

## **Universidade, mercado e necessidade social**

*Candido Mendes*

*Presidente Do Senior Board Do Conselho Internacional De Ciências Sociais - Unesco, Membro Da Academia Brasileira De Letras E Da Comissão De Justiça E Paz*

A nova década desponta com um interesse internacional crescente na expansão das universidades brasileiras. E são fundos de aposentadoria de Stanford e Yale que buscam suas aplicações entre nós, num teste da tranquilidade e da segurança do retorno desses dinheiros a longo prazo. Movimenta este verdadeiro "boom" o fato de só termos ainda 9% da nossa população no terceiro grau, quando esse índice vai a 12% na Argentina e 18% no Chile. São hoje, por outro lado, cerca de 1,2 milhão de potenciais estudantes, que ficam à margem do ensino superior, ou pela escassez da oferta pública, ou pelas dificuldades de preço da área particular.

Reforça este desequilíbrio estarem os alunos ricos, via de regra, sempre, na universidade pública e gratuita, diante das insuficientes políticas de nivelção de acesso ou da querela das quotas, ou da amplitude dos programas das bolsas. A organização desse mercado prospectivo já leva, inclusive, a processo de piramidação dos campi privados, pela compra, via de regra, por universidades paulistas, de um sem-número de congêneres em todo o país. Deparamos neste processo uma crescente disparidade de escalas, onde macrocentros assumem o comando dos mercados urbanos, deixando praticamente ao esforço local, via de regra comunitário, o implante do terceiro grau nos municípios brasileiros.

Junta-se agora o impulso internacional, na organização desses empreendimentos, na forma de sociedades anônimas, com todas as características da empresa comercial que presume o seu reconhecimento legal. É o que confronta a oferta filantrópica do ensino visto ainda, há uma década, como o ideal no atendimento desta necessidade social. Tal porque, em nosso sistema, a educação não é serviço público, mas dever conjunto do Estado e da sociedade, na realização de tarefa matricial para o desenvolvimento brasileiro.

No paradigma clássico, presume-se que a educação não é um mercado aberto a todas as gulas do lucro, equiparando-se um consumo suntuário à exigência de uma melhoria prioritária coletiva do Brasil de hoje. Neste mesmo quadro, a educação deveria ser prestada pelo estrito custo do serviço em que se incluíam, necessariamente, as taxas de reinvestimento e melhoria geral e crescente da qualidade da oferta.

O presente Protocolo I do MEC e do BNDES, de 2009, deu-se conta do crescente desfavor das filantrópicas, dentro do dito mercado, atingidos pela "lei do calote", que já há quase duas décadas criou a impunidade objetiva da falta de pagamentos de mensalidades escolares, atingindo a constante perda de 20% dessas receitas. A recuperação do modelo, entretanto, poderá chegar tarde, diante da nova empresa de educação, cujo estatuto se transforma em peça fundamental da discussão da Lei de Reforma Universitária, já há cinco anos às portas do Congresso.

Questão nuclear para um futuro governo é o de decidirmos, de vez, se a carência do ensino superior será tratada como necessidade social, ou como oportunidade de um mercado, ou do que possa cobrar pela sua oferta escassa. A sustentabilidade do desenvolvimento não é, necessariamente, a do sucesso da educação como negócio nacional.

**Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 12, 13, 14, 15, 16 e 17 fev. 2010, Primeiro Caderno, p. A31.**