



O PROGRAMA UNIVERSIDADE PARA TODOS – PROUNI - COMO FORMA DE INCLUSÃO NO ENSINO SUPERIOR E DIFUSÃO DA GESTÃO DO CONHECIMENTO

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar uma revisão bibliográfica dos temas gestão do conhecimento, qualidade em serviços e analisar como a teoria do conhecimento e da qualidade em serviços pode contribuir para o programa universidade para todos PROUNI. A justificativa do campo empírico sustenta-se no fato de este ser o principal instrumento de inclusão ao ensino superior para estudantes egressos do ensino médio da rede pública ou da rede particular na condição de bolsistas integrais, com renda per capita familiar máxima de três salários mínimos. O programa é uma política pública do governo federal e tem como característica a troca de isenções tributárias por bolsas de estudo nas faculdades/universidades particulares. A pesquisa é qualitativa e estudo de caso e apresentou como resultados a indicação do PROUNI como instrumento de democratização de ensino superior, sendo, portanto efetivo na formação e difusão da gestão do conhecimento como atributo às pessoas por ele beneficiadas.

Palavras-chave: gestão do conhecimento, qualidade em serviço, PROUNI.



1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem a finalidade de traçar um panorama geral sobre questões como gestão do conhecimento e qualidade nos serviços com foco direcionado ao sistema de ensino superior, abrangendo desde o surgimento das instituições universitárias em nosso país, até a criação do Programa Universidade para Todos – PROUNI, como instrumento de “inclusão” no sistema de ensino superior.

Muito se houve falar em gestão do conhecimento, mas muito se observa uma forma incorreta de entendimento desse processo. Recentemente as empresas e organizações tem se deparado com mudanças cada vez mais rápidas e intensas, tanto em seu ambiente interno, como por exemplo, no sentido comportamental e estratégico, como no ambiente externo, como o mercado e as relações econômicas. Essas mudanças de maior velocidade surgiram com o advento da chamada globalização. Podemos entender globalização como uma necessidade da dinâmica do capitalismo mundial em expandir seus negócios, de buscar novos clientes, já que seus mercados internos mostram-se saturados.

Destaca-se também outro aspecto importante e que ganha destaque nos debates teóricos que é a qualidade na prestação de serviços e, que há muito, vem deixando de ser algo marginal em relação aos produtos. A educação aqui é entendida como serviço, por isso a proposta de analisar a gestão do conhecimento e prestação de serviço em campo empírico de relevância para o país como o programa PROUNI.

O PROUNI é um programa que concede bolsas de estudos nas universidades de caráter privado em troca da renúncia de impostos tem cunho de ação afirmativa por parte do Estado. O programa, embora muito criticado pela sua concepção e pela renúncia fiscal que favorece instituições particulares de ensino, tem mostrado resultados positivos no que se refere a “democratização” do conhecimento a extratos da população mais vulneráveis a exclusão socioeconômica. A evolução do programa é inegável, e a parcela da população atendida cresce a cada ano, mostrando que o mesmo tem alcançado seu objetivo de promover o acesso de pessoas, até então excluídas, ao sistema de ensino superior.

2. DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

2.1 Gestão do Conhecimento

O autor Peter Drucker, em seu livro *Uma era de descontinuidade* (1970), identificou os principais fatores que estavam alterando os paradigmas da época: a tecnologia da informação, a globalização dos mercados e o crescente interesse pelo conhecimento como recurso crucial da economia. Agrupados, esses fatores direcionam a sociedade para a nova era, a “Era do conhecimento”, ou, a “economia baseada em conhecimento”. Mas essa “expansão” dos mercados também pode ser citada como uma consequência das rápidas mudanças nos processos de informação em que vivemos, hoje elas circulam entre os países quase que instantaneamente através da internet. Muitas transações entre as empresas “globalizadas” são feitas hoje através dos meios digitais, o que além de mais velozes são



também mais econômicas. Mas tudo isso tem seu preço, e o de maior impacto às empresas é a concorrência, que aumenta na mesma proporção da velocidade das informações disponíveis. Uma empresa hoje não enfrenta apenas seus concorrentes locais, de sua cidade, ela tem que disputar o mercado com inúmeras outras empresas, com as instabilidades de mercado e as incertezas do futuro. E como ser tão competitivo nesse mercado? Para isso não basta apenas comprar bem sua matéria-prima, ter um eficiente processo de custos, ter bons produtos, é necessário ir além das práticas industriais e comerciais até então praticadas. Segundo DRUCKER (apud NONAKA e TAKEUCHI, 1997, p. 5), “na nova economia, o conhecimento não é apenas mais um recurso, ao lado dos tradicionais fatores de produção – trabalho, capital e terra – mas sim o único recurso significativo atualmente”. Assim, o poder econômico e de produção das empresas modernas não está mais em seus ativos imobilizados, mas sim em suas capacidades intelectuais e de serviços. DRUCKER ainda diz que o “trabalhador do conhecimento” hoje nas empresas é seu maior ativo. Nesse contexto abordamos o tema Gestão do Conhecimento.

Assim a valorização do conhecimento e sua aplicação nas organizações criaram a necessidade de concepção da Gestão do Conhecimento (GC). O conceito Gestão do Conhecimento (*Knowledge Management*) surgiu no início da década de 1990, por Karl Erick Sveiby, também conhecido por ser o pai do conceito de *Knowledge Organizations*.

