

A MERCANTILIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRA E AS ESTRATÉGIAS DE MERCADO DAS IES LUCRATIVAS

Cristina Helena Almeida de **Carvalho** – UnB

Introdução

O presente artigo tem como objetivo mapear o fenômeno recente de mercantilização da educação superior brasileira, dado pelo crescimento das IES lucrativas e a adoção de diversas estratégias de mercado na direção da financeirização, oligopolização e internacionalização.

O predomínio das instituições privadas no Brasil teve início com a Reforma Universitária de 1968 implementada durante o Regime Militar, que incentivou o surgimento e a manutenção, em princípio, de estabelecimentos isolados. Até então, o segmento privado compunha-se de um conjunto de IES confessionais e comunitárias, e, como não se previa, em termos jurídicos, a existência de empresas educacionais, todas foram denominadas como instituições sem fins lucrativos e, portanto, beneficiadas pela renúncia fiscal dos impostos sobre a renda, o patrimônio e os serviços, bem como pelo acesso a recursos federais.¹

Esse arcabouço legal ocultou o avanço no crescimento de grandes estabelecimentos mercantis que foram sendo aglutinados em universidades sem fins lucrativos, sendo que tal situação perdurou até a Lei de Diretrizes e Bases (LDB) em 1996, regulamentada pelo Decreto nº 2207/97 substituído pelo Decreto nº 2306/97, no governo Fernando Henrique Cardoso. O aparato normativo estabeleceu uma série de requisitos necessários para diferenciação entre as instituições não lucrativas e as empresas educacionais. Com isso, para aquelas que assumissem a configuração jurídica de instituições lucrativas a vedação à cobrança de impostos sobre a renda, o patrimônio e os serviços cairia por terra, assim como o acesso às verbas públicas.²

¹ Art. 150. Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

VI - instituir impostos sobre:

c) patrimônio, renda ou serviços dos partidos políticos, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei; (Constituição Federal, 1988).

² Art. 20. As instituições privadas de ensino se enquadrarão nas seguintes categorias:

I - particulares em sentido estrito, assim entendidas as que são instituídas e mantidas por uma ou mais pessoas físicas ou jurídicas de direito privado que não apresentem as características dos incisos abaixo;

II - comunitárias, assim entendidas as que são instituídas por grupos de pessoas físicas ou por uma ou mais pessoas jurídicas, inclusive cooperativas educacionais, sem fins lucrativos, que incluam na sua entidade mantenedora representantes da comunidade; (Redação dada pela Lei nº 12.020, de 2009)

A legislação explicitou a existência, até então, dissimulada de um processo de mercantilização da educação superior, já diagnosticado por Silva Júnior; Sguissardi (2000)³ e reafirmado por Sguissardi (2008)⁴ e Oliveira (2009), ora entendido, como a transformação da educação em mercadoria, cujo preço é determinado pelo mercado com intuito central de obter lucro, em benefício de seus proprietários e acionistas, a despeito das limitações definidas pelo governo federal no que concerne aos reajustes das mensalidades e às sanções aos estudantes inadimplentes.

É importante salientar que embora a imunidade fiscal não fosse mais possível para as instituições lucrativas, a redução dos custos operacionais foi garantida para aquelas que aderiram ao Programa Universidade para Todos (PROUNI) a partir de 2005. Conforme já analisado nos trabalhos de Carvalho; Lopreato (2005) e Carvalho (2006) a formulação do programa atendeu as demandas mais urgentes da iniciativa privada e foi muito bem-vindo pelos estabelecimentos mercantis, à medida que a adesão voluntária possibilitou a isenção do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e de três contribuições: Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e Contribuição para o Programa de Integração Social (PIS).

A recuperação parcial da desoneração fiscal combinada ao novo status jurídico estimulou a expansão e a transformação de estabelecimentos não lucrativos em empresas educacionais, conforme se observa na tabela abaixo, cujas taxas anuais de crescimento destas, sobretudo de 1995 a 2002, em matrículas, instituições, concluintes em cursos presenciais foram muito superiores a seus congêneres sem fins lucrativos.

III - profissionais, assim entendidas as que são constituídas por grupos de pessoas físicas ou por uma ou mais pessoas jurídicas que atendem a orientação profissional e ideologia específicas e ao disposto no inciso anterior;

IV - filantrópicas, na forma da lei. (Lei de Diretrizes e Bases, 1996).

³ Para os atores, a mercantilização manifesta-se na educação superior brasileira, cuja “referência identitária para as instituições do setor privado é a empresa organizada de forma capitalista. Busca-se aproximação com o setor produtivo, não só por causa dos ingressos orçamentários, mas, também, como parâmetro para o que deve ser “produzido” pelas IES”. (Silva Júnior; Sguissardi, 2000, p. 171).

