

A ESCOLHA DO CURSO NO CENÁRIO DE MASSIFICAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR

Antonio Carlos da Costa Nunes¹

Patrícia Souza Braga²

Introdução

Este trabalho utiliza alguns dos materiais coletados em uma pesquisa de mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Educação da Universidade Federal de Minas Gerais no ano de 2016. Tais materiais se referem a um conjunto de levantamentos nas redes sociais de 3 (três) instituições privadas pertencentes ao grupo Kroton Educacional. Para o desenho deste trabalho, foi realizado o recorte de alguns destes materiais na perspectiva de discutir a influência destes recursos (publicitários, informativos e comunicacionais) sobre o processo de escolha discente em um cenário de massificação da educação superior. A pesquisa debruça-se sobre referências da sociologia do ensino superior, tentando responder a seguinte questão: De que maneira o processo de massificação da educação superior pode influenciar a escolha do curso?

A metodologia de cunho qualitativo, visou a análise de algumas campanhas publicitárias, dentre outros materiais encontrados nas produções das três instituições privadas supramencionadas no período de 2008 a 2015. Amparado no campo da sociologia do ensino superior, a primeira parte do artigo visa discutir o processo de massificação do acesso à educação superior no Brasil. No segundo momento os materiais encontrados nas instituições de ensino são apresentados, buscando-se demonstrar a conexão entre massificação, estratégias institucionais e a escolha discente. Ao final, são apresentados alguns pontos de reflexão e considerações sobre o tema debatido. Neste ínterim a principal afirmação do artigo é a constatação da necessidade de potencialização

¹ Psicólogo, mestre em educação(UFMG). ISER (Instituto de Estudos da Religião). accnpsi@yahoo.com.br

² Terapeuta sistêmica, graduada em serviço social, mestranda em educação - UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais). patriciasbraga@hotmail.com

diversificada de elementos que possam facilitar a escolha do curso superior, além de estratégias empresarias.

O cenário de massificação da educação superior

Desde a década de 80 as instituições particulares assumem predominância numérica com 64% das matrículas e 77% do total das instituições de ensino superior (SAMPAIO, 2014; MARQUES, 2013). A partir das políticas implementadas no governo Luiz Inácio Lula da Silva, sobretudo com apoio de Programas como o Prouni e FIES, as taxas de matrículas atingiram um novo patamar, o que faz com que alguns autores defendam que o país atingiu neste século a massificação do ensino superior (GOMES e MORAIS, 2012). Embora tenha sido visível o investimento no setor público durante o governo supramencionado, a maioria das vagas se expandiram a partir do apoio ao setor privado, o que demonstra certa proximidade com as orientações de organismos internacionais como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), a Organização Mundial do Comércio (OMC) e o Banco Mundial. Nesse sentido, é bastante nítido para estas organizações internacionais que a educação deva ser um bem privado, com clara oposição do Estado ser o responsável pela oferta de vagas, cabendo apenas a este assumir os mecanismos de fiscalização e controle das práticas educacionais que devem ser ofertadas e geridas pelo setor privado (BERTOLIN, 2011; AFONSO, 2013). Outro dado fundamental para esta constatação, está no fato do Brasil ser o primeiro país do mundo no que tange a quantidade de instituições de ensino superior com finalidade lucrativa (HOPER, 2012).

Trow (2005) desenvolveu um modelo de análise da expansão do ensino superior, basicamente amparada em três momentos: sistema de elite, sistema de massa e sistema universal. De acordo com esta teoria, o sistema de elite analisado a partir da taxa de matrículas, estaria concentrado em cerca de 15% da população de 15 a 24 anos. Esse contingente populacional representaria a concentração de uma elite dominante, sendo formada para quadros profissionais que estariam operando na conservação dos lugares sociais.

A passagem para um sistema de massa se daria no momento em que a taxa de matrícula nesta faixa etária correspondesse entre 16 e 50%. De acordo com Gomes e Moraes (2012)

O sistema de massa passa a ter uma veiculação mais estreita e sistemática com as estruturas produtiva e de emprego da sociedade capitalista contemporânea, a educação superior tende a converter-se em ensino, na forma de transmissão de conhecimentos gerais e específicos, técnicos e profissionais, formando quadros para os diversos setores da economia e da sociedade (GOMES e MORAES, 2012, p.175).