A gestão do conhecimento engloba nas organizações a busca por melhor desempenho competitivo, favorecendo a inovação e requerendo uma nova forma de olhar e pensar das mesmas. Mas o que é conhecimento? Para Nonaka e Takeuchi (1997, p.28) “o conhecimento é um processo humano dinâmico para justificar a crença pessoal com relação à verdade”, também os mesmos autores (1997, p.33) citam que “conhecimento significa sabedoria adquirida a partir da perspectiva da personalidade como um todo”. Já Moran (1994, p.23) define o termo conhecimento como “compreender todas as dimensões da realidade, captar e expressar essa totalidade de forma cada vez mais ampla e integral”. Para Davenport (1998, p.19), o “conhecimento é a informação mais valiosa (...) é valiosa precisamente porque alguém deu à informação um contexto, um significado, uma interpretação (...)”. Deste modo podemos observar que o “foco” das empresas hoje não é mais seus recursos tangíveis, mas os recursos intangíveis, aqueles que não pode ser visto, mas que agregam valor aos seus produtos e a organização como um todo. Neste aspecto o conhecimento torna-se a “chave para o sucesso”. Assim fica evidente que hoje as empresas precisam desenvolver práticas para administrar a autotransformação, criando novos conhecimentos pelas ações de melhoria contínua de suas atividades, e mantendo a motivação e produtividade de seus trabalhadores.

2.2 Conhecimento e Informação

Antes de falar em gestão do conhecimento propriamente dito, faz-se necessário distinguirmos o que é um dado de uma informação e o conhecimento. Muitas pessoas nas organizações desconhecem as diferenças e conceitos de cada um dos termos. Como dado podemos entender a simples observação de um determinado momento, de um determinado fato. Para Carter e Silverman (apud ROBBINS, 2000, p.151) dados podem ser definidos como “fatos crus, não analisados como números, nomes ou quantidades. Mas, na forma de dados, esses fatos são relativamente inúteis ao gerente”. Davenport e Prusak (1998) dizem que dados



são um conjunto de fatos distintos e objetivos relativos a um evento. Dados são facilmente quantificados e estruturados, e facilmente obtidos por equipamentos de informática, porém dado por si só tem pouca relevância para a organização. Para compreender melhor, imagine uma organização educacional, nela obtem-se que possui 2000 alunos. Isso isoladamente é um dado. Apenas esse número não nos diz muita coisa.

Informação é a análise dos dados obtidos. Peter Drucker (apud ALVARENGA NETO, 2008, p. 18) define informação como “dados dotados de relevância e propósito”. No caso do exemplo anterior, 2000 alunos isoladamente não nos permite fazer-mos nenhuma análise, é preciso ter um objetivo, um propósito para transformar esse dado “bruto” em informação. Se temos o dado, da quantidade de alunos, podemos dizer se esse número é muito ou pouco para o tamanho da organização por exemplo. Como estes 2000 alunos estão distribuídos entre os cursos ofertados é outra análise que podemos realizar. Os dados são transformados em informações por meio de contextualização dos nossos objetivos. A informação, ao contrário dos dados, não são facilmente obtidas com recursos da informática, para isso faz necessário a intervenção humana no processo de transformar dados em informações. Mas ter a informação ainda não é a etapa fundamental para as organizações. As informações, que são dados dispostos de tal forma que façam sentido, de nada servem se não houver interpretação das informações geradas. Assim nota-se a importância do conhecimento no processo.

Conhecimento segundo Alvarenga Neto (2008) é a informação mais valiosa, visto que exige análise, síntese, reflexão e contextualização. Dixon, citado por Alvarenga Neto (2008) afirma que o conhecimento é os elos significativos que as pessoas fazem nas suas cabeças entre informação ação praticada. Para Davenport e Prusak (1998, p.6) conhecimento é definido como:

“(...) uma mistura fluída de experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, a qual proporciona uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações. Ele tem origem e é aplicado na mente dos conhecedores”.

Para “Nonaka e Takeuchi (1997, p. 63) o conhecimento é “crença verdadeira e justificada”, "o conhecimento, ao contrário da informação, está relacionado à ação”.

Após a contextualização acima, podemos observar que um fato é decorrente de outro, para a formação do conhecimento faz-se necessário possuir informações, e para a criação dessas informações faz-se necessário possuir dados. A fase do conhecimento está na mente das pessoas da organização, é representada pela experiência do indivíduo e sua interpretação sobre determinado fato. Assim, as organizações que souberem distinguir essas fases, terão uma vantagem competitiva em sua gestão com a capacidade de criar e compartilhar de forma mais eficaz o conhecimento, tornando-se um dos principais “ativos” da empresa.

Podemos resumir as características de cada elemento na formação do conhecimento observando a Figura 1:

Figura 1: elementos na formação do conhecimento



DADOS	INFORMAÇÃO	CONHECIMENTO
Simple observações sobre o estado do mundo.	Dados dotados de relevância e propósito	Informação valiosa da mente humana, inclui reflexão, síntese, contexto.
Facilmente estruturada	Requer unidade de análise	De difícil estruturação
Facilmente obtida por máquinas	Exige consenso em relação ao significado	De difícil captura em máquina
Frequentemente quantificado	Exige necessariamente a mediação humana	Frequentemente tácito
Facilmente transferível		De difícil transferência

Fonte: DAVENPORT, T. H. p. 18, 1998.

