Instituições	Estado	Total	Instituições	Estado	Total	Instituições	Estado	Total
USP*	SP	31.678	Unip***	SP	53.011	Unip***	SP	66.268
PUC-RS***	RS	20.182	USP*	SP	36.411	USP*	SP	34.801
UFRJ**	RJ	20.104	UniSinos***	RS	28.399	Estácio***	RJ	34.005
UniSinos***	RS	18.807	UFRJ**	RJ	27.933	Ubra***	RS	31.912
UFPB**	PB	18.293	Ubra***	RS	24.992	UniSinos***	RS	29.015
PUC-Camp.***	SP	18.155	PUC-MG***	MG	23.840	UFRJ**	RJ	28.207
Gama Filho***	RJ	18.037	PUC-RS***	RS	23.591	PUC-MG***	MG	26.594
Unesp*	SP	17.843	Estácio***	RJ	23.587	PUC-RS***	RS	23.574
UFPA**	PA	17.455	Unesp*	SP	22.538	UFPB**	PB	23.391
Uerj*	RJ	17.356	UFPB**	PB	22.296	UFPB**	PB	23.344

Fonte: *Estadual; **Federal; ***Particular. Fonte: MEC/Inep, apud Folha de S. Paulo, 2 dez. 2001, C. C., p. 1.

Como se pode observar, a Universidade Paulista — UNIP, no topo da classificação, com mais de sessenta mil alunos matriculados no ano de 2000, não aparecia entre as dez primeiras colocadas no ano de 1991, mas, já em 1999 seu nome constava em primeiro lugar. A Estácio de Sá, que também não constava da lista de 1991, em 1994 assumiu a oitava colocação para, em 2000, figurar como a terceira maior universidade brasileira.

Entre as instituições públicas, apenas a Universidade de São Paulo — USP, conseguiu manter-se entre as quatro primeiras: em 1991 ocupava a primeira colocação e, nos anos de 1999 e 2000 figurou em segundo lugar, porém, neste último ano apresentou um decréscimo de quase dois mil alunos e, com apenas oitocentas matrículas a mais que a Estácio de Sá, ocupante do terceiro lugar.

Em relação às universidades públicas paulistas, há que destacar, ainda, a UNESP, oitava e nona colocação em 1991 e 1999 respectivamente para, em 2000, ocupar o décimo lugar, mesmo registrando um significativo aumento no número de alunos: de 17.843, em 1991, para 23.344 em 2000. Em relação às universidades federais, a UFRJ também apresentou uma substancial expansão no período de dez anos: com pouco mais de vinte mil alunos, em 1991 ocupava a terceira colocação; em 2000, mesmo com o número de mais de vinte e oito mil matriculados, baixou para o sexto lugar.

Das universidades comunitárias, destaca-se a PUC-RS que, em 1991, ocupava a segunda colocação, com mais de vinte mil alunos para, em 1999 e 2000 baixar para sétimo e oitavo lugar, obtendo um aumento, no período de dez anos, de mais de três mil acadêmicos. A UNISINOS registrou uma expansão bem maior de matrículas: de dezoito mil alunos em 1991 - quarto lugar — para vinte e oito mil em 1999, passando para a terceira colocação e, em 2000, ocupou o quinto lugar, com mais de vinte e nove mil alunos.

Para se ter uma noção da concentração de matrículas por tipo de instituição, entre as dez primeiras colocadas, é possível reagrupar os quadros anteriores da seguinte forma:

Quadro IV — Expansão x Natureza das Dez Maiores Universidades Brasileiras

INSTITUIÇÕES	1991	1999	2000
PÚBLICAS	USP, UFRJ, UFPB, UNESP, UFPA, UERJ	USP, UFRJ, UNESP, UFPB	USP, UFRJ, UFPB, UNESP
Nº de matriculados	112.729	109.178	109.743
COMUNITÁRIAS	PUCRS, UNISINOS, PUCAMP	UNISINOS, PUCMG, PUCRS	UNISINOS, PUCMG, PUCRS
Nº de matriculados	57.144	75.830	79.193
EMPRESARIAIS	GAMA FILHO	UNIP, ULBRA, ESTÁCIO	UNIP, ESTÁCIO, ULBRA
Nº de matriculados	18.155	101.580	132.185
TOTAL	188.029	286.588	321.121

Fonte: Elaborado pela autora, com base em dados da Folha de S. Paulo, 2 dez. 2001, C. C., p. 1.