Seguindo com Trow (2005), o sistema de acesso universal proporcionaria que mais de 50% dos jovens de 15 a 24 anos estivessem inseridos no ensino superior. Contudo, Gomes e Moraes (2012) assinalam que o acesso universal não reduziria a competitividade, a seletividade e a devida distinção entre as carreiras e instituições de ensino.

A descrição da Meta 12 do último Plano Nacional de Educação demonstra esta preocupação por parte do Governo Federal em:

elevar a taxa bruta de matrícula na educação superior para 50% (cinquenta por cento) e a taxa líquida para 33% (trinta e três por cento) da população de 18 (dezoito) a 24 (vinte e quatro) anos, assegurada a qualidade da oferta e expansão para, pelo menos, 40% (quarenta por cento) das novas matrículas, no segmento público (PNE, 2014).

Embora a taxa líquida de matrícula só recentemente tenha ultrapassado a casa dos 15%, Gomes e Moraes (2012) defendem a tese de que o Brasil desde 2003 já ocupava uma política de sistema de massa, momento em que a taxa bruta de matrícula estava em 16%. Junto disso, os mesmos autores defendem outras duas teses: a segunda de que as políticas de expansão das matrículas “são resultados de políticas públicas sistemáticas, levadas a efeito por um longo período” (p.180) sendo assim, mais que uma política de governo. E a terceira, complementar à segunda, que “a criação de um sistema de massa no Brasil tem sido perseguida contemporaneamente, antes de tudo como política de Estado” (p181).

Moraes (2012) argumenta que a criação de uma padronização do período de 18 a 24 anos como “faixa etária adequada” para classificar e avaliar os sistemas de ensino não se encaixa à diversidade das formas de acesso de alguns países. Segundo o autor

Esta faixa etária (e sua mensuração!) deve ser reconsiderada em países como o Brasil, em que parcela significativa dos estudantes não foi incorporada no “momento adequado”. Esta faixa, em suma, deveria ser estendida por alguns anos (MORAES, 2010, p.1219).

Este debate sobre a massificação da educação superior ganha mais força ainda a partir do debate internacional que caminha em dois sentidos: a) De um lado os organismos internacionais e setores acadêmicos que fazem a defesa que o ensino superior deva ser considerado um bem privado; b) De outro lado, diversos pesquisadores e grupos organizados trazem a perspectiva da educação como um bem público. Na primeira perspectiva, pode ser encontrado em diversos documentos que

La educación sigue siendo un bien público, pero debería estimularse también la financiación privada. Aunque deben agotarse todos los esfuerzos con vistas a aumentar la financiación pública de la educación superior, es preciso reconocer que los fondos públicos son limitados y tal vez no resulten suficientes para un sector que evoluciona tan rápidamente. Deberían explorarse otras fuentes de financiación, en particular las que se basan en iniciativas conjuntas de los sectores público y privado (UNESCO, 2009, p. 3)

Embora a argumentação acima ainda faça a defesa da educação como bem público, é clara a noção de que o desenvolvimento do setor deva vir com o apoio do setor privado. Já na citação abaixo é possível ver um discurso representante da educação como bem público, provido pelo Estado e a educação assegurada como um direito:

[...] quando não compreendida como bem público, a educação atende prioritariamente ao indivíduo e a seus interesses exclusivos. Neste caso, a qualidade estará determinada por significados marcadamente operacionais e instrumentais, muito mais que sociais e voltados ao bem comum (DIAS-SOBRINHO, 2010, p. 1225).

Em síntese, o que pode ser visto no cenário brasileiro é um processo de massificação fortemente amparado no setor privado, muito embora, durante o período assumido pelo

Partido dos Trabalhadores tenha assumido a importância do setor público na ampliação do acesso. Mesmo neste cenário, o que se pode notar é que

A política do governo orienta e fornece financiamento, enquanto o setor privado oferece serviços de educação aos alunos. Em particular, os governos contratam prestadores privados para fornecer um serviço específico de uma quantidade definida e qualidade a um preço acordado para um período específico de tempo. Estes contratos incluem recompensas e sanções pelas quais o setor privado partilha os riscos financeiros na prestação de serviços públicos (Patrinos, 2009 *apud* Robertson; Verger, 2012 p. 1).