⁴ A mercantilização da educação superior é entendida por Sguissardi (2008) sob a perspectiva teórica marxista, na qual a transformação em mercadoria é inerente à sociedade capitalista, e para a compreensão do fenômeno recorre a dois conceitos, ou duas faces da mesma moeda: a educação-mercadoria, como objeto de exploração de mais-valia ou de valorização pelos empresários da educação, mas até certo ponto também para os interesses privado/mercantis no aparelho do Estado, e a mercadoria-educação, dada pela expansão rápida de profissionais graduados (em algumas áreas específicas) que favorece o capital industrial, criando um exército de reserva que tende a rebaixar os salários dessa categoria profissional. Altbach (2002) identifica a existência recente de transformação da educação em uma mercadoria (*commodity*) comprada e vendida no mercado. Em termos econômicos *commodity* refere-se a um bem *tradable*, ou seja, comercializado internacionalmente, cujo preço é definido na bolsa de futuros nos Estados Unidos.

Entre 2003-2008, a exceção é o acréscimo semelhante em instituições nos dois modelos institucionais.

Tabela 1: Taxas de crescimento anual nas IES particulares

Dependência Administrativa	Matrículas		Cursos		Instituições		Concluintes	
	1995-2002	2003-2008	1995-2002	2003-2008	1995-2002	2003-2008	1995-2002	2003-2008
- Lucrativa*	24,7%	11,7%	28,5%	14,2%	28,8%	5,8%	17,9%	14,0%
- Não Lucrativa*	9,6%	2,6%	10,3%	8,4%	-5,8%	5,5%	10,1%	8,7%

Nota:

* Os dados para IES lucrativas e não lucrativas só existem a partir de 1999.

Fonte: Censo da Educação Superior - INEP/MEC

Entre 2008 e 2009, houve ligeira queda nas matrículas presenciais privadas, devido à redução significativa de estudantes em IES não lucrativas em 36%, enquanto, as IES lucrativas tiveram acréscimo de 18% em um ano, o que demonstra que estas permanecem em franca expansão, embaladas pelo movimento de reorganização do mercado. O movimento oposto é ainda mais visível nas matrículas em cursos a distância, com o aumento de 81% nas empresas educacionais e queda de 12% nas não lucrativas em um ano. Não foi possível verificar a trajetória dos dois modelos institucionais em 2010, pois o INEP divulgou os dados de forma agregada na classificação de “privada” como fazia antes de 1999.

Ainda que a conservação da renúncia fiscal seja vantajosa, seu abandono por parte das IES é compensado pela possibilidade de recebimento de aporte de capital, bem como por estas não estarem sujeitas ao maior rigor legal para comprovarem a condição de sem fins lucrativos. Ademais, há a questão patrimonial e sucessória em jogo, pois neste modelo institucional, o mantenedor não é dono do patrimônio construído pela instituição, nem pode deixá-lo aos seus sucessores. A seguir, pretende-se analisar as diversas facetas do movimento de mercantilização no nível superior.

Mercantilização da educação superior e as estratégias de mercado das empresas educacionais

A tendência à mercantilização da educação superior não se restringe ao caso brasileiro. A transformação do setor educacional em objeto de interesse do grande

capital é uma das consequências da globalização, em especial, nos países asiáticos e nos países desenvolvidos de origem anglo-saxônica, sobretudo, nos Estados Unidos.⁵ Não é à toa que existem inúmeras pesquisas sobre o tema que se ocupam do caso americano, tais como: Kinser; Levy (2005), Morey (2001), Kelly (2001) e Ryan (2001). Apesar da divergência na classificação feita por estes autores sobre os modelos institucionais americanos de empresas educacionais, é possível identificar três tipos: as universidades corporativas, as universidades à distância e as universidades lucrativas.⁶

As universidades corporativas são bastante numerosas nos Estados Unidos.⁷ São instituições vinculadas a grandes corporações multinacionais, nas quais o aprendizado está associado ao desempenho, à capacidade de trabalhar de forma mais produtiva e criativa dentro do contexto da empresa; ou, em níveis inferiores, simplesmente, à competência para executar tarefas designadas como contabilidade ou trabalho manual. Estas instituições têm um perfil de treinamento e baseiam-se em procedimentos, no ciclo curto e são centradas em tarefas, e, por isso, distanciam-se de um modelo tradicional universitário. No modelo de Universidade a distância americano existem inúmeros provedores privados, no entanto, somente a *Jones International University* oferece cursos exclusivamente *on line*, concentrados em negócios e educação.

Por sua vez, as empresas educacionais americanas, bem como suas congêneres em outros países, diferenciam-se de forma significativa das instituições não lucrativas. De maneira bastante simplificada, a diferença reside na máxima: as primeiras fornecem educação para ganhar dinheiro, as segundas aceitam dinheiro para fornecer educação. (Hawthorne apud Morey, 2001). Morey é mais específica quando afirma que

Os valores fundamentais e princípios subjacentes a estes dois tipos de instituições são dessemelhantes, tais como, as decisões sobre o currículo, o tipo de corpo docente, funções da pesquisa e extensão, governança institucional, admissões, serviços e similares. De particular importância para esta discussão é a ênfase diferente na capacitação profissional e educação para a vida e para cidadania. (2001, p. 307 – tradução nossa).

