



AS REDES INTERNACIONAIS E O FUTURO DO ENSINO SUPERIOR

Maria Beatriz de Carvalho Melo Lobo

Roberto Leal Lobo e Silva Filho

O ensino superior brasileiro, após um longo período de estagnação e um crescimento médio, até 1996, de cerca de 1,3% ao ano, passou por um amplo processo de crescimento, chegando a atingir 17% em 2000. Este período se caracterizou pela ampliação do setor privado.

Ao contrário do que fizeram, por exemplo, os Estados Unidos (que criaram centenas de faculdades regionais públicas - os *community colleges*), o sistema público brasileiro cresceu em duas direções: as universidades de pesquisa (nem sempre fazendo jus à denominação) e os centros de formação tecnológica (como alternativa profissionalizante atendendo à população em geral menos favorecida) .

O sistema público não quis atuar no setor das profissões tradicionais, com cursos mais baratos, noturnos, poucos professores titulados e prioritariamente em tempo parcial, e as instituições privadas, a maioria particulares, acabaram por assumir, com este modelo, a formação superior, suprindo uma demanda, em geral, academicamente menos preparada e financeiramente mais frágil.

Este mercado se tornou promissor para grupos, alguns com capital internacional, que viram aí uma oportunidade para expandir fortemente suas fronteiras.

Embora a expansão do ensino superior tenha se reduzido significativamente a partir de 2007 – o que pareceria desaconselhar novos investimentos na área - para esses grupos as condições ainda se mantêm atraentes, uma vez que sua expansão em altos índices vem sendo mantida pela compra de universidades e de faculdades regionais, muitas vezes familiares e/ou com gestão pouco profissionalizada.

O ensino superior de massa torna-se um negócio atrativo para as grandes redes pela possibilidade de ganhos de escala pelo incremento do número de alunos, atraídos pelos preços de mensalidade e do material didático, localização e altos investimentos em marketing agressivo.



O mesmo se deu, por exemplo, com as redes de supermercado que se expandiram, sem necessariamente se expandir o mercado consumidor, se bem que lojas de especiarias permaneçam vivas, o que no ensino superior corresponde às instituições focadas, com mensalidades altas, tecnologia de ponta, professores bem pagos e marcas muito valorizadas.

Cabe buscar resposta a uma pergunta importante: esse grande mercado de massa que o Brasil precisa formar em nível superior (não em universidades de pesquisa!) deve ser atendido basicamente por este novo modelo de organização de grandes redes, sejam elas criadas/mantidas, ou não, com apoio dos *private equity funds*?

Se a resposta for sim, deveríamos ser capazes de provar a seguinte tese: a busca de redução sistemática de custos e a alta remuneração do capital permitem um ensino de qualidade e explicar, então, porque o setor público gasta tanto para atender a tão poucos e não cria suas próprias redes nesses moldes.

Se não, precisamos apontar soluções, com urgência, para evitar as consequências nefastas para o futuro da qualidade e da abrangência do ensino superior, pois, diferentemente do que ocorre na produção de bens ou na prestação de outros serviços, seus resultados demoram a aparecer e não é possível devolver o “produto que apresentar defeito de fabricação”.

Texto publicado na Folha de São Paulo, de 24 de setembro de 2010,
e inserido no site em março de 2011.