

Globethics Repository



Você investiria em uma empresa que não atende 40% dos seus clientes? [You invest in a company that does not meet 40% of your customers?]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Bulcão de Moraes, Renato
Publisher	Espaço Ética Ltda.
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-09-22 12:53:28
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/233859

A young girl with dark hair, wearing a light blue sleeveless top and tan shorts, is seen from behind, reaching up to a high shelf in a library filled with books. The shelves are packed with books of various colors and sizes, creating a vibrant background. The girl's right arm is extended upwards, and her left hand is slightly out to the side. The lighting is warm, highlighting the girl and the books.

Qual o papel da educação na sociedade de consumo?

Você investiria em uma empresa que não atende 40% dos seus clientes?

Renato Bulcão de Moraes¹



Este ensaio propõe uma reflexão sobre os atuais investimentos de empresas e acionistas nos conglomerados de ensino superior privado, especialmente os que disponibilizam educação a distância, tendo em vista que essas instituições não conseguem oferecer um ensino adequado para os seus alunos. Essas empresas perdem em média 40% de seus clientes, além de sofrerem processos no Procon. Este texto pontua os problemas pedagógicos, administrativos e políticos responsáveis por

este fenômeno e sua relação com as estruturas da sociedade de consumo.

Uma empresa listada na Bovespa precisa apresentar bons resultados financeiros. Sabemos que as sociedades anônimas inclusive devem apresentar balanços sociais, para aferirem maior credibilidade junto ao mercado.

Nesse sentido, não podemos deixar de lembrar que muitas empresas de educação, conhecidas como Instituições de Ensino Superior – IES, vêm

¹ Bacharel em Filosofia e mestre em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo. Atualmente é conselheiro da Associação Brasileira de Ensino a Distância, professor da Universidade Paulista e coordenador dos Cursos Livres de Filosofia no Museu da Imagem e do Som. E-mail: rbulcao@yahoo.com

lançando IPOs para abrir seu capital. Algumas exibem números impressionantes de alunos, chegando mesmo a um milhão.

Como toda empresa privada, as IES estão submetidas ao Código do Consumidor. Isso cria uma situação difícil para os *stakeholders*, pois enquanto a relação entre os matriculados e a instituição é de clientela, a relação entre os professores – a rigor, funcionários – e os alunos, é uma relação regida pelas portarias do Ministério da Educação, e também pelas resoluções dos Conselhos Estaduais de Educação. Disso decorre o fato de que os professores seguem um regime especial de trabalho, com regras trabalhistas próprias, mas também com regras de atuação específicas.

Dessa forma, a estratégia mercadológica de transformar um serviço em produto, adotada por inúmeras empresas no setor da educação, esbarra em obstáculos tais como a questão da qualidade e a questão da transferência de conhecimento.

Para uma empresa de serviços convencional, existem padrões de qualidade que são muito objetivos. Uma empresa de alimentação não é questionada a respeito do sabor de seus produtos. Mesmo que eventualmente um cliente reclame do sabor ou dos ingredientes da comida, sempre há formas de substituir o pedido, mas entende-se que feijão deve ter gosto de feijão, hambúrguer deve ter gosto de hambúrguer, e chocolate só pode ter gosto de chocolate.

O consumidor soberano vai avaliar o custo-benefício da sua escolha comparando o preço com a apresentação da refeição, e seu paladar. Nesse tipo de mercado, geralmente o preço determina a qualidade dos ingredientes, e não se espera pagar barato por uma refeição bem elaborada.

Na educação, as sociedades atribuem a qualidade do ensino a questões geográficas. No exterior, verificamos que bairros que abrigam a classe



média alta tem escolas de ensino fundamental e médio mais famosas do que os bairros populares. Isso ocorre indiretamente por conta do meio social, fenômeno esse que foi percebido por Vygostky, a chamada *zona de desenvolvimento proximal*, e por Pierre Bourdieu, a relação entre *capital econômico*, *capital relacional* e *capital cultural*.

Em outras palavras, na medida em que grande parte do aprendizado é colaborativo, os alunos aprendem compartilhando seu saber uns com os outros. Isso faz com que os repertórios dos mais ricos incluam mais conhecimentos derivados de seus interesses, que podem ser interesses culturais, mas muitas vezes são apenas interesses de consumo.

A empresa que melhor percebeu isso foi o Facebook, que não por acaso teve sua propriedade discutida principalmente devido a este tipo de fator geográfico: tudo começou em Harvard, e com a credibilidade exibida pelo sucesso entre seus alunos, espalhou-se pelas demais universidades

de destaque dos Estados Unidos até alcançar a escola pública da esquina. Eventualmente outras redes sociais não alcançaram o mesmo sucesso, devido a seu início menos proeminente socialmente, em geral baseado em facilidades da tecnologia.

