

## Um novo ponto de vista

Marta Avancini

*Alunos, pais e sociedade em geral mudam visão sobre as instituições particulares que, na última década, conquistaram espaço e credibilidade.*

Em dez anos, a educação superior brasileira mudou radicalmente. O processo de expansão da rede particular, iniciado na década de 90, diferenciou o perfil dos alunos da graduação, incluiu 74% deles nas instituições privadas e diversificou a oferta de cursos. Entre tantas mudanças, uma delas pode passar despercebida ao se analisar os dados do setor: a mudança na imagem que a sociedade, em geral, tem das instituições particulares.

Se há uma década os gestores dessas instituições tinham de se preocupar em reafirmar a qualidade do trabalho que desempenhavam, hoje essa tarefa não é mais tão árdua. Com as transformações que ocorreram, de maneira acelerada, na sociedade e no mercado de trabalho, os cursos particulares também passaram a ser reconhecidos por sua capacidade de formação. Ao mesmo tempo, a sociedade, que antes só tinha a rede pública como opção, agora pode escolher entre diversos tipos de instituições, de acordo com suas necessidades.

Para a socióloga Adélia Franceschini, diretora-presidente da empresa de pesquisa Franceschini Análises de Mercado, esses são alguns dos motivos para que o setor particular ganhe cada vez mais credibilidade. Segundo ela, a expansão da rede privada de ensino superior não acarretou uma mudança imediata na imagem do setor por causa do caráter elitista da cultura brasileira. "Com a multiplicação das instituições particulares, a oferta de vagas no ensino superior se democratizou, mas a atuação da iniciativa privada na educação não é bem-vista, até porque temos uma cultura bastante elitista, pois, no Brasil, a educação sempre se destinou aos mais ricos", reflete.

Hoje, porém, a situação é um pouco diferente, analisa Adélia, porque são várias as trajetórias profissionais possíveis. A universidade pública tende a ser mais procurada por quem quer seguir vida acadêmica. Em contrapartida, quem busca uma carreira de sucesso numa empresa, por exemplo, tende a preferir uma instituição privada de boa reputação.

Essas escolhas estão relacionadas ao tipo de formação desejado e ao tipo de conteúdo oferecido. "O currículo acadêmico das instituições públicas tende a ser mais estático, ele não pode ser alterado com facilidade", diz Adélia. Já o ensino superior privado possui uma natureza diferente e se mostra mais ágil e afinado com as demandas e necessidades do mercado de trabalho. "São dois tipos de instituição, duas maneiras distintas de inserção na sociedade", constata.

Soma-se a isso a capacidade de atendimento das instituições públicas ser limitada: elas são responsáveis por cerca de 25% das vagas oferecidas, de acordo com os dados oficiais. Além disso, as universidades federais, o maior segmento do sistema público, enfrentaram problemas orçamentários a partir da segunda metade da década de 1990, com forte impacto sobre custeio, investimentos e em pessoal (especialmente, salário de docentes). Esse conjunto de fatores leva à relativização da marca de qualidade associada ao segmento público.

Esse contexto de mudanças no posicionamento de imagem, tanto do setor privado quanto do setor público, começa a ser constatado por meio de dados concretos. Pesquisa divulgada recentemente pela CNI/Ibope aponta que 70% dos entrevistados consideram ótimo/bom o ensino das instituições particulares, ante 55% que atribuem essas qualificações à formação ministrada pelas universidades públicas. A pesquisa ouviu aproximadamente duas mil pessoas. Embora o universo seja restrito - ainda que representativo das cinco regiões brasileiras -, o

resultado é uma indicação de que o conceito de credibilidade começa a ser associado ao setor de ensino superior privado.

Ao mesmo tempo, despontam no setor privado algumas instituições estruturadas a partir de padrões de qualidade bastante elevados, tornando-se uma opção real para a classe média alta. "O jovem não quer mais, necessariamente, ir para a universidade pública onde seu pai estudou", pontua Cristina Panella, doutora em sociologia com ênfase em comunicação pela Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais (EHESS) de Paris, França, e presidente da CDN Estudos & Pesquisa. "Os critérios de avaliação dos alunos estão sendo mais orientados pela combinação da qualidade com oportunidade", analisa.

