



RAE - Revista de Administração de Empresas  
ISSN: 0034-7590  
rae@fgv.br  
Fundação Getulio Vargas  
Brasil

Calderón, Adolfo Ignacio  
REPENSANDO O PAPEL DA UNIVERSIDADE  
RAE - Revista de Administração de Empresas, vol. 44, núm. 2, abril-junio, 2004, pp. 104-108  
Fundação Getulio Vargas  
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155117776009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica  
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



# REPENSANDO O PAPEL DA UNIVERSIDADE

**Adolfo Ignacio Calderón**

UMC

As mudanças econômicas e sociais ocorridas nas duas últimas décadas provocaram a obsolescência de certas concepções acerca do papel da universidade. É preciso, por isso, desenvolver outros referenciais para se analisar tal tema. Neste ensaio, abordamos a crise do sistema universitário à luz da emergência da universidade mercantil, novo modelo de universidade para o presente e para o futuro.

## O MERCADO UNIVERSITÁRIO

Há cerca de 40 anos, intelectuais concebiam a universidade como um instrumento de resistência à dominação e opressão por parte das classes dominantes. Havia entre eles aqueles que, visando à destruição do capitalismo, elaboravam estratégias para fazer dela uma trincheira da revolução socialista.

Os tempos mudaram, tornando essas perspectivas anacrônicas. No entanto, não se pode ignorar o fato de que a universidade é ainda hoje um poderoso espaço de transmissão de ideologia, na medida em que é o lugar privilegiado para a formação no nível superior. Foi para ter domínio sobre ela que papas, príncipes, reis, legisladores, ditadores e governantes lutaram. É também por esse motivo que a UNESCO a considera um espaço privilegiado para

a construção de uma cultura de paz, baseada no respeito à diversidade cultural, aos direitos humanos, ao meio ambiente e à democracia.

É raro encontrarmos hoje pessoas que acreditam ser a universidade uma ferramenta para a revolução socialista. Mas não é incomum encontrarmos professores e alunos que, a partir da universidade, querem fazer sua própria revolução, sua própria mudança, e à sua maneira: é o jovem estudante da FGV-EAESP que desenvolve seu projeto de marketing social, em benefício de uma ONG; ou os estudantes do Ibmec que desenvolvem projetos comunitários como parte do Programa Universidade Solidária; ou os estudantes da UMC que ensinam, aos carregadores da Ceagesp, ler e escrever; ou então os alunos da PUC que desenvolvem ações em prol do MST. Todas essas iniciativas fazem da universidade o palco de uma revolução fragmentada, sem rumo certo, sem as grandes metanarrativas que orientavam os antigos projetos revolucionários utópicos, mas com o mesmo espírito humanista que os norteavam.

O cenário da educação superior brasileira vem passando por profundas mudanças desde a institucionalização do mercado universitário, que se caracteriza pela acirrada concorrência entre as instituições para atrair clientes-consumidores.

Desde o início da década de 1990, assiste-se ao impressionante crescimento quantitativo de universidades particulares com fins lucrativos, geridas como empresas que oferecem produtos e serviços de acordo com a demanda do mercado. São essas universidades que possibilitaram a democratização do acesso ao ensino superior, ampliando significativamente a oferta de produtos educacionais. As opções de consumo para os futuros estudantes foram ampliadas e diversificadas, como também o número de produtos e serviços educacionais e a procura de nichos e necessidades especiais.

Diante desse cenário surgem conceitos e categorias que eram, até pouco tempo atrás, impensáveis para a compreensão do ensino superior, tais como “mercado de ensino”, “cliente-consumidor” e “produtos e serviços na área da educação”. É interessante constatar a rejeição de amplos setores acadêmicos à possibilidade de compreender o aluno universitário como um cliente-consumidor e a aversão em considerar o ensino universitário como um produto ou serviço comercializável, ou seja, como uma mercadoria.

O processo de mercantilização do ensino viola valores culturais fortemente arraigados no país, segundo os quais o ensino é concebido como direito social, um serviço provido





ADOLFO IGNACIO CALDERÓN

pelo Estado com objetivos essencialmente públicos e não-lucrativos. O preconceito apresentado pela maioria dos intelectuais é característico de uma geração apegada a modelos interpretativos ancorados no paradigma social-universalista, fruto do Estado social emergente no pós-guerra. Tal perspectiva não aceita a possibilidade de universidades com perfis diversos. Pode-se tomar por hipótese que a recusa pode também não passar de uma defesa cega de interesses corporativos, que insistem em falar em “universidade brasileira” como sinônimo de universidade pública, gratuita e de pesquisa, como se existisse somente um tipo de universidade, como se a universidade fosse uma instituição monolítica, com um único perfil.

