

# O declínio da Universidade Pública: considerações sobre o atual quadro das relações sociais de produção na educação superior pública brasileira

Ronaldo Rosas Reis<sup>1</sup>  
José Rodrigues<sup>2</sup>

O objeto deste artigo é o atual quadro das relações sociais de produção no interior da universidade brasileira, especialmente as públicas. Em primeiro lugar, analisaremos as mudanças que se vêm processando na educação superior, em grande parte fruto das transformações de base ocorridas nas relações capitalistas em nosso país, cuja orientação política tem se assentado, do início da década de 1990 aos dias atuais, no ideário neoliberal. Em seguida, buscaremos analisar a realidade das relações sociais de produção internas à universidade face ao adiantado estágio de declínio do seu caráter institucional público. À guisa de conclusão, sinteticamente, procuraremos responder porque razão professores e pesquisadores têm absorvido com indiferença e até uma certa naturalidade esse declínio.

## A EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TEMPOS DE *ECONOMIA COMPETITIVA*

A partir de meados da década de 1970, o capitalismo mundial passou a dar sinais críticos de mudança. Para continuar sua reprodução ampliada, o capitalismo

-----

1. Doutor em Comunicação (UFRJ) com Pós-Doutorado em Educação (UFMG). Professor Adjunto da Faculdade de Educação da Universidade Federal Fluminense. Membro do NEDDATE (Núcleo de Estudos, Documentação e Dados sobre Trabalho e Educação). Pesquisador do CNPq. ronaldo3@vm.uff.br
2. Doutor em Educação (UNICAMP). Professor Adjunto da Faculdade de Educação da Universidade Federal Fluminense. Membro do NEDDATE (Núcleo de Estudos, Documentação e Dados sobre Trabalho e Educação). Pesquisador do CNPq. jrodrig@vm.uff.br

precisava empreender uma nova metamorfose, a qual denominaremos *padrão de acumulação flexível*<sup>3</sup>.

A alternativa proposta ao Estado do Bem-Estar Social foi o neoliberalismo: um Estado forte em sua capacidade de romper com o poder dos sindicatos e de controlar os gastos sociais, e supostamente fraco nas intervenções no mercado, que, mais uma vez, deveria ser “livre”. A estabilidade monetária, o controle do déficit público e a “inserção internacional competitiva” deveriam ser as novas metas supremas dos governos. Com efeito, o capitalismo mundial foi rompendo paulatinamente o casulo do Estado do Bem Estar Social: Pinochet (Chile, 1973), Thatcher (Inglaterra, 1979), Reagan (EUA, 1980), Kohl (Alemanha, 1982).

No Brasil, somente na década de 1980, completou-se definitivamente a industrialização sob o padrão fordista, praticamente quando esse já estava superado nos países centrais. Essa década também registrou, por um lado, a superação do Regime Militar, a ampliação dos espaços democráticos, a fundação de centrais sindicais, dos efetivos avanços sociais na Constituição. Por outro lado, a elevação da inflação aliada à ruptura do padrão de desenvolvimento brasileiro favoreceu a estagnação da esfera produtiva, ampliando a pobreza e a heterogeneidade da estrutura do mercado de trabalho (emprego e salários).

Com relação ao novo padrão industrial-tecnológico, pode-se estabelecer que a década de 1990 é marcada pela chamada modernização sistêmica. De uma maneira geral, a modernização sistêmica pode ser caracterizada pela implantação articulada de novas tecnologias produtivas e novas formas de gestão da força de trabalho, e também pela *desindustrialização por especialização regressiva*. Sem dúvida, de acordo com Boito Jr.<sup>4</sup>, com o avanço do neoliberalismo, na América Latina, a “indústria perde importância no conjunto da economia e muda de perfil, perdendo em sofisticação e integração” já que passa a “especializar-se” no processamento de recursos naturais exportáveis, ou em bens de uso de baixo valor agregado.