⁵ Sobre uma análise das características, das dificuldades na definição e dos modelos institucionais que compreendem o setor mercantil baseada no caso americano, consultar: Kinser; Levy (2005).

⁶ Para consultar uma lista de universidades americanas que se enquadram no perfil em cada um dos modelos institucionais, ver: Ryan (2001).

⁷ A pioneira americana foi a General Electric que lançou a *Crotonville Management Development Institute*, em 1955, mas o interesse na criação de uma Universidade Corporativa, como complemento estratégico do gerenciamento do aprendizado e desenvolvimento dos funcionários de uma organização, ocorreu no final da década de 80. Nos Estados Unidos, em 1988, 400 empresas investiram em seus próprios centros de estudo e qualificação profissional, dez anos depois, já eram 2.000.

Nas instituições mercantis, a escolha programática é limitada e a maioria dos cursos é orientada para os negócios, sendo que essas evitam perspectivas teóricas que não sejam imediatamente aplicáveis e relevantes ao trabalho, da mesma forma que não há necessidade de pesquisa por parte dos professores, nem existe qualquer expectativa de serviço à Comunidade. No entanto, esses modelos institucionais são bastante atraentes a uma clientela formada de alunos mais velhos, uma vez que oferecem cursos de curta duração, compostos por turmas pequenas e por poucas exigências. (Ryan, 2001).

Nos anos 90, as grandes instituições lucrativas passaram a ter suas ações negociadas na NASDAQ e na Bolsa de Valores de Nova York. Desde então, a educação superior tornou-se grande negócio e o segmento foi aquele que apresentou a maior taxa de crescimento de matrículas. A *DeVry* foi a primeira das grandes companhias educacionais a realizar oferta pública de ações em 1991, seguida pela *Apollo Group*, controladora da Universidade de Phoenix, cujas ações passaram a ser listadas na Bolsa de Valores de Nova York a partir de 1994. Essa teve um acréscimo brutal de alunos de 10.000 em 1990 para quase 60.000 no final de 1998.⁸

No Brasil, o fenômeno de mercantilização acentua-se no final da década de 90, no bojo do processo de globalização e de disseminação das tecnologias de informação, e manifesta-se, conforme salienta Oliveira (2009), através da oferta direta de cursos (presenciais e à distância), da produção de materiais instrucionais (livros, apostilas e software), do surgimento de consultorias empresariais responsáveis tanto pela assessoria de empresas educacionais no mercado financeiro, quanto na gestão de recursos ao setor. A pioneira no ramo é a CM Consultores, que funciona desde 1988, cujo dono é o Prof. Carlos Antônio Monteiro, especializada em gestão educacional, na oferta de cursos e seminários. Destacam-se ainda: a PRS Consultores; Lobo & Associados Consultoria e a Hoper Educacional. A primeira era de propriedade do ex-Ministro da Educação Paulo Renato de Souza, que parece estar desativada. A segunda está em funcionamento desde 1999 e é de propriedade de Roberto Leal Lobo e Silva Filho, ex-Reitor e Vice-reitor da USP e ex-Reitor da Universidade de Mogi das Cruzes, que oferece assessoria, consultoria, além de ministrar cursos, seminários, *workshops* e treinamentos aos gestores das IES privadas, venda de uma série de “produtos”

⁸A cotação acionária do grupo Apollo começou em US \$ 2 por ação e em 2001, a negociação estava em cerca de US \$33 por ação. (Morey, 2001).

direcionados a atender sua clientela.⁹ A terceira atua nas áreas de consultoria de gestão, estudos de mercado, educação executiva, produção de conteúdo e metodologias de ensino foi fundada pelo Prof. Ryon Braga em 1997.

Por sua vez, os três modelos representantes do setor lucrativo existentes em solo americano tiveram seus congêneres nacionais. O modelo de Universidade Corporativa teve origem em 1998, com a Universidade do Transporte proveniente da Transportadora Americana, seguida das empresas nacionais e multinacionais como Accor Brasil, Algar, Amil, AmBev, BankBoston, Elma Chips, Ford, McDonald's e Motorola. Na sua maioria, estas não têm campus, nem instalações físicas definidas, sendo que os cursos ofertados são virtuais. Existem também outras experiências de empresas que, embora não se denominem de Universidade Corporativa, fazem uso de seus princípios conceituais e estão pautadas por uma abordagem de gestão do conhecimento e de competências, como por exemplo: Gessy Lever, Volkswagem/Audi, Datasul e Rhodia. É também tendência adotada pelos bancos para treinamento de seus funcionários/servidores, como a Universidade Corporativa do Banco do Brasil e a Universidade Banco Central do Brasil (UniBacen). Vale salientar a inexistência de um levantamento oficial das empresas brasileiras que adotam o modelo de Universidade Corporativa,¹⁰ uma vez que o MEC não reconhece esse modelo institucional como pertencente o sistema formal de nível superior brasileiro.