## AS MÚLTIPLAS UNIVERSIDADES

A heterogeneidade existente entre as universidades é tão grande e acentuada que a expressão “universidade brasileira” perdeu seu sentido. Assim, é difícil aceitar afirmações categóricas, idealizadoras, da universidade como instituição social. A meu ver, o único momento em que podemos falar da universidade é quando homogeneizamos essas instituições na sua condição de órgãos voltados basicamente para o ensino.

Ao observarmos a realidade, deparamo-nos com terreno heterogêneo e diversificado, no qual toda forma de generalização torna-se difícil. Por exemplo: será que toda universidade produz novos conhecimentos por meio da realização de pesquisas? Será que toda universidade realiza atividades de prestação de serviços à comunidade? Será que toda universidade professa claramente um forte compromisso social? Será que toda universidade está pre-

ocupada com a questão da qualidade? Ou com a questão de formar cidadãos autônomos, críticos, polivalentes e criativos?

Desde sua origem, no século XII, a universidade teve uma vocação fortemente unifuncional: oferecer formação no nível superior para quem podia pagar por ela. Está em sua origem ser uma instituição mercantil, visto que historicamente os serviços oferecidos apresentam custo elevado e alguém sempre teve que pagar por ele: o próprio aluno, a Igreja, o Estado, as empresas ou entidades filantrópicas. Aliás, os registros históricos apontam que as universidades surgiram, entre outros motivos, para regular as instáveis relações mercantis existentes entre mestres e alunos.

Porém essa vocação unifuncional foi sendo reduzida com o passar do tempo, e as universidades foram se tornando mais complexas, atendendo a demandas cada vez mais diversificadas, provenientes de diversos setores da sociedade. Paralelamente, foram sendo criadas, em relação à universidade, uma série de expectativas; entre elas: formar profissionais; desenvolver pesquisa científica; contribuir para o desenvolvimento econômico, social e tecnológico do país; melhorar a qualidade de vida da população; incentivar a cultura e a arte, assessorar o poder público; prestar serviços e consultorias para o aprimoramento das empresas; fornecer informações e análises sobre a economia; contribuir para erradicar a fome, o analfabetismo, a pobreza; aprimorar o serviço de saúde; assessorar na formulação de políticas públicas; e atender à população pobre nos hospitais universitários e clínicas odontológicas e psicológicas.

Dada a complexidade e diversidade dessas demandas e expectati-

vas, dificilmente as universidades conseguiriam atendê-las em sua plenitude, tendo de optar por focar missões específicas, e assim atendendo a algumas demandas e não a outras.

Mas foi procurando responder a estas pressões que a universidade se manteve até hoje, processando e equacionando conflitos que surgem ao atender demandas procedentes de atores com interesses eventualmente opostos. O processamento de demandas e tensões intra e extra-institucionais foi e ainda é possível porque as universidades possuem diversas frentes de atuação, bem como setores com interesses diversificados e relativa autonomia para a tomada de decisões. Diante disso, a idéia de universidade como um corpo de professores e estudantes unidos por um mesmo objetivo ou interesse comum é sensivelmente enfraquecida.

Dentro dessa nova lógica de universidade como filtro que seleciona as diversas demandas dos vários agentes sociais, ganha força a idéia de “multiversidade”, desenvolvida por Clark Kerr – ex-presidente da Universidade da Califórnia –, para quem a universidade não é apenas uma comunidade, mas várias comunidades defendendo os mais diversos, e às vezes conflitantes, interesses.

Assim, uma característica da universidade contemporânea é a definição de suas funções não somente a partir da opinião de seus membros, mas, principalmente, a partir das demandas dos diversos setores da sociedade. A universidade seria determinada não por fatores endógenos, mas principalmente por fatores exógenos. Ela seria pautada por seu caráter pragmático e utilitário em relação às demandas externas. A universidade somente redefine sua missão quando atua em função da





sociedade; mais especificamente, quando atua em função do mercado. Agindo dessa forma, ela passa por um processo de renovação permanente, oxigenando sua existência e função.