É nesse cenário social, político e econômico que os industriais reorganizarão o seu discurso hegemônico, definindo o telos *Economia Competitiva*<sup>5</sup>. Assim, antes

-----

3. Para uma discussão completa, ver David Harvey. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyolla, 1992.

4. Armando Boito Jr. *Política neoliberal e sindicalismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Xamã, 1999.

5. Para uma discussão completa sobre a metamorfose teleológica do discurso da burguesia industrial, ver José Rodrigues. *O moderno príncipe industrial: o pensamento pedagógico da Confederação Nacional da Indústria*. Campinas: Autores Associados, 1998.

mesmo da eleição de Collor de Melo, a burguesia industrial, através de seu órgão de representação nacional – a Confederação Nacional da Indústria (CNI) – elabora o documento *Competitividade Industrial: uma estratégia para o Brasil*<sup>6</sup>. A CNI entende que é necessário “recriar a institucionalidade, incluindo o papel do Estado”<sup>7</sup>. Em poucas palavras, o discurso da busca pela “competitividade internacional da indústria brasileira” passa a modelar as propostas para a reestruturação do Estado (*stricto sensu*) e também da educação.

Com efeito, a burguesia industrial entende que o sistema educacional brasileiro, considerado em seus três níveis, como um “ponto de estrangulamento” interno na busca da competitividade. Para os empresários industriais, a permanência do analfabetismo, a baixa cobertura da população escolarizável (tanto a nível secundário quanto superior), e a reduzida integração universidade-empresa são renitentes problemas a serem superados. Para tal, os industriais propuseram seis ações articuladas:

1. Maior rigor na transferência de recursos para as universidades públicas, mediante a avaliação da qualidade;

2. Identificação dos centros de excelência. A propósito disso cabe ressaltar que, a partir de 1996, o MEC instaurou o processo de avaliação dos cursos de graduação, cuja face mais visível, e criticável, era a do Exame Nacional de Cursos (*provão*). Além disso, naquele ano, o MCT passou a implementar o Programa de Apoio a Núcleos de Excelência (PRONEX), projetado ainda durante o governo Collor de Melo, hoje denominado Institutos do Milênio;

3. Criação de incentivos fiscais para promover a canalização de recursos privados para o sistema público de ensino, desde que garantida a participação direta das empresas na decisão sobre a destinação desses recursos;

4. Implementação de programas especiais de alfabetização (português e aritmética) voltados para a força de trabalho industrial efetivamente empregada. Nesse sentido, o governo Lula lançou o projeto Escola de Fábrica que “pretende possibilitar a inclusão social de jovens de baixa renda por meio da formação profissional em Unidades Formadoras no próprio ambiente de trabalho, aproximando o setor produtivo dos processos educativos e promovendo maior responsabilidade social das empresas”<sup>8</sup>;

-----

6. CNI. *Competitividade industrial: uma visão estratégica para o Brasil*. Rio de Janeiro: CNI, 1988.

7. *Idem*, *ibidem*, p.11.

8. Cf. (Brasil, MEC. *Projeto Escola de Fábrica*. Brasília, 2004, p.1 [Disponível em <<http://www.mec.gov.br/semtec/escola/projeto.pdf>>. Acesso em 10/05/2005]

5. Flexibilização no regime de dedicação exclusiva dos docentes-pesquisadores. Sobre isso, vale notar que, em 5 de novembro de 2002, Fernando Henrique Cardoso enviou para o Congresso Nacional o projeto de “Lei de Inovação”, que transforma profundamente a relação universidade-empresa. E ainda, em dezembro de 2004, Luiz Inácio Lula da Silva sancionou a lei 10.973, que, grosso modo, incentiva “parcerias público-privadas” no campo do desenvolvimento científico e tecnológico;

6. Finalmente, a CNI propõe ações para uma maior integração entre as empresas e as universidades (ou centros de pesquisa) de forma a garantir benefícios para a indústria, através da criação, nos centros de pesquisa e nas universidades, de conselhos definidores de linhas estratégicas de pesquisa com a participação efetiva dos empresários. Provavelmente, é nessa direção que caminha a proposta de criação, nas universidades, do Conselho Comunitário Social, prevista na versão final do anteprojeto de lei da educação superior<sup>9</sup>. Os empresários também devem, na visão da entidade, participar dos órgãos governamentais responsáveis pela formulação da política tecnológica.