2.3 Tipos de Conhecimento

O conhecimento humano pode ser classificado em dois tipos: o conhecimento tácito e o conhecimento explícito. De acordo com NONAKA e TAKEUCHI (1997) o conhecimento tácito pode ser entendido como subjetivo, que não pode ser demonstrado pelas palavras porque é decorrente de experiências individuais, compostas por fatores intangíveis como emoções, valores, crenças e habilidades. Não é visível, e por isso mais difícil de ser transmitido pela linguagem formal, porém pode ser considerado como sendo o mais importante forma de conhecimento.

Já o conhecimento explícito é objetivo, que pode ser transmitido pela linguagem formal, pode ser declarado e exteriorizado de forma relativamente mais fácil entre os indivíduos. São por exemplo afirmações gramaticais, expressões matemáticas, normas e procedimentos.

Podemos compreender melhor as características entre o conhecimento tácito e explícito observando a Tabela 1:

Tabela 1: características do conhecimento tácito e explícito

Tácito	Explícito
Não passível de ensino	Passível de ensino
Não articulado	Articulado
Não observável em uso	Observável em uso
Substancial	Esquemático
Complexo	Simple
Não documentado	Documentado
Não estruturado	Estruturado
Individual	Coletivo

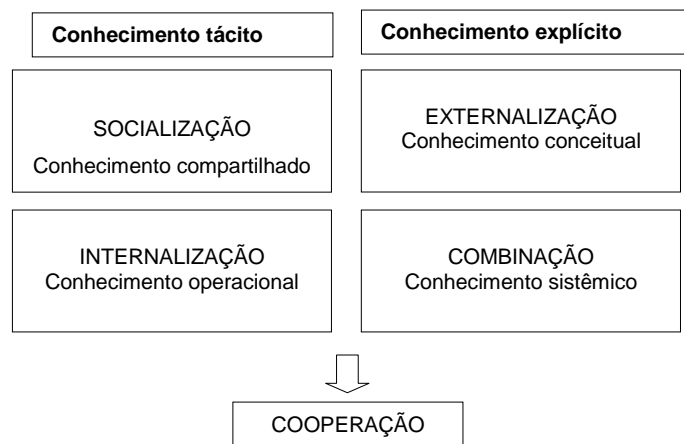
Fonte: Adaptado de DAVENPORT; PRUSAK, 1998.

Para NONAKA e TAKEUCHI (1997), é necessário que os conhecimentos tácito e explícito sejam convertidos entre si para que possa ser criado o conhecimento nas organizações, e estes novos saberes disseminem-se para toda a empresa, incorporando-os seus produtos e serviços. O conhecimento humano é criado e proliferado através da interação



social entre os conhecimentos tácito e explícito, como explicita a Figura 2.

Figura 2: Modos de conversão do conhecimento



Fonte: NONAKA e TAKEUCHI, 1997.

Na Figura 2 podemos entender melhor como surge o conhecimento nas organizações. O processo de conhecimento sofre uma interação em espiral. O conhecimento tácito do indivíduo é sociabilizado e assim emerge a externalização, que é a conversão do conhecimento tácito em explícito, tornando-se uma diretriz para a criação do conhecimento sistêmico através de sua combinação, que logo em seguida passa a se tornar um conhecimento operacional. Essa interação entre os conhecimentos é contínua e dinâmica e pode ser moldada pelas mudanças de fatores internos e externos. Assim a interação acima apresentada resulta numa maior cooperação dos envolvidos no processo de formação do conhecimento dentro da organização. Neste contexto Nonaka e Takeuchi (1997) estabelecem ainda cinco fases da criação do conhecimento, sendo elas: compartilhamento do conhecimento tácito, a criação de conceitos, justificação dos conceitos, construção de um protótipo e a difusão interativa do conhecimento.

A primeira fase, o compartilhamento do conhecimento tácito, não é facilmente transmitida por palavras, visto que grande parte desse conhecimento foi adquirido pelos indivíduos na forma de experiências próprias. Assim para que se consiga o compartilhamento nessa etapa, considerada a mais crítica do processo, é necessário que se crie um meio em que os indivíduos possam interagir com outros membros da equipe, esse meio é conseguido através de uma equipe auto organizada. Esse processo de transferência do conhecimento só é eficaz se envolver duas ações básicas: “transmissão, que é o envio do conhecimento a um receptor inicial, e a absorção por parte desse receptor”. (DAVENPORT & PRUSAK, 1998, p. 123).

A segunda fase, criação de conceitos, é a mais intensiva entre conhecimento tácito e explícito, segundo NONAKA e TAKEUCHI (1997, p.98) nessa fase o “modelo mental tácito compartilhado é verbalizado em palavras e frases e, finalmente cristalizado em conceitos explícitos”.

Na terceira fase, da justificação dos conceitos, os conceitos anteriormente criados



devem ser verificados se os mesmos terão validade para a organização. Para isso é possível a utilização de critérios tanto quantitativos quanto qualitativos.

A quarta fase, construção de um arquétipo¹, os conceitos criados e justificados são transformados em algo tangível, como um modelo de sistema. Essa transformação inclui reunir pessoas com habilidades técnicas de diferentes setores, e desenvolver especificações aprovadas por todos os envolvidos (NONAKA e TAKEUCHI, 1997).

A quinta e última fase, também pode ser considerada a mais importante delas, que é a difusão do conhecimento. Nesta fase o conhecimento que torna-se real, cria um novo ciclo do conhecimento. Segundo Nonaka e Takeuchi (1997, p. 102), esse novo conhecimento “pode mobilizar empresas afiliadas, clientes, fornecedores, concorrentes e outras organizações externas à empresa através da interação dinâmica”.