Este tipo de estratégia *top-down* não é nenhuma novidade. Sabemos hoje que um dos problemas dessa estratégia é o estímulo à pirataria, pois quem não pode pagar por um produto top se contenta com uma imitação.

Na educação, o problema é que o mercado de trabalho é seletivo e organiza categorias nas quais determina a qualidade do diploma do candidato, muitas vezes obedecendo a esse critério antes de realmente verificar a qualidade do repertório da pessoa.

Assim, os alunos se esforçam para cursar escolas em que sua origem humilde venha a ser compensada por um diploma de valor. É o que acontece, por exemplo, na USP ou na FGV. Uma vez graduados nessas universidades, espera-se que ninguém venha perguntar onde o candidato ao emprego cursou o ensino básico.

Mas a realidade da economia brasileira fez surgir um paradoxo: com a necessidade de uma mão de obra mais qualificada para melhorar a eficiência das empresas, surgiram milhares de instituições de ensino superior. Por outro lado, a ideologia da eficiência do Estado abriu espaço para a contratação de funcionários públicos, que por meio de editais abriram um mercado de trabalho para aqueles que não podiam exibir sua linhagem acadêmica.

Isso acabou criando também o grande mercado da educação a distância. Os cargos públicos locais, estimulados por decretos em todas as esferas de governo para a melhoria da qualidade da gestão pública, fizeram com que pessoas tentando passar em concursos viessem a procurar o

ensino superior, principalmente a educação a distância, com sua flexibilidade geográfica e de horário. Junte-se a isso a adesão do Brasil às metas do milênio das Nações Unidas. O país gostaria de poder exibir 9 milhões de estudantes universitários já no ano de 2015. Não será tão breve, mas tudo indica que chegaremos lá.

Ao Enem deste ano, compareceram quase 9 milhões de candidatos. A maioria espera alcançar boas notas para poder cursar medicina, engenharia ou direito em universidades renomadas. Mas o fato é que milhares de alunos terão de se contentar com as universidades mais baratas, e por causa do turno obrigatório de trabalho, o ensino a distância acaba unindo preço com disponibilidade.

Portanto, não se deve estranhar quando o MEC percebe que o número de alunos a distância cresce mais do que o de alunos presenciais. Até porque a expansão da Internet oferecida pelos provedores de acesso tem no ensino a distância grande clientela em termos de quantidade de tráfego. É difícil acreditar que fosse possível para as instituições de ensino crescerem fisicamente na velocidade atual. Nos últimos dois anos, tivemos um aumento no atendimento de cerca de 1,5 milhão de alunos. Se o país fosse construir escolas físicas, calculando-se a necessidade de 80 cm² por aluno, mesmo dividindo a oferta em três turnos de aula, ainda assim teríamos de ter construído novos 400 mil m² de salas de aula. Certamente esse custo seria acrescido de necessidades de transporte e de serviços básicos, e de mais professores.

Por outro lado, quando as estatísticas demonstram que a maioria desses alunos está estudando pedagogia, percebemos que a qualificação dos professores da escola pública está em curso. Logo em seguida vêm os alunos de administração e dos cursos de gestão. Claramente

essas pessoas estão se preparando para os concursos públicos, numa demonstração de que a expansão dos empregos está acontecendo longe do setor privado.

Mas ensino presencial ou ensino a distância não predeterminam a qualidade dos alunos. Algumas profissões, como a advocacia, impedem judicialmente que se estude a distância. Mesmo assim, o grande número de candidatos que não passa na prova da OAB indica que o problema do ensino é muitas vezes o problema da aprendizagem.

Para pensarmos de forma simples, independentemente de estarem de forma presencial numa sala de aula, a localização geográfica não é importante, mas a inserção social é. Nas grandes cidades brasileiras, nem sempre essas duas coisas estão reunidas. A faculdade com preço acessível pode estar no mesmo bairro que a outra, frequentada pela burguesia.

Mas o conteúdo de ensino, por força do MEC, é o mesmo. Os alunos de melhor formação anterior têm menos dificuldades em seguirem o curso, pois aprenderam os conceitos que configuram sua esfera de conhecimento antes da faculdade. E seu vocabulário costuma ser também maior. Na prática, não seria difícil equacionar essas diferenças. A China já percebeu que basta aumentar o tempo de estudo que os alunos originários de escolas mais fracas acabam aprendendo também.

Mas novamente o MEC vem moldar o funcionamento das instituições de ensino superior como cópia das velhas escolas superiores centenárias, idealizadas para abrigar os filhos das classes superiores. Numa metáfora, é como se a solução de qualidade pudesse ser pensada com base em um artigo de luxo: um carro de luxo tem cintos de segurança, *air-bag* e câmera no retrovisor, portanto os ônibus de subúrbio devem apresentar os mesmos equipamentos.