A idéia de universidade guiada e definida pela demanda, isto é, a universidade como agência de prestação de serviços que atende a diversificadas demandas da sociedade e do mercado, é duramente criticada pelos defensores de um modelo social-universalista de ensino. Com base nesse modelo, argumenta-se que a universidade não pode perder seu caráter público, tornando-se uma instituição restrita àqueles que podem pagar por seus serviços. Aceitar a mercantilização do ensino superior equivale a aceitar a destruição da universidade e de sua autonomia, o que representaria seu fim como espaço crítico de produção livre, desinteressado e autônomo de conhecimentos. Segundo esta perspectiva, a autonomia universitária confere à universidade autoridade para definir seus próprios caminhos e a coloca acima do mercado e da sociedade civil, sem nenhum tipo de compromisso e responsabilidade com seus financiadores.

### ESSÊNCIA QUESTIONADA

Na metade da década passada, uma hipótese formulada por Silvio Botomé no livro *“Pesquisa alienada e ensino alienante: equívoco da extensão universitária”* (Editora Vozes), foi bastante aplaudida entre pesquisadores e gestores atuantes na área de ensino superior. Para o autor, a multiplicidade de papéis que a universidade vem desempenhando tem feito com que ela se descaracterize, fato que determinou sua crise de identidade e a ur-

gente redefinição de seus papéis na sociedade. Diante das inúmeras demandas a ela direcionadas, a universidade assumiu funções próprias de ONG’s, de órgãos públicos, de empresas de assessoria financeira e contábil ou de entidades assistenciais.

Botomé argumenta que existe uma confusão entre “funções” e “atividades” da universidade; ou seja, se acredita que o ensino, a pesquisa e a extensão seriam as “funções” da universidade, enquanto que na verdade não passariam de meras atividades universitárias. Nessa análise, a função da universidade, sua coluna vertebral, seria produzir conhecimento e torná-lo acessível. É essa função que deveria orientar todas as atividades universitárias. Em outras palavras, a universidade somente deveria atender aquelas demandas que se enquadrassem nessa função.

Cumprе mencionar que a função atribuída por Botomé à universidade, amplamente aceita no meio acadêmico brasileiro, representa uma verdadeira camisa-de-força que impede o desenvolvimento natural da universidade contemporânea, tornando-a cada vez mais distante das reais necessidades da sociedade e do mercado; isto é, dos cidadãos que a financiam e que dela precisam. Sob essa óptica, a universidade continua sendo condenada a ser uma instituição anacrônica, distante de seu tempo.

Aceitando-se que a função da universidade se define a partir do atendimento das demandas advindas do mercado, torna-se evidente que a demanda por ensino é muito maior do que a demanda por pesquisa. As pessoas procuram a universidade porque querem ser treinadas e capacitadas para se inserirem no mercado de trabalho, e não para

fazerem pesquisa. É ilusório pensar que a geração de conhecimentos seja a função principal da universidade. Sem dúvida alguma, podem e devem existir universidades que façam pesquisa científica de ponta, mas no Brasil tais instituições são raras, uma vez que fazer pesquisa séria e competitiva exige muita dedicação, pesquisadores altamente qualificados e pesados investimentos. Mas a essência da universidade não é pesquisar, e sim ensinar e formar os recursos humanos de que a sociedade e o mercado necessitam para o seu desenvolvimento. Apostar que a função principal da universidade é fazer pesquisa é criar obstáculos à existência de um mercado altamente diversificado em termos de instituições, produtos e serviços educacionais.

A missão determinada por Botomé para a universidade enquadra-se em uma tradição universitária atualmente hegemônica, surgida com a instauração da universidade moderna, isto é, o modelo alemão de universidade de pesquisa. Implantado no início do século XIX, o modelo de universidade como instituição voltada principalmente para a pesquisa e a produção de conhecimento coloca o ensino na dependência da pesquisa, tornando-o um complemento da atividade principal da universidade, que seria o desenvolvimento da ciência.