Adélia Franceschini tem uma percepção semelhante com relação às opções feitas pelos jovens em relação à formação de nível superior. "Não se escolhe mais faculdade como se fazia nos anos 1970, 1980. Naquela época, interessava ir para 'a melhor'. Hoje, 'o que eu quero fazer' pesa mais." Desse modo, continua a socióloga, escolhe-se a instituição com base nos interesses e na conveniência (localização e preço, basicamente).

Dentro dessa dinâmica, as instituições particulares se delineiam como uma opção, orientada pelo projeto profissional e pelos interesses dos alunos.

Isso porque, paralelamente à ampliação da oferta de vagas no segmento particular durante a última década, houve um processo de diversificação da oferta de cursos e de possibilidades de formação: em suma, existem cursos que interessam ao mercado e aos jovens e que são ofertados, predominantemente, na rede particular, inclusive em áreas de ponta, como tecnologia da informação, e em novas profissões nas áreas de moda e gastronomia, dentre outras. Todo esse contexto abre possibilidade para uma percepção mais positiva das instituições particulares, sobretudo em meio aos jovens.

#### Aval do mercado

Na interação com as redes sociais, as instituições particulares de ensino têm obtido algum sucesso, mostrando-se mais ágeis do que as públicas em vários sentidos. Este é o caso dos MBAs, que começaram a ser oferecidos pelas instituições particulares e somente num segundo momento chegaram à rede pública. "Os MBAs foram impulsionados pelo mercado. Não possuem o aval do MEC, mas sim do mercado", analisa Cristina Panella, presidente da CDN Estudos & Pesquisa.

Na opinião dela, o fato de as instituições particulares terem começado a oferecer cursos de especialização qualificados como os MBAs agregam potencial de imagem positiva ao sistema, pois primam pela qualidade, exigindo altos investimentos, especialmente no corpo docente.

Para a socióloga Adélia Franceschini, a sintonia com o mercado é o caminho para o sucesso das instituições. Isso significa ampliar a capacidade de leitura da sua parcela do mercado e de manter a afinidade com as suas necessidades. Não quer dizer, necessariamente, que todas as instituições particulares têm de se transformar em centros de formação dos filhos das classes A e B. "Mais importante do que tudo é definir com clareza a missão de cada instituição. E não há nada errado em atender estudantes vindos das classes sociais menos favorecidas", diz.

Essa sintonia, essa capacidade de acompanhar as movimentações e mudanças que se operam na sociedade como um todo e no mundo do trabalho, parece, de fato, ser uma das chaves para compreender as organizações de sucesso, dentre as quais se incluem as instituições de ensino. De acordo com o professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP) Paulo Nassar, na sociedade contemporânea, a reputação é construída nas redes sociais. As redes consistem em uma nova forma de organização social, na qual, graças à

difusão das tecnologias de comunicação, as organizações e instituições (empresas, igreja etc.) perdem a centralidade, já que ocorre uma democratização dos espaços e meios de expressão.

Dentro dessa nova estrutura, os indivíduos produzem pressão, afirma Nassar. "Independentemente do local que ocupa na hierarquia, uma organização precisa adotar uma postura dialógica", afirma. Ou, nos termos do professor, que também é diretor-presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), é preciso se sentar numa "mesa-redonda", metáfora utilizada para explicar a necessidade de as instituições de ensino superior - bem como as demais organizações - se abrirem e interagirem com as demandas e necessidades dos vários segmentos que compõem a sociedade. É nessa interação que se constrói a imagem positiva, a credibilidade e a boa reputação.

Não adianta, então, propagar falsos valores - por exemplo, fazer propaganda vendendo ensino de qualidade sem dispor de infra-estrutura adequada e sem ações efetivas de valorização dos professores. "A imagem não é algo que se alimenta da retórica, ela deve ser alinhada a uma prática", afirma Nassar. Assim sendo, na medida em que as instituições incorporam valores e perspectivas consideradas relevantes pela sociedade, isso agrega um conceito de qualidade à sua imagem. Por exemplo, organizações que investem nos processos de trabalho e que valorizam a vida são percebidas positivamente.