2.4 Estratégias de Serviços

Agora que conceituamos gestão do conhecimento, podemos falar em estratégias de serviços, que também tem passado por uma crescente mudanças nos últimos anos. Com o advento da revolução industrial o foco de mercado econômico era a indústria e seus produtos, produzir em larga escala para reduzir custos e atender cada vez mais as demandas dos consumidores. Mas hoje pode-se verificar uma enorme alteração de foco. Os produtos existem cada vez mais e mais diversificados, mas com eles o consumidor tem a sua disposição os serviços agregados a esse produto. Com as aberturas de mercado, as indústrias passam por uma revolução comercial, assim como a gestão do conhecimento, agora as pessoas - entendamos consumidores - passam a ter um importante papel. Para as empresas, oferecer um bom produto já não é suficiente, é preciso entregar ao cliente mais que isso, é necessário diferenciar-se de seus concorrentes, agregando novos elementos aos produtos, como um serviço de assistência, de orientação por exemplo. E a gestão do conhecimento tem sua parcela de contribuição para essa mudança. Hoje os clientes estão mais exigentes principalmente pelo crescimento do volume de informações disponíveis. NORMANN (1993, p. 47) diz:

O que observamos atualmente no mundo é um gigantesco crescimento do volume de informações e, como consequência, a correspondente redistribuição do conhecimento. Isso não significa necessariamente que o mundo está se tornando mais sábio, mas que o conhecimento influencia os relacionamentos cliente-fornecedor. Os clientes com maior conhecimento podem comprar em qualquer lugar, influenciar o que seus fornecedores fazem e ter maior liberdade de escolha sobre suas próprias decisões.

Normann (1993, p. 48) ainda cita que “assim, o crescente conhecimento dos clientes hoje coincide com um aumento quase explosivo em suas necessidades por conhecimento avançado”. Isso demonstra a importância da gestão do conhecimento também no âmbito das estratégias de serviços, onde o foco agora não é mais o produto tangível, mas o intangível,

¹ **Arquétipo** (grego ἀρχή - arché: principal ou princípio e τύπος - tîpós: impressão, marca) é o primeiro modelo ou imagem de alguma coisa.



aquele que o cliente não vê, mas se relaciona. Para Paladini (1994), essas mudanças geram um novo desafio às organizações, onde saber identificar as necessidades e oportunidades do mercado serão pontos chaves para o sucesso das empresas.

Outro aspecto importante na nova era econômica, é que os serviços deixam de ser algo marginal em relação aos produtos. Quinn (1996) comenta que exemplo disso pode ser observado em épocas de recessão econômica, onde as pessoas não abrem mão dos serviços, enquanto as despesas com bens duráveis são adiadas. As pessoas deixam de comprar produtos, como um carro, um móvel, mas não deixam de utilizar serviços de telefonia, energia elétrica, saúde e educação. Desta forma fica evidente que o setor de serviços é hoje um importante viés da economia, prova disso é o crescente aumento da participação dos serviços na formação do PIB² de cada país. No Brasil em 2011 os serviços corresponderam a nada menos que 67,4% do total. O mesmo autor comenta ainda que os serviços primários, como segurança, serviços sociais e educação tendem a aumentar em momentos recessivos da economia, contribuindo para a estabilidade na geração de empregos nesses setores.

Para compreender-mos melhor a diferença entre as empresas manufatureiras e de serviços, observa-se a Tabela 2:

Tabela 2: empresas manufatureiras e de serviços

Empresas Manufatureiras	Empresas de Serviços
Geralmente o produto é concreto	O serviço é intangível
A posse é transferida quando uma compra é efetuada	Geralmente a posse não é transferida
O produto pode ser revendido	O serviço não pode ser revendido
O produto pode ser demonstrado	Normalmente o serviço não pode ser demonstrado com eficácia (ele não existe antes da compra)
O produto pode ser estocado por vendedores e compradores	O serviço não pode ser estocado
O consumo depende da produção	Produção e consumo geralmente coincidem
Produção, venda, e consumo são feitos em locais diferentes	Produção, consumo, e frequentemente a venda são feitos no mesmo local
O produto pode ser transportado	Os serviços não podem ser transportados
O vendedor fabrica	O comprador/cliente participa diretamente da produção
É possível contato indireto entre a empresa e o cliente	Na maioria dos casos, o contato direto é necessário
O produto pode ser exportado	O serviço não pode ser exportado, mas o sistema de prestação de serviços pode

Fonte: NORMANN, p. 31, 1993.

2.5 Qualidade nos serviços

Por qualidade podemos definir como a forma de atribuir valor a produtos ou serviços, e isso depende de cada experiência do indivíduo, ou seja, para uma pessoa tal serviço pode ou não ter qualidade.

O tema qualidade, ou gestão de qualidade, ganhou importância somente no final dos

² PIB: Produto Interno Bruto: representa a soma em valores monetários de todos os bens e serviços finais produzidos numa determinada região durante um período determinado.



anos 80, já no setor público esse tema teve início nos anos 90, fruto da reforma gerencial do Estado proposta pelo então ministro Luiz Carlos Bresser Pereira com a criação do Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado – MARE em 1995 durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. O MARE podia se traduzir como uma nova experiência de reforma, onde o objetivo central era a melhoria do desempenho no setor público.