Já o modelo de Universidade Virtual particular opera no País sob a forma de consórcios de instituições, representado pela Rede Brasileira de Educação à Distância composta por seis instituições privadas¹¹ e a Rede de Instituições Católicas de Ensino Superior (RICESU). Ainda que as IES públicas e privadas venham adotando o formato

⁹ Seus sócios fundaram, a partir de 2005, sob a denominação de “*Instituto Lobo para o Desenvolvimento da Educação, da Ciência e da Tecnologia*”, uma instituição sem fins lucrativos, com sede no mesmo local, com coincidência nas atividades, com exceção de oferta da assessoria e da consultoria.

¹⁰ De acordo com as estimativas da prof^a Marisa Eboli, que organiza um *ranking* entre as companhias nacionais, houve um crescimento extraordinário de 2.400% em dez anos, pois, em 1999, eram 10 unidades, e, em 2009, existiam 250 unidades. (França, 2009).

¹¹ A Rede Brasileira de Educação a Distância foi criada em 2000, é o resultado da associação de seis instituições de ensino superior particular que formaram o Instituto Universidade Virtual Brasileira. São elas: Associação Educacional do Litoral Santista (Centro Universitário Monte Serrat), SP, Associação Potiguar de Educação e Cultura (Universidade Potiguar), RN, Instituto Cultural Newton Paiva Ferreira (Centro Universitário Newton Paiva), MG, Instituto Superior de Comunicação Publicitária (Universidade Anhembi Morumbi), SP, União Superior de Ensino do Pará (Universidade da Amazônia), PA e Universidade Veiga de Almeida, RJ.

não presencial em alguns de seus cursos, instituições exclusivamente virtuais são raras, até mesmo entre as IES particulares.¹²

As empresas educacionais passaram a adotar novas estratégias em face da concorrência acirrada promovida pelo recente surto expansivo dos anos 90. Na busca por “clientes”, a diversificação de cursos possibilitou a oferta de modalidades de ensino com menor prestígio acadêmico, focadas na diferenciação em face da demanda ou do contexto local. São exemplos os cursos sequenciais, a distância e de extensão e de pós-graduação *lato sensu*. Para algumas IES de pequeno porte a solução foi permanecer especializadas em um determinado nicho acadêmico, direcionadas ao extrato de maior renda, tais como a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (IBMEC).

Outras maneiras de conquistar a clientela incluem desde a adoção de *marketing* agressivo direcionado ao acesso imediato ao mercado de trabalho, mediante o uso da imagem de artistas e/ou modelos como exemplos de pessoas bem sucedidas, até a divulgação de promoções nos valores das mensalidades, em clara competição predatória com o intuito de baratear para obter ganho em escala,¹³ sendo que o consumidor fica seduzido pelo preço a despeito da qualidade do serviço ofertado. Ambas têm sido utilizadas como instrumentos para atrair à demanda, porém, não parecem ser suficientes para sustentar as IES fragilizadas pela concorrência, diante das elevadas taxas de inadimplência e de desistência.¹⁴

Seguindo a tendência internacional, além das táticas adotadas pelas IES mercantis para envolver a clientela, foram promovidas transformações no âmbito dos negócios. Destaca-se, em primeiro lugar, a profissionalização da gestão dos estabelecimentos educacionais. Tendo em vista que a maior parte das mantenedoras é administrada por familiares, fez-se necessário o surgimento do “reitor profissional”. Este seria um docente proveniente do segmento público, com a carreira acadêmica reconhecida, que atraído pelo salário elevado assumiria a “... *mediação entre a Mantenedora e a mantida, administrando-a sob as diretrizes da política estratégica da mantenedora cujo objetivo principal tenderá a ser o lucro financeiro e o aumento e*

¹² A exceção, no caso brasileiro, é a Associação Internacional de Educação Continuada (AIEC), faculdade fundada em 1999, com o objetivo de ofertar cursos de administração a distância.

¹³ Ver a este respeito Baldan (2007).

¹⁴ Nas IES particulares, a taxa de inadimplência chega a 23% e a taxa de evasão a 25%, sendo 27% nas lucrativas. Ver a este respeito, Holanda (2007) e Silva Filho et al. (2007).

estabilidade patrimoniais.” (Silva Jr; Sguissardi, 2000, p. 165). Um caso exemplar dessa tendência ocorreu na Universidade de Mogi das Cruzes, cujo reitor proveniente do quadro funcional da USP, abriu, posteriormente, uma empresa de consultoria em educação, já mencionada. Nesta linha, outra mudança organizacional importante consiste na adoção de Modelos de Excelência de Gestão sugeridos pela Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). Cabe exemplificar os estabelecimentos de ensino que adotaram o modelo como: as Faculdades Rio Branco, a Uniban e a Uniararas.¹⁵