De fato, uma pesquisa realizada pela **Empresa Jr. da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)**, sob coordenação do professor **Francisco Gracioso**, aponta para a direção de que as instituições particulares estão sendo percebidas positivamente. O estudo revela que os alunos de cursos superiores públicos e particulares relativizam a idéia de que somente as instituições públicas oferecem uma formação de qualidade. Na pesquisa, realizada com 200 pais e filhos, os jovens fazem uma avaliação mais positiva do que os pais sobre o ensino nas instituições particulares: para 44% dos alunos a qualidade de ensino nas particulares é igual ou melhor do que nas públicas, ante 33% dos pais. Em aspectos como instalações e inovação, a maioria dos pais e dos filhos prefere as particulares em vez das públicas.

Contudo, a percepção positiva em relação à qualidade das particulares não se constrói no vazio. Ao contrário, ela requer lastro em ações concretas que resultem num ensino de qualidade e eficiente - ou seja, que atenda às expectativas e necessidades de formação e de inserção no mercado de trabalho dos alunos. O lastro, na opinião do presidente da Associação Nacional dos Centros Universitários (Anaceu), Paulo Cardim, está diretamente relacionado ao vínculo da instituição com a educação. "As que têm raízes com a educação, compromissos com a qualidade e gestão acadêmico-administrativa eficiente e eficaz vão se consolidar e permanecer no sistema, com uma clientela crescente ou estável", prevê.

Para o presidente da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (Abmes) e secretário-executivo do Fórum das Entidades Representativas do Ensino Superior Particular, Gabriel Mario Rodrigues, "conceder diploma não basta". "O êxito no exercício pes-soal, social e profissional dos egressos é o que valida as ações de uma instituição", afirma. Ou, como argumenta Cristina Panella, a "memória afetiva" é um fator importante no processo de escolha de uma instituição de ensino e, nessa medida, os ex-alunos constituem-se numa espécie de patrimônio, já que são a materialização da qualidade do ensino.

"É preciso manter um olho no futuro e outro no passado", sintetiza o professor-doutor da Escola de Comunicações e Artes da USP Paulo Nassar. Isso é importante, explica ele, porque a idéia de qualidade está relacionada à percepção de tradição. E, no caso das instituições de ensino, os profissionais formados por elas representam a tradição.

## Formar para a elite

Em meio às instituições de ensino superior particulares, algumas optaram pelo "diferencial explícito" de qualidade, analisa o professor Roberto Leal Lobo. Isto significa bons estudantes, infra-estrutura de qualidade, professores com alta titulação e mensalidades caras. "São instituições que operam para as classes A e B e que tendem a formar uma parte significativa da elite brasileira, como ocorre, por exemplo, nos Estados Unidos", prevê.

O presidente da Abmes, Gabriel Mario Rodrigues, constrói um raciocínio na mesma linha. "Hoje o que prima é migração de cérebros para as instituições que procuram se diferenciar pela excelência, como nos modelos de Harvard, Stanford, Princeton, dentre outras." Embora se destaquem, essas instituições optaram por um modelo que não se aplica necessariamente à educação superior particular como um todo. Conforme lembra Lobo, elas atuam em nichos específicos e se voltam, nitidamente, para o setor das ciências humanas aplicadas. "Não se vê a mesma presença competitiva do setor privado nas universidades, devido às dificuldades enfrentadas para atender à legislação em todos os cursos, com professores em tempo integral, titulação dos docentes e realização da pesquisa e da extensão de forma integrada com o ensino", afirma.

Ao mesmo tempo, o investimento em segmentos específicos, associado à oferta de uma formação de qualidade, está impulsionando o crescimento de muitas instituições, analisa Adélia Franceschini, na medida em que criam um diferencial sintonizado com as demandas do mercado.

Paulo Cardim, presidente da Ana-ceu, acredita que esse processo terá impacto positivo sobre o sistema particular. "Essa tendência é altamente positiva, porque converge para uma educação superior de qualidade, formando quadros altamente qualificados para funções importantes no desenvolvimento socioeconômico do país."

É o valor agregado à tradição que consolidou a boa imagem de algumas instituições particulares que, ao longo do século passado, construíram uma boa imagem pública baseada em uma formação de excelência. Tal processo não se faz por si só; leva tempo e, além disso, requer investimento em treinamento, desenvolvimento de ementa de cursos, dentre outros fatores que impulsionam a qualidade da formação, aponta Adélia Franceschini. "As instituições antigas construíram esse patrimônio ao longo do tempo. As instituições novas terão de fazer isso por meio de processos que assegurem a constituição de sistemas de ensino de qualidade", diz a socióloga.