Além das duas últimas ações anteriores, a Confederação indica também a necessidade de implantar, naqueles espaços científicos, uma “atitude empresarial” com a finalidade de redefinir as suas funções e objetivos, no sentido de incluir a “venda de serviços” e a “desburocratização das contratações de serviços externos”<sup>10</sup>.

Enfim, a CNI propõe, desde 1988, a valorização da educação, mas uma valorização *interessada*, como diria Antonio Gramsci. Isto é, a burguesia industrial pretende valorizar a educação e a ciência para que atendam aos interesses do parque industrial, em particular, e aos interesses do capital, em geral. Em outras palavras, a educação que convém à burguesia é aquela determinada pela busca de uma *Economia Competitiva*.

Além do plano discursivo da burguesia industrial, a trajetória e a atual perspectiva da educação superior brasileira têm se adequado também ao quadro mais geral das transformações sócio-econômicas do capitalismo tardio. As instituições de educação superior (IES) - privadas e públicas - têm buscado se moldar ao *telos* Economia Competitiva. Com efeito, na década de 1990,

o Brasil inicia um processo de ajustamento de seu projeto político nacional à nova ordem mundial. Esse movimento, que se acentua sob a liderança de Fernan-

-----

9. Cf. Brasil, MEC. Anteprojeto de lei de reforma da educação superior. Disponível em <[www.mec.gov.br/reforma](http://www.mec.gov.br/reforma)> Acesso em 13/06/2005.

10. Idem, *ibidem*, p.21.

do Henrique Cardoso, expressar-se-á em todas as esferas da atividade humana, em particular na educação superior, mediante a tentativa de reconfiguração desse espaço social, segundo a ótica e a racionalidade econômicas. O capital procura reconfigurar tal esfera segundo seus objetivos e a sua lógica<sup>11</sup>.

A título de exemplo, pode-se facilmente verificar, pela observação de jornais de grande circulação, notadamente nos fins de semana, a farta e variada oferta de cursos pagos em universidades públicas, eufemisticamente chamados de “atividades autofinanciadas”. Ao mesmo tempo, a esfera pública vem sofrendo o mais drástico constrangimento ao crescimento da história brasileira, podendo ser constatado que cerca de 71% das matrículas em cursos de graduação são de IES privadas. Apesar disso, a mais remota possibilidade de controle estatal sobre a educação superior privada ou mesmo a cobrança regular de impostos e tributos parecem ameaçar a liberdade de exploração do mercado educacional superior em expansão, gerando enérgicos protestos dos empresários da educação superior<sup>12</sup>.

Nesse contexto, a qualificação do corpo docente e a atividade de pesquisa – até agora considerada central na instituição universitária – acabam por serem relegadas a meras formalidades quando não descartadas abertamente. Em outras palavras, a “identidade mesma da instituição universitária” está em processo de rápida mutação levando as universidades a se converterem em empresas prestadoras de serviço.

Enfim, a nova configuração do mercado de serviços educacionais e a emergência de uma “nova burguesia de serviços”<sup>13</sup>, com alta dose de competitividade, vêm produzindo nos gestores do setor privado a busca permanente de introduzir nas instituições educacionais os métodos e formas gerenciais correntes no mundo empresarial não educacional, ao mesmo tempo que lutam pela manutenção do financiamento público (direto e indireto). Ainda sobre isso, resta saber se a dinâmica capitalista no Brasil permitirá, a médio e a longo prazo, a acumulação de capitais no setor educacional,

-----

11. João dos Reis da Silva Jr. e Valdemar Sguissardi. *Novas faces da educação superior no Brasil: reforma do Estado e mudanças na produção*. São Paulo: Cortez; Bragança Paulista: USF, 2001, p. 193-4.

12. Vide as reações Fórum Nacional da Livre Iniciativa na Educação. *Considerações e recomendações sobre a versão preliminar do anteprojeto de lei de reforma da educação superior*. Brasília, 2005, p.14. [Disponível em <[http://www.funadesp.org.br/downloads/documento\\_forum.pdf](http://www.funadesp.org.br/downloads/documento_forum.pdf)>. Acesso em 10/05/2005].