Está claro que o transporte de massa deve oferecer segurança, mas a forma encontrada na maioria dos países foi a de separar sua faixa de rodagem das demais e limitar a velocidade média dos coletivos para 40 km/h. Infelizmente o Conselho Federal de Educação segue idealizando um país irreal, com uma suposta educação de qualidade que pretende recriar universalmente o modelo de algumas escolas exclusivas. É como se pudéssemos diminuir o déficit habitacional obrigando a construir casas de 200 m² em centro de terreno. Nesse sentido, mesmo após 12 anos de governo de esquerda, o partido no poder não percebe que na área da educação continua-se a seguir a ideologia elitista da burguesia.

Por outro lado, à medida que há mercado, há esforço do capital privado em lucrar com ele. A educação a distância se tornou a forma de criar metros quadrados para abrigar mais alunos. Independentemente dos modelos desenvolvidos no exterior, as empresas foram padronizando formas de ensinar a distância derivadas de nossos antigos tele cursos.

Mas nem mesmo as inovações com inspiração na pedagogia de Paulo Freire adotadas pela Fundação Roberto Marinho para melhorar o sucesso de seus tele cursos serviram de exemplo para o que vem sendo feito. Na ânsia de montar uma fábrica de estudantes, nossos cursos a distância passaram a ser conformados como emissões televisivas de uma aula presencial com baixa qualidade. Envia-se um livro ou apostila que complementa essas teleaulas. E o aluno que se vire para entender termos como demanda, juros compostos, mix de marketing e *head count*. Em pedagogia, então, fica interessante quando os alunos saem em busca dos aparelhos ideológicos do Estado, ou até mesmo do *self*.

Então acontece o fenômeno da evasão. A maioria dos alunos presenciais ou a distância não tem repertório mínimo para acompanhar os cursos. Isso



poderia ser superado aumentando o tempo de estudo. Mas, num círculo vicioso, o MEC impõe prazos máximos para formação dos alunos, e caso não sejam cumpridos, punem as instituições. Para o ensino presencial, as punições do MEC significam que seus alunos são impedidos de gozar das diversas modalidades de financiamento para estudar. No ensino a distância, que não pode oferecer os mesmos financiamentos também por determinação oficial, vigoram preços populares, entre R\$ 120 e R\$ 200 a mensalidade.

Isso cria uma distorção no mercado. Para ser lucrativa, uma Instituição de Ensino Superior deve conquistar o maior número possível de alunos. No ensino presencial criam-se turmas de até 140 alunos. No ensino a distância, o céu é o limite. Gasta-se com propaganda e publicidade para convencer os jovens de que esta ou aquela instituição oferece mais vantagens, mais empregabilidade. Mas os gestores dessas empresas sabem de antemão que 40% dos alunos entrantes não chegarão ao final do primeiro ano.

A taxa de reprovação média, tanto no ensino presencial como no a distância, gira em torno de 40%. Até o final do curso, pode chegar a 70% do total de ingressantes. É melhor negócio cumprir as metas do MEC e reprovar alunos do que acolher os estudantes sem formação adequada e passar mais tempo ensinando até que eles aprendam.

Assim, os professores acabam sendo instados a cumprir metas de reprovação: no máximo 30% no primeiro semestre e até 25% no segundo semestre. Isso garante os custos dos demais semestres. Infelizmente os clientes estão percebendo isso. O número de reclamações no Procon e na Internet contra as IES está crescendo. Quem está atrelado a um financiamento enquanto aluno do ensino presencial, ou quem está gastando R\$ 200 para aprender todo mês, não hesita em contratar um advogado para defender seus direitos de consumidor.

Essas questões estão fazendo com que as IES gastem cada vez mais com advogados, defendendo o direito de ensinar e reprovar quem não aprende. Mas os clientes querem cada vez mais a relação de satisfação garantida, ou o dinheiro de volta. E o MEC, enquanto isso, aumenta os custos das IES com exigências cada vez mais elitistas, o que torna mais econômico para as instituições a introdução de mecanismos de aprovação do que o respeito pelo conhecimento.

Como tudo no mercado, em breve vai ficar claro que a empresa de educação superior é um caça-níquel de candidatos ao estudo. Tanto as presenciais quanto as a distância. Uma eventual mudança na linha de governo, diminuindo drasticamente a oferta de empregos públicos, faria desabar a procura pelo ensino superior. Além disso, nossa taxa de natalidade está diminuindo, e em alguns anos o número de candidatos deverá baixar.

Fica então a pergunta: você investiria numa empresa que não atende 40% dos seus clientes, e por causa disso sofre centenas de processos no âmbito do Código do Consumidor, e para diminuir as despesas legais inventa dispositivos para burlar as exigências do MEC?

Convenhamos, há algo de errado com esse universo. Mas, certamente, enquanto há futuro para a educação, há incerteza rondando as empresas neste mercado.

Imagens: www.freeimages.com