A segunda estratégia reside na transfiguração de Universidades e Centros Universitários em grandes conglomerados ou *holdings*. Isto vem ocorrendo por meio de reestruturação operacional, seja pela aquisição de instituições de porte médio ou pequeno em dificuldades financeiras, seja através de fusões de capital, cuja cooperação permite ganhos de escala e maior fatia de mercado, bem como novos nichos de mercado geográficos e vantagens pelo crescimento de alunos e de cursos já autorizados pelo MEC. O processo de concentração de capital toma novos ares com a abertura de capital de quatro empresas educacionais, como será abordado a seguir, já que estas se tornaram responsáveis pela maioria das operações de fusões e aquisições no setor. Casos exemplares são a compra do Centro Universitário Ibero-Americano (Unibero), pelo grupo Anhanguera Educacional,¹⁶ em 2007, seguida, de perto, pela Universidade Estácio de Sá,¹⁷ que adquiriu o Centro Universitário Radial (UniRadial), em São Paulo e a Kroton, de Belo Horizonte adquiriu, em 2011, o Centro de Ensino Atenas Maranhense.¹⁸ Por se tratarem de estabelecimentos de grande porte, essas operações são emblemáticas do movimento de oligopolização do setor, no formato de conglomerados educacionais, cuja mantenedora empresa *holding* controla os negócios das demais.

De acordo com a KPMG Consultoria, empresa responsável pela publicação sobre a trajetória das fusões e aquisições na economia brasileira, em 2007, houve 19 aquisições no setor educacional, o que motivou o desmembramento deste, a partir do ano seguinte, da classificação até então genérica de “outros” para setor “educação”. Em

¹⁵ Ver a este respeito Gorgulho (2007).

¹⁶ De acordo com informações de seu site, a empresa oferece cursos em sete estados, com mais de 140 mil alunos. Consultar a este respeito: <http://www.unianhanguera.edu.br/home/index.php>

¹⁷ O site informa que em dezembro/2011 são 240 mil alunos nas modalidades presencial e à distância, nos cursos de graduação e pós-graduação, em 68 campi em 17 estados da Federação. Consultar: http://www.estacioparticipacoes.com/estacio2010/web/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=3009

¹⁸ Conforme o site da empresa (<http://www.kroton.com.br/>), a Kroton conta com 38 campi, em 28 municípios distribuídos em 9 Estados da Federação.

2008, foram registradas 53 transações, o que levou a impressionante posição de terceiro lugar no *ranking* setorial. Em 2009, em virtude da crise internacional que assolou o mercado financeiro em geral, e o setor educacional em especial, houve redução acentuada para 12 operações, ainda assim, este ocupou a 12ª posição entre os setores econômicos. Em 2010, ocorreu ligeira recuperação para 15 operações até o 3º trimestre do ano, o que levou a ascensão de uma posição no *ranking*.¹⁹

Outra estratégia consiste na venda parcial do estabelecimento nacional ao capital estrangeiro. Como o projeto de reforma da Educação Superior ainda se encontra no Congresso Nacional desde 2006, cujo teor limitaria a 30% do capital total e votante das IES que poderia ser destinado a estrangeiros, inclusive, com vedação de franquia, não há, até o momento, nenhum óbice legal a esse tipo de movimento de internacionalização da oferta educacional. Seus precursores são: a *Laureate Education* adquiriu 51% do capital da Universidade Anhembí Morumbi, em 2005, e, 90% do Centro Universitário Hermínio da Fonseca, em 2010, a *Whitney International University System*²⁰ adquiriu 60% do capital das Faculdades Jorge Amado (Bahia), que em 2006, foi transformada em Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE); e a rede *DeVry University* adquiriu 69% da Faculdade Nordeste.²¹ As três representam grandes conglomerados provenientes de empresas americanas com ampla capilaridade no mundo dos negócios. Cabe destacar que a Apollo Internacional tentou realizar operação de compra da UNIP e do colégio Objetivo, em 2008, ambos de propriedade de João Carlos Di Gênio, cuja proposta envolvia R\$ 2,5 bilhões, que foi prontamente recusada por seu proprietário. Este grupo já havia adquirido parte do Grupo Pitágoras, em 2001, cujo negócio foi desfeito em 2006, quando o Grupo Pitágoras recomprou a parte do investidor internacional.

A manifestação mais significativa do fenômeno de mercantilização pode ser observada por meio das aquisições realizadas por Fundos *Private Equity* e pela abertura de capital das empresas educacionais na Bolsa de Valores (*IPOs*) a partir de 2007. Os primeiros são fundos de investimento em participações de empresas de capital aberto ou

¹⁹ Essas informações podem ser encontradas na publicação “Pesquisa de Fusões e Aquisições 2010 – 3º trimestre” elaborada pela consultoria KPMG, que é uma rede global de firmas independentes que prestam serviços profissionais de *Audit, Tax e Advisory*.

²⁰ Whitney é uma rede universitária global com sede em Dallas, no Texas (EUA), conta com instituições parceiras e escritórios nos Estados Unidos, por toda a América Latina, norte da África e Oriente Médio.

²¹ Ver a este respeito publicação “Fusões e Aquisições no Ensino Superior: Panorama Setorial” da CM Consultoria, em CM (2010).

fechado, com envolvimento posterior da entidade gestora/investidora nos foros de gestão da entidade investida.²² Entre 2006 e primeiro trimestre de 2010 foram realizadas cinco grandes operações. O banco Pátria realizou a aquisição por meio de um fundo de investimento em participações de 68% da Anhanguera Educacional; a GP Investimentos adquiriu 20% da Estácio Participações (2008); o *Cartesian Capital Group* comprou a Faculdade Maurício de Nassau (2008); o *Advent* adquiriu 50% da Kroton Educacional (2009); *Capital Intl* efetuou operação de compra do IBMEC Educacional, no início de 2010.

Os Fundos *Private Equity* têm condições de injetar somas elevadas de recursos nos negócios educacionais através de grupos fechados de grandes especuladores (nacionais e internacionais), mediante a exigência de reestruturação baseada na redução de custos, na racionalização administrativa, na profissionalização da gestão (Oliveira, 2009), e, sobretudo, na adoção dos princípios de “governança corporativa”.²³ No Brasil, o primeiro código sobre o tema surgiu em 1999 elaborado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Nele constavam quatro princípios fundamentais que devem ser observados pelas empresas: transparência, equidade, prestação de contas (*accountability*) e responsabilidade corporativa. No caso dos “negócios” em educação superior, os princípios envolvem: perpetuar o negócio; melhorar a imagem institucional; garantir desempenho acima da média do mercado; facilitar a entrada de investimentos; reduzir os conflitos de interesses e os conflitos familiares e garantir maior segurança quanto aos direitos dos proprietários. Este último aspecto torna-se central na medida em que o mercado considera que a instituição praticante da governança corporativa apresenta menor risco ao investidor.²⁴

Por fim, o movimento mais recente no mercado educacional brasileiro consiste na abertura de capital e na oferta pública de ações (*IPOs*) de empresas educacionais na Bolsa de Valores de São Paulo, em 2007, que foram classificadas no

²² Consultar o site da Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital (ABVCAP): <http://www.abvcap.com.br>

²³ O conceito surgiu nos Estados Unidos, na década de 90, motivado por um grupo de acionistas que pretendia criar novas regras para proteção contra os abusos das diretorias executivas e a inércia dos conselhos de administração das empresas.

²⁴ As três ferramentas que garantem uma gestão e governança de boa qualidade são: planejamento estratégico permanente e desafiador, por meio do qual a instituição se mobiliza para construir o seu futuro a partir da intenção clara dos acionistas; gestão de risco capaz de identificar as vulnerabilidades, probabilidades de riscos e as oportunidades existentes no mercado e o desenvolvimento das pessoas, alinhando-as à estratégia de negócio da instituição. (Bonventti, 2008).

“nível 2” de governança corporativa, ou seja, enquadradas naquelas que têm obrigações adicionais relativas aos direitos dos acionistas e do conselho de administração. São elas: Universidade Anhanguera, Universidade Estácio de Sá, Faculdade Pitágoras e o Sistema COC de Educação e Comunicação (educação básica e educação superior). A partir da conversão em Sociedades Anônimas suas razões sociais foram alteradas para: Anhanguera Educacional Participações S.A., Estácio Participações S.A, Kroton Educacional S.A. e Sistema Educacional Brasileiro S. A., respectivamente. Não é por acaso, que a composição societária destas empresas foi alterada pela saída progressiva dos sócios individuais substituídos por fundos de investimento em renda variável e por outras empresas.

É importante salientar que o mecanismo de captação de recursos através do mercado de capitais, seja via fundos específicos, seja via lançamento de ações em bolsa, permite a capitalização concentrada no tempo de grande aporte de recursos de modo a subsidiar o processo intenso de aquisições/fusões, visando o crescimento em larga escala. Não é à toa que as quatro companhias tem realizado diversas aquisições nos últimos anos,²⁵ fazendo com que seus patrimônios líquidos apresentem desempenho significativo: enquanto no SEB e na Estácio houve um acréscimo de 11,45% e 13%, respectivamente, os grupos Kroton e Anhanguera tiveram um incremento extraordinário de 82% e 117%, respectivamente. Em 2011, o SEB deixou de ter cotação de suas ações no mercado acionário. A Kroton, a Anhanguera e a Estácio permanecem cotadas na bolsa de valores brasileira e contam, respectivamente, com 11.297, 13.742 e 10.890 investidores entre pessoas físicas e clubes de investimento. Outro dado importante é participação do setor “serviços educacionais” na BOVESPA. Entre abril de 2011 a março de 2012, este representava 0,43% das negociações e 0,53% em volume monetário.²⁶

Torna-se relevante analisar as implicações do surgimento desse novo modelo de empresa educacional. Em primeiro lugar, vale enfatizar que esses dois instrumentos financeiros estabelecem o comprometimento da gerência com os interesses dos acionistas/cotistas. Isto significa dizer que os objetivos da empresa transcendem a maximização do lucro, uma vez que ficam subordinados à maximização do valor

²⁵ Sobre as operações efetuadas por cada delas, consultar: Oliveira (2009).

²⁶ Consulta as empresas listadas na BOVESPA no setor “Serviços Educacionais” no site: <http://www.bmfbovespa.com.br/home.aspx?idioma=pt-br>. Última consulta realizada em abril de 2012.

acionário no mercado de capitais. Neste sentido, todas as estratégias de gestão devem convergir para ampliação dos lucros de curto prazo.²⁷ Em segundo lugar, o controle sobre a origem do capital (nacional ou estrangeiro) fica comprometido, já que o capital de risco proveniente dos fundos de *Private Equity* e do investimento em renda variável (ações), ao mesmo tempo, que pulveriza a propriedade, permite a aquisição e a concentração societária por parte de especuladores ou de outras empresas educacionais estrangeiras, de modo a interferir nas decisões centrais administrativas por meio da compra de ações ordinárias que tem direito a voto nas assembleias de acionistas.

É oportuno lembrar que as novas estratégias de acumulação de capital no setor educacional, através do mercado de capitais, que se tornaram factíveis para um grupo ainda restrito de IES mercantis, fazem parte das transformações ocorridas no mercado financeiro mundial, a partir dos anos 70, de liberação e desregulamentação dos fluxos financeiros, da interligação dos mercados, da criação de inovações financeiras (derivativos, securitização, contratos futuros, etc.) e de fundos de investimentos institucionais, que estudiosos denominam de processo de “financeirização”.²⁸ O fenômeno tomou grandes proporções na economia americana e tornou-se bastante evidente nos países desenvolvidos. Ainda que a economia brasileira tenha sofrido sua influência, o financiamento via mercado de capitais ainda é demasiado incipiente. Entretanto, no caso específico da educação superior, há fortes indícios de “financeirização” no âmbito do comportamento das empresas educacionais, à medida que a lógica dos negócios passou a ser a “*dominação da maximização do valor ao acionista entre os objetivos corporativos*”. (Guttmann, 2008, p. 12). As decisões empresariais são tomadas, em última instância, visando o aumento da proporção de lucros pagos na forma de dividendos. Com isso, os investidores institucionais tem papel central à medida que utilizam o direito de propriedade para impor, como indicador de desempenho, os rendimentos trimestrais por ação, e, portanto, a lógica financeira prevalece nas diretorias e na adoção das normas de governança corporativa. A prioridade são os resultados de curto prazo em detrimento das atividades de longo prazo.

²⁷ Ver a esse respeito: Aguilera; Jackson (2003) e Lanzonick; O’Sullivan (2000).

²⁸ Autores de diversas correntes teóricas investigaram a financeirização e o regime de acumulação dominado pelas finanças. No Brasil, a interpretação pioneira pertence a Braga (1985). Para um mapeamento das abordagens do processo de financeirização e sobre o regime de crescimento conduzido pelas finanças no Brasil, consultar: Bruno et al. (2009).

Sob a feição das finanças corporativas, o crescimento da atividade ocorre por meio de fusões e aquisições, bem como pelos fundos de *private equity* que são decisivos na busca pelo controle acionário dos negócios. Guttmann alerta para os efeitos deletérios da financeirização à medida que “*o preço da ação é, portanto, a variável chave em torno da qual a gestão corporativa organiza a sua atuação, incitando reaquisições frequentes de ações, o uso de ações como moeda, o afrouxamento das normas contábeis e a manipulação de demonstrações financeiras.*” (2008, p.13).

A nova lógica financeira das IES mercantis acompanhada das demais estratégias organizacionais são incompatíveis como os princípios que norteiam o processo educativo. Este modelo institucional adaptado ao segmento educacional promove conflitos evidentes entre os valores educacionais e dos negócios, à medida que os provedores corporativos, virtuais e aqueles com fins lucrativos manifestam um *ethos* que privilegia a grande empresa e a realização individual, e, desta forma, exacerba-se uma abordagem instrumentista da educação. (Ryan, 2001).

Conclusão

A classificação de “particular em sentido estrito” formalizou uma situação concreta vivida por grande parte das IES privadas brasileiras. O status jurídico de empresa educacional teve efeito inicial de aumento nos custos operacionais pelo pagamento de impostos ao erário público. Contudo, em meados dos anos 2000, a adesão ao PROUNI restabelece parte da desoneração fiscal. Com isso, as IES lucrativas permaneceram tendo acesso a recursos públicos indiretos e passaram a usufruir dos mercados financeiros. O crescimento do segmento tem sido bastante significativo tanto na modalidade presencial como a distância.

O fenômeno recente que não pode ser ignorado é o movimento multifacetado de financeirização, oligopolização e internacionalização da educação superior brasileira. Apesar da nova feição do processo de mercantilização apresentar-se restrito a poucas de IES mercantis, porém estas tem grande peso no cômputo das matrículas e de cursos. Mais do que isso, é um elemento central na análise acerca dos limites e das possibilidades da política pública educacional e mostra-se incompatível com o processo educativo. O caráter mercantil no nível superior torna-se central tanto no que tange à interferência política no processo decisório, através da atuação de *lobbys* e de bancadas no Congresso Nacional financiados pelos grupos com

maiores recursos econômicos, como pelas dificuldades enfrentadas pelo Poder Público em neutralizar o avanço do movimento de concentração e internacionalização do capital no setor, inerente às atividades econômicas mais pujantes sob o domínio do capitalismo globalizado e oligopolista.