Como já observado, serviços tem como características, serem intangíveis e a simultaneidade entre produção e consumo, assim o “cliente” percebe sua qualidade no momento do consumo e não há como não perceber erros ou falhas na prestação dos serviços. Os serviços públicos diferem dos serviços das empresas privadas por não terem o intuito de auferir lucro. Deming (1990, p5) diz:

“Na maioria das repartições públicas, não há um mercado a ser buscado. Ao invés de conquistar um mercado, uma agência governamental deveria prestar de forma econômica o serviço prescrito na legislação vigente. O objetivo deveria ser destacar-se por um serviço bem executado”.

Em muitos casos isso explica porque a imagem dominante dos órgãos do governo nas nações dos ocidente de modo geral é de ineficácia e ineficiência. Albrecht (1992, p. 9) diz:

“A razão pela qual o serviço público é geralmente tão mau, com poucas exceções dignas de nota, é muito simples: não é necessário, às entidades governamentais, que seja oferecido um bom serviço. Não há qualquer fator de sobrevivência no raciocínio dos administradores de órgãos públicos, assim como ocorre com os responsáveis por empresas privadas. (...) não há qualquer alternativa”.

Podemos observar que uma das principais características dos serviços é a intangibilidade, ou seja, os serviços não podem ser estocados, não podem ser transportados, não existem nenhuma transferência de posse nas relações de venda, etc. Os serviços, são na sua grande maioria, ações e interações. Para que isso ocorra é necessário a interação entre pessoas, com seus clientes. Estes tornam-se participantes do processo da produção. Os serviços somente são prestados com a participação do “consumidor”. Quando nos dirigimos a um estabelecimento de saúde para realizar uma consulta, quando realizamos um exame, quando necessitamos um corte de cabelo, ou quando estamos em uma sala de aula, ocorre essa interação entre as partes. Na área pública, ao contrário da área privada, não há a premissa do lucro em suas atividades, e também não há concorrência deixando seus usuários sem alternativas. Seus gestores, por não terem pressões externas de mercado não sentem-se motivados a melhorar ou inovar no desempenho dos serviços públicos. Observa-se que a gestão do conhecimento não é empregada de forma adequada por esses setores, gerando na sua grande maioria a tão conhecida ineficiência dos órgãos.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a presente pesquisa é a qualitativa, por permitir uma maior compreensão de características do comportamento humano como aspirações e valores, variantes a serem analisadas neste trabalho.



Para Minayo (2011, p. 21) a pesquisa qualitativa trata de um nível de realidade que não pode ser quantificado. “ela trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes” o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Já Richardson (1999, p. 90) afirma que a pesquisa qualitativa: “pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos”.

Assim, a realização da pesquisa foi efetivada por meio da pesquisa qualitativa descritiva, que permite a observação, fundamentação e interpretação dos fenômenos. Triviños (2008, p. 128) cita que “[...] a interpretação dos resultados surge como a totalidade de uma especulação que tem como base a percepção de um fenômeno num contexto”. Assim, juntamente com a revisão da literatura entre livros, artigos científicos e publicações digitais busca-se uma análise crítica acerca do tema em questão. Fez-se uso também do estudo de caso através da análise do programa PROUNI.

4. ANÁLISE EMPÍRICA

4.1 O Surgimento das Universidades

O ensino superior, ou estudos superiores ocorriam em mosteiros ou catedrais e por isso tinham um caráter estritamente religioso, e se dedicavam ao estudo da teologia, filosofia, literatura e eventos naturais sob o ponto de vista da religião, e que por muito tempo, foram os responsáveis pela preservação da cultura e dos conhecimentos da época. Já a universidade moderna teve sua origem na Europa entre os séculos XI e XII. As universidades medievais, que segundo historiadores surgiram nos séculos XII e XIII, tiveram seu surgimento de forma muito diversificada, Charle & Verger apud Mazzoni (2001. p.23) relatam que:

“Essas primeiras universidades não obedecem a um modelo único. Desde o início, estamos diante de dois sistemas pedagógicos distintos. Na região norte da Europa (Paris, Oxford), as universidades eram antes de tudo associações de mestres ou, se quisermos, federações de escolas. As disciplinas dominantes eram as Artes Liberais e a Teologia, e a marca eclesiástica continuava forte. Em grande número, os estudantes eram igualmente, pelo menos os das escolas de Artes, bastante jovens. Nas regiões mediterrâneas, as universidades foram antes de tudo associações de estudantes, das quais os mestres eram mais ou menos excluídos”.

Segundo Castanho (2000, p. 17) “o primeiro germe de universidade foi a Escola de Medicina de Salerno, na Itália, que data do início do século X”, mas segundo o mesmo autor, a primeira universidade, de fato, foi a de Bolonha, também na Itália, fundada em 1088, sendo um famoso centro de estudos jurídicos. Após esse período, várias outras universidades



surgiram na Europa, entre elas a de Sorbone, na França, Oxford e Cambridge, na Inglaterra. Castanho (2000, p.17) descreve que o surgimento das universidades se caracterizavam por “uma intensa mobilidade, sem dúvida estimulada pelas Cruzadas” e ainda havia “uma grande excitação intelectual, resultante da confrontação entre a fé cristã, tradicional baluarte da vida medieval de cristandade, e ciência experimental que emergia lentamente”. Assim, o surgimento das universidades na Europa possibilitou a disseminação do pensamento crítico, contribuindo para o surgimento do Renascimento e, mais tarde do Iluminismo.