O modelo da universidade de pesquisa expandiu-se rapidamente pelo mundo, tornando-se o modelo ideal para todas as universidades. No Brasil, foi impulsionado pelo regime militar e pela reforma universitária de 1968, permeando, pelo menos teoricamente, todo o sistema público. Sob a influência desse modelo foram sendo gerados argumentos como os de que “não é possível haver universidade sem pesquisa”, “a





ADOLFO IGNACIO CALDERÓN

pesquisa evita o ensino repetitivo de idéias ultrapassadas”, “o professor leciona e pesquisa, aplica em suas aulas as conclusões da pesquisa e retira das aulas questões, temas e sugestões para investigar”, e “a ausência da pesquisa impossibilita a reflexão crítica sobre a sociedade”. A função de tais argumentos é sempre realçar o caráter assessorio do ensino em relação às práticas de pesquisa.

No entanto, diante da chamada autonomia universitária – que nada mais é do que purismo acadêmico na definição dos temas de pesquisa diante do temor de serem instrumentalizados pelo mercado e pelo setor produtivo – a universidade vem deixando de ser um lugar de pesquisa e inovação de ponta. Surgem desta forma novos espaços dentro das empresas; o Estado cria ou fortalece determinados centros de pesquisa e os próprios pesquisadores universitários saem das universidades para atuar em instituições que apresentam melhores condições para a pesquisa científica.

A partir disso, pode-se afirmar que, se a universidade contemporânea atravessa uma crise de identidade, esta se deve de certa forma à crise vivida pelo modelo de universidade de pesquisa como modelo único e ainda hegemônico, modelo esse que não tem condições de sobrevivência institucional em tempos de crise fiscal, abertura econômica e hegemonia neoliberal. Outro problema desse modelo de universidade está no fato de que a maioria dos Estados nacionais, seus grandes mentores e financiadores, tem sua capacidade de ação limitada por sérias crises fiscais, o que os torna mais criteriosos e restritivos quanto aos investimentos a serem feitos em instituições científicas. Por fim, esse modelo de universidade apre-

senta um custo demasiadamente elevado para que se possa generalizá-lo para o sistema universitário como um todo, fazendo com que poucos setores da sociedade estejam dispostos a financiá-lo.

O que os críticos do modelo de universidade de pesquisa propõem é que, em vez de a pesquisa ser a coluna vertebral da universidade e o ensino ser uma atividade complementar, que seja o inverso: que o ensino e a formação humana tenham o papel que lhes foi conferido historicamente; isto é, a função central, a coluna vertebral, sendo a pesquisa uma atividade complementar. Entre os motivos alegados para essa inversão, pode-se destacar: primeiro, o fato de o ensino e a pesquisa serem atividades completamente diferentes; segundo, o fato de o ensino dever ser colocado em plano de destaque; terceiro, o fato de ser preciso recuperar a dimensão formativa do ensino e reconhecer o mérito dos bons educadores; e terceiro, o fato de a pesquisa não ser realmente um pré-requisito essencial para o ensino de qualidade e excelência.

## MODELO FALIDO

No Brasil, as discussões em torno da universidade de pesquisa se inserem em uma discussão maior, que diz respeito ao fracasso de um modelo universitário financiado pelo Estado, que instituiu uma política de desperdício de recursos públicos a partir da generalização do contrato de docente-pesquisador, em período integral, com dedicação exclusiva, em todo o sistema federal. O problema está no fato de que a maioria dos professores ganha seu salário sem desenvolver pesquisas. Configurou-se assim um sistema público

em que um número restrito de instituições realmente faz pesquisa científica, ao passo que grande parte dos docentes finge ser pesquisador.

Se o Estado realmente quer investir em pesquisa sólida e competitiva, por que então continua jogando fora os recursos públicos em vez de focalizá-los somente nas poucas instituições que realmente fazem pesquisa? Considerando-se a crise fiscal do Estado, até quando vai se desperdiçar os recursos públicos? Por que não se adotam salários diferenciados, de acordo com a produtividade de cada docente ou pesquisador? Por que o professor-pesquisador que tem uma produção irrelevante deve ganhar o mesmo que aquele que produz, cria e inova?

Todas essas questões estão no cerne da chamada reforma universitária e da chamada crise da universidade pública. O que amplos setores universitários sabem, mas não querem aceitar, é que o modelo de universidade de pesquisa, e com ele o sistema universitário público, está totalmente falido e em ruínas: não existem recursos financeiros para cobrir os custos dos ativos e inativos de uma estrutura gigantesca e salarialmente injusta, criada sob a ideologia do Estado de bem-estar.