Constata-se, portanto, que entre as quatro maiores universidades brasileiras, três empresariais detêm a primeira, a terceira e a quarta colocação. Em 1991, apenas a Universidade Gama Filho aparecia entre as dez maiores instituições, mas, em 1999 e 2000 ela perde lugar para a UNIP, cujo aumento foi de 25% de um ano para o outro, a Estácio de Sá, com um crescimento de 41,6% de 1999 para 2000 e a Universidade Luterana do Brasil — ULBRA, com 27,6% de expansão nesse mesmo período. (Folha de S. Paulo, 2001, C.C, p.3).

O proprietário da Estácio de Sá causou polêmica, em 2001, ao declarar que as instituições particulares não fazem pesquisa porque esta

não vale nada. A gente olha todo mundo fazendo tese, pesquisa e tal, mas não tem nenhuma sendo aproveitada. É uma inutilidade pomposa, é uma perda de tempo federal. As faculdades não fazem pesquisa porque não querem jogar dinheiro fora. (apud Folha de S. Paulo, 2001a, C.C., p. 1)

Em outro momento da entrevista, concedida ao jornal Folha Dirigida, o fundador da Universidade afirmou seu desinteresse pela educação e enfatizou:

Eu sou uma pessoa interessada na Estácio de Sá, isso é que importa. Estou interessado no Brasil? Não. Na cidadania? Também não. Estou interessado na Estácio de Sá, uma instituição que quer dar o melhor ensino possível às pessoas. (apud Folha de S. Paulo, 2001a, C.C, p. 1).

Já para o proprietário da UNIP (e também do Colégio Objetivo), detentora do maior número de matrículas na educação superior do país, é “natural” que a Universidade seja a maior do país, já que o “Colégio Objetivo é o maior do Brasil” (Folha de S. Paulo, 2001a, C. C, p. 1). Segundo informou ao jornal, “sua” Universidade registrou, em 2001, 78.000 alunos matriculados nos cursos de graduação, o que representa de 2000 para 2001 uma expansão de quase doze mil estudantes. Mas, para ele,

o ensino superior privado já não é tão lucrativo quanto se pensa (...); 2002 será um ano muito difícil (...) devido à enorme competitividade decorrente da abertura de novas vagas, ao aumento de 50% das vagas nas faculdades já existentes e ao crescimento vertiginoso da inadimplência. (Folha de S. Paulo, 2001a, C.C, p. 3).

Concluindo

Embora os proprietários das universidades particulares reclamem da inadimplência e da concorrência das outras instituições, a expansão desse tipo de ensino continua a registrar altos índices. Mais do que isso: as maiores universidades instalam-se também fora de seus estados de origem, procurando regiões cujos mercados ainda não estejam tão competitivos.

O novo Plano Nacional de Educação incorporou e reafirmou o processo de mercantilização da educação superior ao defender “a ampliação da margem de liberdade das instituições não-universitárias” e o processo de diversificação para atender as diferentes demandas e funções da educação superior. Ressaltou também que nem todas as instituições são “vacionadas” para a pesquisa; atribuiu às universidades o papel de desenvolver as funções que lhes foram definidas pela Constituição: ensino, pesquisa e extensão (Lei nº 10.172, de 9/01/2001).

A julgar pelo material analisado neste texto e, com base na entrevista do proprietário da Estácio de Sá, as universidades particulares continuarão investindo em pesquisa e pós-graduação apenas o estritamente necessário para garantir o seu próprio processo de credenciamento no MEC. Para além das exigências legais continuarão veiculando e vendendo seus serviços educacionais num mercado em plena expansão para os seus negócios.