No Brasil, o surgimento da universidade foi bem mais tardia, diferente dos demais países latinos de colonização espanhola, que já no século 16 tiveram suas universidades implantadas. A universidade brasileira na verdade se constituiu da soma de faculdades e escolas superiores já existentes e sob forte influência francesa. Segundo Mozzoni (2001, p.40) “nasceu intelectualmente pobre, envelhecida e em crise, não tendo até hoje conseguido criar um ensino verdadeiramente universitário (...)”. Até a chegada da família real portuguesa no Brasil em 1808, quem desejava ter acesso ao ensino superior teria que ir até a Europa, principalmente em Coimbra – Portugal. De acordo com Luckesi (2003, p.33-34) de que “há notícias de 2.500 brasileiros diplomados até 1808, em sua maioria religiosos”. Portugal era contra a criação da universidade no Brasil, e os próprios brasileiros na época não viam a necessidade do surgimento dela em nosso país. Com a instalação da corte portuguesa no Rio de Janeiro, que passou a ser a capital do país, e a vinda de D. João VI para a colônia deu-se início ao “ensino superior”, dirigido basicamente para atender as necessidades militares da colônia. Para garantir a permanência no poder era necessário e urgente a formação de oficiais e engenheiros que iriam promover a defesa militar da colônia. Também era necessário a formação de médicos para que estes cuidassem da saúde da corte e das tropas criadas. Assim foram criadas as escolas superiores, entre elas as Academias Real da Marinha e a Real Militar, as escolas de Cirurgia, Anatomia e Medicina. Essa criação teve um caráter imediatista por parte da corte, onde a educação significava apenas um meio da manutenção do poder e como consequência teve-se o aprofundamento da aristocratização da educação (MAZZONI, 2001).

Somente depois da proclamação da república em 1889 é que surgiram de fato as primeiras propostas para criação das universidades no país, mas até 1911 nenhuma dessas propostas tiveram êxito. Nesse ano, surgiu a Universidade de São Paulo, de caráter particular e em 1913 a Universidade de Manaus, de caráter público e no mesmo ano a Universidade do Paraná, em Curitiba. Todas fecharam em pouco tempo. Após a Revolução de 1930, na “Era Vargas” com a criação do Ministério de Educação e Saúde Pública, surge o Estatuto das Universidades Brasileiras³ que estabelece a regra para a formação do ensino superior, que era o chamado “sistema universitário”. Para a criação de qualquer universidade era necessário a fusão de, pelo menos três institutos de ensino superior. Assim em 1933 surgia a Universidade de Minas e em 1934 a Universidade de São Paulo qual conhecemos hoje. Em 1961 surge a Universidade de Brasília, que após o período de ditadura consegue chegar mais próximo ao pensamento de Anísio Teixeira, a universidade como um centro de debates livres. Segundo Luckesi (2003, p.35) “era a esperança de uma universidade brasileira, nascida a partir de uma reflexão nacional, sobre os problemas nacionais”.

Segundo dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, no resumo técnico Censo da educação Superior de 2010, o país possui 2.378

³ O Estatuto das Universidades Brasileiras consagrava a competência do governo central em matéria de controle do ensino superior.



instituições de ensino superior, destas 278 de caráter administrativo público e 2.100 de caráter administrativo privado, correspondendo a 11,7% e 88,3% respectivamente. O número de alunos matriculados segundo Censo de 2010 é de 6.379.299, onde 25,8% deste total se encontram na rede de caráter administrativo público.

Figura 3: Evolução do número de matrículas por categorias administrativas – Brasil 2001 – 2010

Ano	Total	Pública						Privada			
		Total	%	Federal	%	Estadual	%	Municipal	%	Privada	%
2001	3.036.113	944.584	31,1	504.797	16,6	360.537	11,9	79.250	2,6	2.091.529	68,9
2002	3.520.627	1.085.977	30,8	543.598	15,4	437.927	12,4	104.452	3,0	2.434.650	69,2
2003	3.936.933	1.176.174	29,9	583.633	14,8	465.978	11,8	126.563	3,2	2.760.759	70,1
2004	4.223.344	1.214.317	28,8	592.705	14,0	489.529	11,6	132.083	3,1	3.009.027	71,2
2005	4.567.798	1.246.704	27,3	595.327	13,0	514.726	11,3	136.651	3,0	3.321.094	72,7
2006	4.883.852	1.251.365	25,6	607.180	12,4	502.826	10,3	141.359	2,9	3.632.487	74,4
2007	5.250.147	1.335.177	25,4	641.094	12,2	550.089	10,5	143.994	2,7	3.914.970	74,6
2008	5.808.017	1.552.953	26,7	698.319	12,0	710.175	12,2	144.459	2,5	4.255.064	73,3
2009	5.954.021	1.523.864	25,6	839.397	14,1	566.204	9,5	118.263	2,0	4.430.157	74,4
2010	6.379.299	1.643.298	25,8	938.656	14,7	601.112	9,4	103.530	1,6	4.736.001	74,2

Fonte: MEC/INEP, 2011.