Aceitar que a universidade pública esteja em ruínas significa reconhecer o esgotamento de um padrão de universidade que foi hegemônico em determinado período da história do ensino superior brasileiro. Diante disso, deve-se compreender o modelo emergente, bem como focar o desenho de um sistema universitário que se adapte às necessidades da sociedade brasileira. Admitir o esgotamento da universidade pública implica em refletir a respeito dos novos papéis do Estado e





da universidade, e estabelecer sistemas que possibilitem o melhor gerenciamento dos recursos públicos e privados, deixando de lado o corporativismo em prol do oferecimento de ensino e pesquisa em espaços nos quais possam ser realizados de forma competitiva, com eficiência e qualidade.

### **UM NOVO MODELO: A UNIVERSIDADE MERCANTIL**

Deve-se ter presente que vivemos um momento privilegiado, na medida em que assistimos a um acelerado processo de extinção de um determinado modelo de universidade, semelhante ao desaparecimento da universidade medieval teocêntrica, mas com uma diferença marcante: enquanto a universidade medieval demorou quase três séculos para ser extinta, o atual processo está ocorrendo em apenas algumas décadas.

É nesse cenário que propomos o debate em torno da idéia de universidade mercantil, uma espécie de matriz que poderá unificar todas as universidades que interagem no mercado de ensino universitário. A proposta de universidade mercantil representa o reencontro da universidade com suas origens, quando cada instituição tinha um perfil diferenciado e as relações mercantis eram explícitas.

Ela é a base, a plataforma sobre a qual se poderá montar o sistema universitário do futuro. A partir dela, cada universidade terá uma vocação específica, bem como terá autonomia

para empregar da melhor forma suas receitas. A universidade mercantil poderá ter fins essencialmente lucrativos ou uma vocação mais pública; poderá ainda ser uma universidade empreendedora, empresarialmente falando, ou conservadora.

A universidade mercantil é uma instituição que preconiza a flexibilidade, a diversidade e a variedade. Trata-se de uma empresa – uma agência prestadora de serviços na área da educação e do conhecimento – norteada pelo atendimento a diversas demandas da sociedade e do mercado, por meio de variados e diversificados produtos e serviços. É um modelo universitário contra-hegemônico que, ao agir dessa forma, vê sua missão e suas atividades permanentemente moldadas, definidas e renovadas.

Tendo como eixo norteador a função de formar e capacitar os recursos humanos necessários para o desenvolvimento da sociedade e do mercado, a universidade mercantil acena para um modelo que não descarta atividades complementares, como a pesquisa pura ou aplicada, assessorias e consultorias. Sua existência depende da demanda extrainstitucional, da missão de cada organização de ensino superior, dos nichos de mercado institucionalmente definidos e da viabilidade financeira de cada projeto.

A universidade mercantil é uma instituição flexível que não se fecha em modelos únicos e definidos, podendo assumir as mais variadas formas. Poderá ser uma instituição dedicada somente ao ensino, uma uni-

versidade voltada somente para a pós-graduação e a pesquisa, uma universidade especializada em uma área do conhecimento, sem necessidade de preservar a universalidade de campo (humanas, exatas e biomédicas), ou uma universidade voltada exclusivamente para o aperfeiçoamento de trabalhadores, graduados ou não. Os cursos, sua duração, as atividades de iniciação científica, a formação de pesquisadores nos cursos de mestrado e doutorado, os projetos de pesquisa, pura ou aplicada, serão definidos pela missão institucional, pela demanda existente e pela viabilidade financeira.

### **CONCLUSÃO**

Por fim, deve-se ressaltar que a universidade mercantil é uma empresa destinada a competir no mercado de ensino universitário, sujeita a *rankings* e sistemas de avaliação próprios de mercados transparentes, com informações que orientem a escolha dos consumidores.

Nesse processo, o Estado terá um papel decisivo na criação de condições para o fortalecimento do mercado universitário e para a construção de espaços para o exercício da cidadania. Seu foco será estimular a adoção de mecanismos de avaliação que contribuam para a construção de uma sociedade de cidadãos-consumidores conscientes e responsáveis, garantindo espaços e instrumentos que possibilitem a defesa do consumidor, coibindo propagandas enganosas e práticas de estelionato acadêmico.

Pensata convidada. Aprovada em 08.03.2004.

**Adolfo Ignacio Calderón**

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes. Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP.

E-mail: calderon@umc.br