13. Para uma análise completa sobre os novos mercados em tempos neoliberais, ver Boito Jr. *Op.cit*, particularmente, p. 67-70.

ou se será sacrificado frente às demandas do capital financeiro, aliás, grande vitorioso da política econômica neoliberal<sup>14</sup>.

Em outras palavras, a lógica acadêmica de gestão universitária está sendo subsumida à teleologia do capital, através da gestão empresarial. Na linguagem de Cleide de Almeida<sup>15</sup>, as universidades brasileiras estariam se definindo em dois grupos: “a universidade do brasão” e a “universidade do logotipo”. As “universidades do brasão” seriam aquelas que se colocariam na “tradição histórica da verdade, da sabedoria, colocando-nos no âmbito dos grandes universais desenvolvidos ao longo da história do pensamento”. Já as “as universidades do logotipo” poderiam assim ser definidas:

As novas universidades, em seu papel de instituições que absorvem a demanda por formação para o mercado de trabalho, envolvem-se com o saber apenas como compromisso formal, pois, na verdade, atuam em áreas profissionais que não discutem o universal, mas o particular<sup>16</sup>.

De fato, vivencia-se um momento decisivo no processo de mercantilização da Educação Superior (educação-mercadoria), no qual a Universidade Estácio de Sá (UNESA) desponta como um exemplo notável.

De fato, em 1970, durante o processo de expansão da educação superior privada, promovido pelo regime militar, nasceu, com cerca de 80 alunos, a Faculdade Estácio de Sá. No final do século XX, em plena nova expansão do setor educacional, agora incentivada pelos governos democraticamente eleitos, a partir de Fernando Collor de Melo, a UNESA possuía cerca de 30.000 estudantes, alcançando o segundo lugar em corpo discente – ficando atrás apenas da maior universidade federal brasileira, a UFRJ (cerca de 42.000 estudantes). Atualmente, a UNESA já é considerada pelas estatísticas oficiais a maior universidade brasileira em número de matrículas. Estimativas da Hope Educacional, divulgado pelo Globo On Line<sup>17</sup>, indicam que, em 2005, a UNESA teria cerca de 117 mil graduandos, alcançando um faturamento bruto de R\$ 482.400.000,00.

-----  
14. Idem, *ibidem*, p. 50-52.

15. Cleide Rita Silvério de Almeida. *O brasão e o logotipo: um estudo das novas universidades na cidade de São Paulo*. Petrópolis: Vozes, 2001.

16. Almeida. *Idem*. 2001, p.215.

17. Cf. <<http://oglobo.globo.com/online/educação>>, acesso em 08/11/2005.

A “receita” de tal crescimento foi sintetizada pela revista **Veja Rio** (ano 9, nº 25, junho, 1999): 1. vestibular fácil; 2. grande variedade de cursos; 3. mensalidades de baixo custo; 4. *campi* espalhados pelo Rio de Janeiro, inclusive em *shopping centers*; 5. marketing que aponta para a empregabilidade. Pode-se acrescentar a leniência do poder público, especificamente, do Ministério da Educação para com a autorização de funcionamento de tais empresas educacionais.

O processo de expansão da educação superior no grande Rio tem se dado em todos os espaços possíveis - em prédios próprios, em escolas de Educação Básica, em *shopping centers*.

A proliferação de unidades de educação superior em espaços não tradicionais confirma a análise de Harvey, que aponta para a ultrapassagem do modelo urbano de *especialização espacial funcional*, característica do fordismo, caminhando na direção de um processo de *agregação e aglomeração espacial*, característica do padrão de acumulação flexível<sup>18</sup>.

No Rio de Janeiro, dentre os *shopping centers* que abrigam unidade de instituições de educação superior, destaca-se o Shopping Nova América com o *campus* da UNESA, no qual são oferecidos cursos de graduação, cursos superiores de tecnologia e pós-graduação *lato sensu*.