4.2 O programa Universidade para Todos – PROUNI

Como pudemos observar anteriormente, o sistema de ensino superior brasileiro, criado tardiamente, sofre até hoje de um caráter altamente elitista observado em seus primórdios, tornando assim o ensino superior um sonho distante para grande parte da população de nosso país. É fato que a população brasileira, cada vez mais, posiciona-se contra as formas de exclusão, exigindo mecanismos que diminuam as desigualdades sociais. Uma grande demanda social por ensino universitário vem surgindo nos últimos anos, em grande parte devido ao aumento do número de concluintes do ensino médio e a crescente necessidade de atualização e absorção de novas competências para enfrentar um novo mercado de trabalho, mais dinâmico, exigente, instável e seletivo, onde a era da informação e da gestão do conhecimento imperam como as premissas do mercado global. Assim, grupos sociais que estavam excluídos do sistema de ensino superior ganham a chance, de enfim frequentar um curso de graduação com a criação do PROUNI. Outro fator que não podemos ignorar, é que a grande maioria das universidades públicas, se encontram nas capitais dos estados, o que certamente dificulta o acesso a grande parte da população brasileira.

O Programa Universidade para Todos, PROUNI, surgiu no ano de 2004, com a Medida Provisória do Governo Federal nº 213/2004 e institucionalizada pela Lei nº 11.096/2005. O PROUNI tem como finalidade possibilitar o acesso de parcela da população

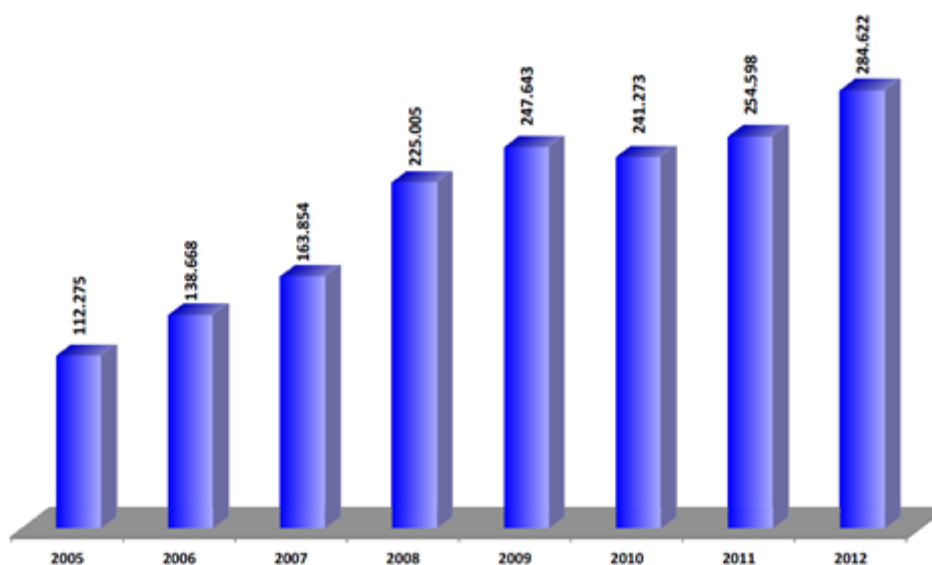


de baixa renda ao ensino superior. É dirigido aos estudantes egressos do ensino médio da rede pública ou da rede particular na condição de bolsistas integrais, com renda per capita familiar máxima de três salários mínimos, e a professores da rede pública de ensino no efetivo exercício do magistério da educação básica para os cursos de licenciatura, pessoas portadoras de deficiências e pessoas autodeclaradas negros e indígenas. Os candidatos são selecionados pelas notas obtidas no Enem - Exame Nacional do Ensino Médio – o que permite valorizar o mérito dos estudantes com melhor desempenho acadêmico. Consiste na concessão de bolsas de estudos integrais e parciais, estas subdivididas em percentagens de 25% e 50%, em cursos de graduação em instituições privadas. As instituições que aderem ao programa tem em contrapartida, isenção de alguns impostos, como Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ), da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e do Programa de Integração Social (PIS). Elas também não podem ter desempenho insatisfatório no sistema de avaliação da qualidade do ensino, o SINAES. Essas instituições ficam obrigadas a destinarem 10% de suas vagas a bolsas, sendo 5% de bolsas integrais e outros 5% de bolsas parciais. O Governo Federal define o programa como um compromisso de democratizar o acesso à educação superior, representando uma política pública de ampliação de vagas, estímulo ao processo de inclusão social e geração de trabalho e renda aos jovens brasileiros.

O PROUNI é uma das respostas do Governo Federal na tentativa de atender ao Plano Nacional de Educação, criado em 2001, e que dentre vários itens, estabeleceu que até o final de 2010 a meta era de ter pelo menos 30% do jovens entre 18 e 24 anos matriculados no ensino superior.

Em sua primeira edição, o programa ofereceu 112.275 bolsas de estudos, e esse número é crescente ano após ano, conforme observado na Figura 4:

Figura 4: Bolsas ofertadas por ano



Fonte: Sisprouni, 2012.



Muitas críticas surgiram com o lançamento do PROUNI, desde a sua forma de concepção através de Medida Provisória até questionamentos sobre o financiamento público de instituições privadas em detrimento das instituições públicas dessa modalidade de ensino. Mas ao longo dos anos o programa tem mostrado resultados positivos e adequações no seu percurso. O Governo Federal, ao contrário do que muitos críticos disseram, não deixou de investir nas instituições públicas, dados do Ministério da Educação comprovam isso:

- 126 unidades de ensino superior foram criadas nos últimos oito anos (até 2002, eram 148);
- As universidades federais estão presentes em 230 municípios nas 27 unidades federativas;
- 14 universidades federais foram criadas a partir de 2003 (dez delas voltadas para a interiorização do ensino superior público e quatro planejadas para a integração regional e internacional);
- Com o Programa de Apoio ao Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), as universidades federais dobraram a oferta de vagas (de 109,2 mil em 2003, o número subiu para 222,4 mil em 2010);
- O número de 40.823 professores em 2003, subiu para 63.112;
- O número de técnicos administrativos subiu de 85 mil para 105 mil;
- Os recursos para custeio e investimento passaram de R\$ 6,7 bilhões em 2003, para R\$ 19,7 bilhões em 2010;
- Os recursos do Plano Nacional de Assistência Estudantil (Pnaes), criado em 2007, passaram de R\$ 125 milhões em 2008 para R\$ 304 milhões em 2010.