Na opinião do presidente do Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo (Semesp), Hermes Ferreira Figueiredo, são três as principais preocupações que se colocam para o setor particular no momento atual. "Primeiro, um processo de avaliação consistente e produtivo, que garanta a melhoria crescente da qualidade de ensino; depois, o aprimoramento na gestão das nossas instituições; e, finalmente, a firme disposição, sempre presente, de adotarmos comportamentos éticos e de praticarmos responsabilidade social na oferta do ensino superior", avalia.

Não se pode atribuir o selo de qualidade exclusivamente à rede pública ou à particular, alerta Gabriel Mario Rodrigues, presidente da Abmes.

A questão que se coloca é a necessidade de diversificar as opções de formação, sintonizando-as com o alunado. O diretor-presidente da Aberje, Paulo Nassar, defende, por exemplo, que as instituições públicas precisam "se empresariar", na medida em que já começam a ser associadas a disfunção e desperdício.

A mudança de cenário e de papéis pode ser, na opinião do presidente da Abmes, uma oportunidade para superar a idéia de que existe uma "queda-de-braço" entre os setores privado e público. "Cada um desses atores tem papel fundamental na democratização do acesso ao ensino superior e, em muitas situações, seria possível estabelecer uma política de cooperação, como já se vê em algumas partes do Brasil, como no Estado do Pará", diz Rodrigues.

Para o pesquisador Carlos Benedito Martins, da UnB, o momento atual exige a formulação de um novo "pacto acadêmico", em que o sistema como um todo recupere a capacidade de operar e que se intensifique a sinergia entre eles, de modo que o sistema privado não perca de vista as necessidades e demandas do país e que as universidades públicas se tornem mais dinâmicas.

No final, o que se vê é a preocupação em, mesmo com mudanças, ofertar um ensino de qualidade. A maior recompensa é quando a sociedade associa esse valor a um setor ou a uma instituição.

Como medir a qualidade

Um estudo realizado pela Franceschini Análises de Mercado aponta que a qualidade do corpo docente é o principal atributo relacionado à qualidade das instituições particulares. Este aspecto foi mencionado por 66% de um universo de 1.072 pessoas (professores, pessoal de recursos humanos e alunos). Outros fatores citados são ter uma boa infra-estrutura (52%) e ter um bom conceito no Ministério da Educação (27%). A seriedade e a solidez vêm na seqüência, com 27% e 24% das respostas, respectivamente.

O presidente da Abmes, Gabriel Mario Rodrigues, pontua, contudo, que qualidade é um conceito em construção. "Não podemos definir um único modelo e submeter todas as instituições aos mesmos critérios. Devemos avaliar o processo e não somente o resultado", propõe. Sob esta perspectiva, ele avalia que, de maneira geral, houve uma grande melhora no setor particular nos últimos anos. "Além da estrutura física, há uma nítida preocupação com qualificação do corpo docente e pesquisa."

Nessa linha de raciocínio, o presidente da Anaceu, Paulo Cardim, defende que as instituições privadas realizem periodicamente uma auto-avaliação, pois, na visão dele, o resultado das avaliações do Ministério da Educação não traduz, necessariamente, a qualidade dessas instituições. "O Enade está caminhando para se tornar um indicador de qualidade de curso, com desprezo, por parte do Ministério da Educação, dos processos regulares do Sinaes", pontua Cardim.

Paralelamente, a presidente da CDN Estudos & Pesquisa, Cristina Panella, diz que observa um aumento da preocupação das instituições com a construção de uma imagem de qualidade nos últimos cinco anos, o que representa uma mudança de postura de seus dirigentes. Ela relata, com base na sua experiência profissional, que no passado havia forte resistência às questões relacionadas à comunicação, por exemplo, por se considerar que elas estavam associadas a uma perspectiva de mercantilização do ensino. Hoje, a situação é diferente e há mais abertura para essas questões, o que significa uma maior preocupação com a percepção que a sociedade tem da instituição.

AVANCINI, Marta. Um novo ponto de vista . **Ensino Superior**, out. 2008. Disponível em: <<http://revistaensinosuperior.uol.com.br>>. Acesso em 1 out. 2008

**A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais**