

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

Cristina Helena Almeida de **Carvalho** – UnB

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. Seguindo a tendência internacional, além das táticas adotadas pelas IES mercantis para atraírem a demanda, foram promovidas transformações no âmbito dos negócios. Destacam-se a profissionalização da gestão dos estabelecimentos educacionais e a transfiguração de Universidades e Centros Universitários em grandes conglomerados ou *holdings*. Outra estratégia usada consiste na venda parcial do estabelecimento nacional ao capital estrangeiro. A manifestação mais significativa deste fenômeno pode ser observada através das aquisições realizadas por Fundos *Private Equity* e pela abertura de capital das empresas educacionais na Bolsa de Valores (*IPOs*) a partir de 2007. Conclui-se que o processo de mercantilização é um elemento central na análise acerca dos limites e das possibilidades da política pública educacional brasileira e, ao mesmo tempo mostra-se incompatível como os princípios que norteiam o processo educativo.