Nesse sentido, o argumento apresentado por este trabalho é que o cenário de massificação do acesso ao ensino superior por meio do setor privado opera como um tipo de política que destina determinados setores sociais a determinadas instituições. E, com este argumento, é possível inferir que este fator se torna um dos mais potentes no processo de escolha, ou porque não, no processo de ser escolhido a partir do seu perfil socioeconômico.

A seguir, passamos para um breve estudo sobre os processos de escolha e a apresentação dos materiais de pesquisa que servem como estratégias institucionais.

O processo de escolha do curso e a influência das instituições privadas

As teorias sociológicas sobre a escolha discente do curso superior parecem estar amparadas na seguinte questão:

de que forma e em que medida as preferências, expectativas e representações dos candidatos são condicionadas pelo seu perfil social e escolar, pelas características objetivas do sistema universitário e pela situação do mercado de trabalho? (NOGUEIRA, 2012, p.11).

Trata-se de compreender em que medida as variáveis pessoais, sociais e de possibilidade de êxito no ambiente acadêmico podem ser fatores de influência no processo de decisão (PAUL e SILVA, 1998).

Dubet (2007), ao falar do processo de massificação da educação – mesmo que não se referindo especificamente ao ensino superior – apresenta a dica de que a massificação enseja maior competitividade, simplesmente pelo fato de haver mais competidores. Esta constatação permite inferir de que o risco de um investimento ruim pode ser mais oneroso, visto que o tempo, embora possa parecer o mesmo para todos, em determinados extratos ele apresenta-se mais pesado do que para outros. Nesse sentido, parece estar em jogo na educação superior o mito da escola libertadora, onde

O sucesso excepcional de alguns indivíduos que escapam ao destino coletivo dá uma aparência de legitimidade à seleção escolar, e dá crédito ao mito da escola libertadora junto àqueles próprios indivíduos que ela eliminou, fazendo crer que o sucesso é uma simples questão de trabalho e de dons (BOURDIEU, 2010, p.59).

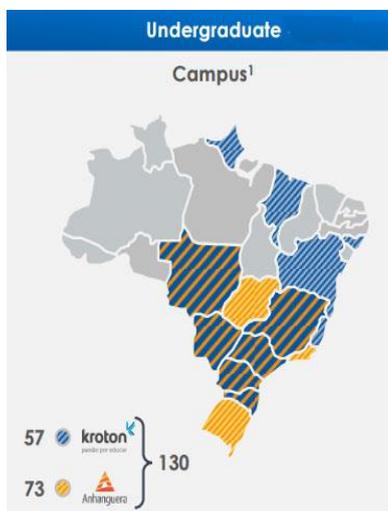
Frente ao cálculo – escolha racional ou *habitus*? – os candidatos a uma vaga, conforme apresentam Paul e Silva (1998), demonstram conhecer o seu lugar quando optam por cursos de menor prestígio, mesmo tendo condições objetivas de galgarem por carreiras mais prestigiosas.

Além das variáveis relacionadas às diversas formas de capitais de cada sujeito, somando-se a isso aspectos do âmbito macrosociológico, acredita-se neste trabalho que a escolha do curso superior tenha sido impactada fortemente pelo processo de massificação do ensino superior, incluindo-se aí um conjunto de políticas públicas de acesso, permanência, financiamento, políticas de discriminação positiva e, por outro lado, a intervenção do mercado cada vez mais forte neste nicho educacional.

Dos materiais coletados apresentamos aqui pelo menos três elementos que justificam o argumento supramencionado, quais sejam: a) entre as estratégias das instituições privadas encontra-se a possibilidade de capilaridade das vagas; b) O barateamento dos cursos,