Esta postura atende às orientações do Banco Mundial para os países pobres, isto é, “a idéia de que a pesquisa é coisa para países ricos, que já teriam os recursos materiais e humanos para desenvolvê-la. Aos países pobres cumpriria a tarefa de ampliar mais qualificadamente a massa de consumidores”. (Dias Sobrinho, 1999, p. 63).

Assim pensada, a educação superior na perspectiva da iniciativa privada, continuará vendendo sonhos de sucesso profissional ao enorme contingente de alunos

concluintes do ensino médio, cujas perspectivas de vida e de ingresso no mercado de trabalho encontram na obtenção de um diploma de nível superior uma das únicas saídas. Mas, infelizmente para eles, os proprietários das instituições universitárias nas quais poderão ingressar os vêem como fonte de lucro e manutenção de seus negócios no mercado educacional.

REFERÊNCIAS

- BIONDI, A. Nem a USP escapa. **Caros Amigos**, São Paulo, n. 9, p. 18-19, nov. 2001. Edição especial.
- CONGLOMERADOS dominam ensino superior. Folha de S. Paulo, São Paulo, 2 dez. 2001^a. Cad. C, p. 1.
- CORREIO DO ESTADO. Campo Grande, 7 nov. 2001. Cad. B. p. 5.
- DIAS SOBRINHO, J. Avaliação e privatização do Ensino Superior. In: TRINDADE, H. (org.). **Universidade em ruínas — na República dos professores**. Rio de Janeiro: Vozes; Rio Grande do Sul: CIPEDS, 1999. p. 61-74.
- CRUESP. **Expansão do Sistema Estadual Público de Ensino Superior**. São Paulo: USP/UNESP/UNICAMP, 2001.
- ESCOLAS privadas geram crises no conselho. Folha de S. Paulo. São Paulo, 2 dez. 2001. Cad. C., p. 3.
- FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, p. 5-12, 13 maio 2001. Caderno especial
- _____. 5 nov. 2001. Cad. A, p. 9.
- _____. 17 nov. 2001. Cad. C, p. 3.
- FOLHATEEN. Folha de S. Paulo, São Paulo, p. 5, 5 nov. 2001.
- GIOIELLI, R.; BERTOLUCCI, J. Quando o ensino é uma mercadoria. **Caros Amigos**, São Paulo, n. 9, p. 25, nov. 2002. Edição Especial.
- _____. O ensino superior em números. **Caros Amigos**, São Paulo, n. 9, p. 4, nov. 2001. Edição especial.
- LEI nº 9.637, de 15/5/98. **Documenta**, Brasília, p. 353-364, n. 440.
- LEI nº 10.172, de 9/01/2001. **Diário Oficial da União**, Brasília, 10 jan. 2001. Seção 1.
- MATRÍCULA no ensino superior cresce 14%. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22 nov. 2001. Cad. C, p. 1.
- PEREIRA, L. C. B.; GRAU, N. C. Entre o Estado e o mercado: o público não-estatal. In: _____. (orgs.). **O público não-estatal na reforma do Estado**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999. p. 15-48.
- SGUISSARDI, V. Do jeito que o Banco Mundial gosta. **Caros Amigos**, São Paulo, n. 9, p. 8-9, nov. 2002. Edição Especial.
- SILVA JR, J. R.; SGUISSARDI, V. **Novas faces da educação superior no Brasil**. Bragança Paulista: EDUSEF, 1999.
- É TEMPO de caça a aluno. FOVEST. In: Folha de S.Paulo. São Paulo, p. 1, 26 dez. 2000.

UNIVERSIDADES fazem “vale-tudo” por aluno. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 8 jul. 2001. Cad.C., p. 1.

UNIVERSIDADES têm até cinco vestibulares durante o ano. FOVEST. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, p. 3, 26 dez. 2000.

VOLUNTARIADO. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 28 out. 2001. Caderno Especial, p. 11-12.