A despeito da importância do setor educacional lucrativo vem adquirindo no Brasil e no mundo, o que pode ser observado no 4º Fórum Acadêmico dos BRICS realizado no mês de março do corrente ano, no qual uma das mesas de discussão chamava-se “*Skilling and Direct Investments in Education Sector*”, é curioso notar que o INEP deixou de divulgar as informações discriminadas relativas às instituições lucrativas e não lucrativas no Censo da Educação Superior de 2010, o que impossibilita à análise quantitativa sobre o segmento empresarial.

Torna-se necessário o acompanhamento e o aprofundamento dos estudos sobre o tema e a construção de uma agenda futura de pesquisas que envolva estudos comparativos sobre o segmento mercantil entre o caso brasileiro e os países latino-americanos e países em desenvolvimento.

Bibliografia

AGUILERA, R.; JACKSON, G. The cross-national diversity of corporate governance: dimensions and determinants. **Academy of Management Review**, v. 28, nº 3, p. 447–465, 2003.

ALTBACH, P.G. **Knowledge and education as international commodities: the collapse of the common good**. Current Issues in Catholic Higher Education, Washington, DC, n. 22, p. 55-60, 2002. Disponível em: <www.bc.edu/bc_org/avp/soe/cihe/newsletter/News28/text001.htm>. Acesso em: 15 jun. 2010.

BALDAN, J.C. Concorrência em Confronto. **Ensino Superior**, nº 102, mar. 2007.

BONVENTTI, R. C. Força e transparência. **Ensino Superior**, edição nº 118, jul. 2008.

CARVALHO, C. H. A. de. O Prouni no Governo Lula e o Jogo Político em torno do acesso ao Ensino Superior. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 27, nº 96, Especial, p. 979-1000, out. 2006.

_____. ; LOPREATO, F. L. C. Finanças Públicas, Renúncia Fiscal e o PROUNI no Governo Lula. **Impulso**, Piracicaba, v. 16, nº 40, p. 93-104, maio-ago. 2005.

FRANÇA, L. de. Universidades corporativas crescem 2.400% em dez anos. **Veja**. 06. mai. 2009. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/universidades-corporativas-crescem-brasil> >. Acesso em : 08. ago. 2009.

- GORGULHO, V. Qualidade em pauta. **Ensino Superior**, nº 107, ago. 2007.
- GUTTMANN, R. Uma introdução ao capitalismo dirigido pelas finanças. **Novos Estudos**, São Paulo, nº 82, p. 11-33, nov. 2008.
- HOLANDA, J. O desafio é ser atraente. **Ensino Superior**, v. 9, n. 100, p. 28-35. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://revistaensinosuperior.uol.com.br/textos.asp?codigo=11874>>. Acesso em: 10. mar. 2009.
- KELLY, K.F. **Meeting needs and making profits: the rise of for-profit degree-granting institutions**. Denver: Education Commission of the States, 2001.
- KINSER, K.; LEVY, D.C. **The for-profit sector: US patterns and international echoes in higher education**. Albany: University of Albany, 2005. (PROPHE Working Paper Series, n. 5). Disponível em: <<http://www.albany.edu/dept/eaps/prophe>>. Acesso em: 03.fev. 2010.
- KPMG. **Pesquisa de Fusões e Aquisições 2009 – 4o trimestre: Espelho das Transações Realizadas no Brasil**. Disponível em: <http://www.kpmg.com.br/publicacoes/fusoes_aquisicoes/2009/Fusoes_Aquisicoes_4_trim_2009.pdf> Acesso em: 04. jul. 2010.
- LANZONICK, W.; O'SULLIVAN, M. Maximizing shareholder value: new ideology for corporate governance. **Economy and Society**, v. 29, nº 1, p. 13-35, fev. 2000.
- MOREY, A. The growth of for-profit higher education. **Journal of Teacher Education**, Washington, DC, v. 52, n. 4, p. 300-311, 2001.
- OLIVEIRA, R. P. A transformação da educação em mercadoria no Brasil. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 30, nº 108, p. 739-760, out. 2009.
- RYAN, Y. Higher education as a business: lessons from the Corporate World. **Minerva**, Netherlands, v. 39, n. 1, p. 115-135, 2001.
- SGUISSARDI, V. Modelo de expansão da educação superior no Brasil: predomínio privado/mercantil e desafios para a regulação e a formação universitária. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 29, nº 105, p. 991-1022, dez. 2008.
- SILVA FILHO, R. L. L. et al. A Evasão no Ensino Superior Brasileiro. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 132, set./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/v37n132/a0737132.pdf>>. Acesso em: 03. jul. 2008.
- SILVA JÚNIOR, J. dos R.; SGUISSARDI, V. A Educação Superior Privada no Brasil: Novos Traços de Identidade. In: SGUISSARDI, V. (org.). **Educação Superior: Velhos e Novos Desafios**. São Paulo: Xamã, 2000, p. 155-177.