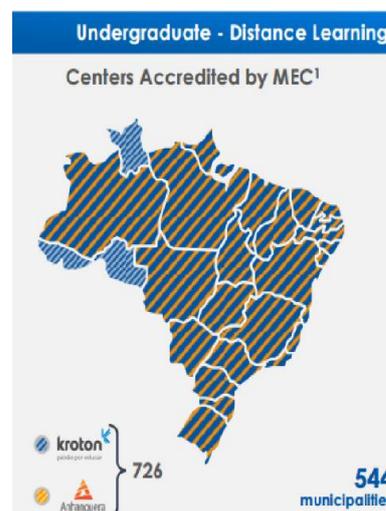
sobretudo a partir da fragmentação das carreiras e do baixo investimento em recursos humanos; e c) A publicidade destas instituições fazem a promessa da ascensão social e do sucesso a partir do investimento educacional. Então vejamos como estas práticas se operam. Primeiro sobre o item “a” é possível averiguar a partir dos dados do grupo educacional em questão a alta capilaridade das vagas, conforme apresentado nas figuras 1 e 2:

Figura 1- Campus com educação presencial



Fonte: Kroton Educacional

Figura 2 - Campus com educação a distância



Fonte: Kroton Educacional

A distância passa a não ser um elemento impeditivo, seja por meio da EAD ou na modalidade presencial “há sempre uma unidade perto de você”, ou “mais próxima pra você ir mais longe”³. A proximidade do possível aluno pode ser um dos elementos que favoreça a escolha do curso superior.

No que tange ao item “b” é recorrente na literatura a constatação do contínuo processo de fragmentação das carreiras, não só para o barateamento dos custos e do tempo para

³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2s41YRjsSGI>>. Acesso em 05 maio 2014.

formação como também para o reforço do discurso da aprendizagem ao longo da vida (SAMPAIO, 2014). Nos materiais analisados foi possível confirmar tal constatação, no entanto, o elemento mais forte está na descrição do preço do produto educacional. A partir do ano de 2015 a Unopar foi a pioneira na divulgação do valor da mensalidade. Antes disso, o que se verificou é que as instituições de ensino usavam enunciados nas publicidades e campanhas pelo *facebook*, fazendo o uso de artistas famosos, apresentadores de televisão, jogadores de futebol e, em determinado momento, os próprios alunos: “[...] a mensalidade cabe no seu bolso. E os livros são até 80% mais baratos”, ou ainda “Tem o Eli e a Claudia. Eles são casados e estudam na mesma faculdade. Legal né? Acho que as mensalidades não devem pesar tanto”⁴. A clarificação do valor da mensalidade, dos materiais didáticos, o tempo flexível (no caso da EAD), aliado a proximidade da instituição são estratégias que fomentam determinados tipos de escolha.

Por último, a estratégia que coloca a inserção em um curso superior como possibilidade de ascensão social e sucesso profissional. Tomemos a título de exemplo a fala do ator Reynaldo Gianechini em uma campanha da Unopar:

Ei, eu não acredito que você está aí sentado e ainda não decidiu o que vai fazer no ano que vem, 2015 é pra você! O ano novo é pra inovar, aprender, pra você crescer. Se você quer um futuro melhor pra você e pra sua família [...] posso te dar um conselho? Estude! Porque o que ajuda alguém a realizar sonhos é a educação! (Unopar, vídeo institucional, 2014)⁵.

A citação deixa claro que o investimento educacional é um fator fundamental para a realização dos sonhos e a transformação do futuro. Por certo, a entrada e posse do diploma de um curso superior é um elemento importante na vida de cada um. No entanto, essas publicidades, que às vezes evocam alunos reais a falar e em outros momentos usa da fala

⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=L_NF2eD84d8&spfreload=10 > Acesso em 10 maio 2016.

⁵ Disponível em: : < <https://www.youtube.com/watch?v=tMLBpErSrgc> > Acesso em 05 ago 2015.

de artistas famosos e professores, priorizam trajetórias de sucesso, como se a simples a posse do diploma desse amparo à realizações magníficas provenientes de um investimento assertivo. Nesse sentido, o reforço do sucesso a partir do investimento educacional pode ser mais um dos fatores reforçadores da escolha discente.

Considerações finais

Como tentamos argumentar, a massificação do ensino superior amplia os processos concorrenciais por parte das instituições, que buscam estratégias para capturar novos clientes. Contudo, não se pretende com tal afirmação negar a importância da democratização do acesso à educação, mas reforçar que estas estratégias institucionais fomentam um tipo específico de escolha discente ao curso superior, amparadas na educação como um bem de consumo, muito mais do que favorecendo processos de escolha que estejam conectados à um processo reflexivo daquele que escolhe.