Fonte: <http://www.unb.br/noticias/> / Ministério da Educação

O custo do programa também é outro fator de análise. Enquanto em 2007 segundo dados da Ministério da Educação, o custo médio anual de cada aluno das universidades federais foi de R\$ 15.118,04. Já o custo médio, no mesmo ano, de alunos do PROUNI foi de R\$ 769,23 segundo dados coletados do Relatório de Auditoria Operacional de 2009 do Tribunal de Contas da União conforme Tabela 3.

Tabela 3: Relatório de Auditoria Operacional de 2009

Ano	Nº de bolsas ofertadas (em milhares)	Renúncia fiscal (milhões)
2005	112,3	106,7
2006	138,7	265,7
2007	163,8	126,0
2008	195,4	325,8
Total	610,2	673,2

Fonte: SISPROUNI, 2007. Demonstrativo de gastos tributários de 2008.

Neste aspecto observa-se que o fator custo/aluno é relativamente baixo em comparação aos valores médios destinados às universidades federais, o que pode ser fator de análises sobre a viabilidade do programa.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim podemos concluir que ao longo do tempo o PROUNI está sendo um instrumento de democratização do ensino superior, levando a oportunidade de inserção nas universidades à grande parcela da população até então excluídas do processo, populações essas de baixa renda e portadores de deficiências. Não podemos deixar de mencionar as críticas sobre a questão da aplicação de recursos públicos nas instituições privadas, em forma de renúncia fiscal, mas não há mecanismos de políticas públicas sem questionamentos e reflexões sobre o que será certo ou errado.

Conforme demonstrado, o custo-aluno do programa é muito menor que o custo-aluno das universidades federais, justificando assim as ações do governo em busca de melhor aplicar os escassos recursos para a geração de políticas públicas. Considerando que os recursos públicos são parcelas individuais que cada cidadão paga de tributos, não podemos considerar o PROUNI como simplesmente um financiamento público às instituições privadas, pois nelas milhares de brasileiros estão se beneficiando da concessão de bolsas de estudos para tornarem seu sonho da educação superior uma realidade, para a criação da expectativa de melhores condições de vida e dignidade, e principalmente não podemos esquecer o fator sócio cultural que esses beneficiados estão inseridos.

Não trata-se apenas dos conteúdos universitários que essas pessoas recebem, mas a melhora de sua auto estima, de renovar as esperanças em possuir um futuro mais promissor e da absorção intelectual e cultural a que elas estão vivenciando com uma troca de experiências que certamente não teriam ao continuarem fora do nível da educação superior. Só com a busca de melhora educacional e da diminuição de desigualdades sociais é que poderemos estar preparados para a nova era da gestão do conhecimento, não é possível, como já vimos no início desse artigo, avançar em matéria de gestão do conhecimento sem o ensino, a educação, e isso é um dos fatores que o Programa Universidade para Todos tenta possibilitar.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, INEP. Resumo técnico do censo de educação superior 2010. Disponível em: http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/resumo_tecnico/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2010.pdf – Acessado em 07 de set de 2012.

BRASIL, Ministério da Educação. Disponível em: www.mec.gov.br. Acesso em: 07 de set. 2012.

ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços**: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ALVARENGA NETO, R. C. D. de. **Gestão do conhecimento em organizações**: proposta de mapeamento conceitual integrativo. São Paulo: Saraiva, 2008.

DAVENPORT, T. H; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998.



- DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.
- DEMING, W. E. **Qualidade**: a revolução da administração. Rio de Janeiro: Saraiva, 1990.
- DRUCKER, P. F. **Uma era de descontinuidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.
- LUCKESI, C. Et al. **Fazer Universidade**: uma proposta metodológica. São Paulo: Cortez, 2003.
- MAZZONI, J. R. **Universidade brasileira**: o primeiro ciclo em questão. Bauru: EDUSC, 2001.
- MINAYO, C. de S.; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2011.
- MORAN, J. M. **Influência dos meios de comunicação no conhecimento**. In *Ciência da Informação*, v23, maio-agosto 1994.
- NONAKA, I; TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Editora Atlas, 1999.
- ROBBINS, S. **Administração - Mudanças E Perspectivas** – São Paulo: Ed. Saraiva, 2000.
- TEIXEIRA, A. **Ensino superior no Brasil**: análise e interpretação de sua evolução até 1969. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1989.
- TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO: **Relatório de Auditoria Operacional de 2009**. Disponível em: http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/programas_governo/areas_atuacao/educacao/Relat%C3%B3rio%20de%20auditoria_Prouni.pdf (p. 37), acessado em 05 de setembro de 2012.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- UNB, Universidade de Brasília – Portal Eletrônico Notícias: Em reunião com reitores, Lula faz balanço da expansão universitária. Disponível em: <http://www.unb.br/noticias/unbagencia/unbagencia.php?id=4292>, acessado em 19/08/2012.