Além das estratégias apresentadas, poder-se-ia enumerar um conjunto de outras estratégias das instituições privadas tendo em vista atender um mercado consumidor. É inegável que a cooperação e o fomento por parte do Estado, por meio de políticas públicas de subsídios, têm favorecido a expansão de aglomerados educacionais com finalidade comercial, sem um debate mais amplo sobre a qualidade do serviço ofertado e sem o apoio ao estudante durante o processo de escolha da profissão.

Referências Bibliográficas

AFONSO, Almerindo Janela. Mudanças no Estado-avaliador: comparativismo internacional e teoria da modernização revisada. *Revista Brasileira de Educação*. Vol.18 n° 53, pp.267-284, 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br>> Acesso em: 10/06/2014.

BERTOLIN, Julio Cesar G. Os quase-mercados na educação superior: dos improváveis mercados perfeitamente competitivos à imprescindível regulação do Estado. *Educ. Pesqui.* vol.37, n.2, pp. 237-248, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v37n2/v37n2a02.pdf>> Acesso em 10/09/2014.

DIAS SOBRINHO, José. Democratização, qualidade e crise da educação superior: faces da exclusão e limites da inclusão. *Educação e Sociedade*, Campinas, v.

31, n.113, Dec. 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302010000400010&lng=en&nrm=iso. Acesso 28/01/2015.

DUBET, François. El declive y las mutaciones de la institución. *Revista de Antropologia Social*, nº 16, pp.39-66, 2007. Disponível em: <
<http://revistas.ucm.es/index.php/RASO/article/viewFile/RASO0707110039A/9122>>
Acesso em 12/01/2010.

GOMES, Alfredo Macedo e MORAES, Karine Numes de. Educação superior no Brasil contemporâneo: transição para um sistema de massa. *Educ. Soc.* vol.33, n.118, pp. 171-190, 2012. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/es/v33n118/v33n118a11.pdf>>
Acesso em 28 jun 2014.

HOPER Estudos de Mercado. *Análise setorial do ensino superior privado*. Foz do Iguaçu, Hoper Estudos de Mercado, 2012.

MARQUES, Waldemar. Expansão e oligopolização da educação superior no Brasil. *Avaliação (Campinas)*, vol.18, n.1, pp. 69-83, 2013. Disponível em <
<http://www.scielo.br/pdf/aval/v18n1/05.pdf>>. Acesso 20/09/2014.

MORAES, Reginaldo C. Políticas Públicas para o ensino superior e a pesquisa: a necessária diversidade institucional. *Ed. E Sociedade*, Campinas, v.31, n113 pp.1213-1222, out-dez, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v31n113/09.pdf>. Acesso em 12 out. 2012.

NOGUEIRA, Claudio M.M. Escolha racional ou disposições incorporadas: diferentes referenciais teóricos na análise sociológica do processo de escolha dos estudos superiores. *Estudos de Sociologia*, v.18 pp10-40, 2012. Disponível em: <
<https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/235241>> Acesso em 07/03/2015.

NOGUEIRA, Maria Aline e CATANI, Alfredo (Orgs.). *Pierre Boudieu: escritos de educação*. 11ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PAUL, Jean Jaques; SILVA, N.V. Conhecendo o seu lugar: a auto seleção na escolha de carreira. *Revista Brasileira de Política Administração da Educação*, Vol. 14, nº1, pp.115-130, 1998. Disponível em: <
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000095&pid=S0104-6276200300010000700016&lng=pt> Acesso em 24/10/2016.

SAMPAIO, Helena. O setor privado de ensino superior no Brasil: continuidade e transformações. *Revista de Ensino Superior Unicamp*, p.28-43, 2011. Disponível em <
<http://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/o-setor-privado-de-ensino-superior-no-brasil-continuidades-e-transformacoes>>. Acesso em: 02 jun. 2014.

TROW, M. **Reflections on the transition from elite to mass to universal access: forms and phases of higher education in modern societies since WWII**. Berkeley: University

6 Seminário

Educação e Formação Humana: desafios do tempo presente | I Simpósio Educação, Formação e Trabalho

of California, 2005. Disponível em: <http://repositories.cdlib.org/igs/WP2005-4>
Acesso em 25/03/2017.