Diversos indicadores sócio-econômicos têm revelado que a segmentação de mercado é uma forte característica do atual estágio de acumulação, sendo a juventude um dos segmentos para onde mais vem se expandindo o consumo. A maciça presença de jovens nos corredores dos *shopping centers*, em busca de consumo, lazer, e também trabalho, tem atraído as empresas de educação superior, que têm ocupado o espaço do shopping center como verdadeiras “lojas-âncoras”. A presença, no Shopping Nova América, da maior universidade privada brasileira (em número de estudantes) confirma a tendência apontada.

Segundo o então reitor Gilberto M. de Oliveira Castro (Cf. Manual do Candidato, 2003, p.3), a UNESA “se distingue cada vez mais entre as universidades brasileiras por esta consciência de que é preciso estar atento ao mercado”.

A “consciência” proclamada pelo reitor vem gerando e gerando universidades que se submetem às “leis do mercado” como qualquer empresa de grande porte. Ou seja, a UNESA vem buscando, na verdade desde sua origem, constituir-se como uma uni-

-----  
18. David Harvey. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyolla, 1992.

versidade competitiva, uma empresa educacional rentável. Embora, proclame “não possuir fins lucrativos”.

A forte inserção da UNESA no Shopping Nova América, aliada aos demais elementos apontados, nos permite reconhecer, com certa segurança, que essa IES é um caso exemplar de uma universidade de marca empresarial, buscando inserir-se competitivamente no mercado educacional, utilizando-se da lógica cultural do capitalismo tardio para melhor produzir e distribuir sua educação-mercadoria.

Se na esfera privada o movimento das Universidades segue em direção dos mega centros de compras, lazer e entretenimento, já na esfera pública observa-se uma inversão de mão. Isto é, conforme analisaremos em seguida, o shopping center vai à universidade.

#### O DECLÍNIO DA UNIVERSIDADE PÚBLICA

Em vias de ser enviado para o Congresso Nacional<sup>19</sup>, o anteprojeto de Lei da Educação Superior pouco se modificou desde que o Ministério da Educação recebeu do Grupo de Trabalho Interministerial, em fins de 2003, o documento base com idéias para enfrentar a crise atual das universidades federais e orientar o processo de reforma da universidade brasileira<sup>20</sup>. Criado por decreto de 20 de outubro de 2003, o GTI assinala em seu documento que “o Brasil precisa de uma universidade que não apenas vença sua crise financeira, com a ajuda de medidas emergenciais, e faça pequenos ajustes no seu desenho [...] precisa de uma revolução”. Desde então, no entanto, a única intenção anunciada foi a criação de vagas públicas em universidades privadas, através do chamado Pacto de Educação Superior para o Desenvolvimento Inclusivo (PROUNI).

A despeito do ‘apelo revolucionário’ sugerido pelo documento do GTI, a política educacional perseguida pelo atual governo tem se guiado pelo mesmo telos competitivo que levou o Estado brasileiro, no curso de uma década, a privatizar empresas

-----

19. De acordo com o jornal O Globo, o impasse entre o Ministério da Educação e o Ministério da Fazenda sobre a questão do financiamento das IFES estaria superado, ensejando o governo a enviar proximamente o anteprojeto da Reforma para o Congresso Nacional. Cf. O Globo, 27/04/06, p. 13: “Reforma universitária vai para o Congresso”.

20. Vale dizer que a área econômica do governo vetou os aspectos relacionados ao financiamento das IFES no anteprojeto, e, por este motivo, até o momento (abril de 2006), o mesmo não foi enviado ao Congresso Nacional.

estatais como a Companhia Vale do Rio Doce e a Companhia Siderúrgica Nacional, além da Rede Ferroviária Federal etc.

Quanto à educação superior, em linhas gerais, o atual governo aparenta conservar a avaliação do anterior de que a superação da crise da universidade brasileira deve ser buscada no mercado. Exemplo disso é a acentuada flexibilização dos mecanismos de captação de recursos financeiros no mercado ocorrida nas universidades públicas, sobretudo na forma da implementação de cursos de pós-graduação (MBAs e outros), regidamente cobrados. Entretanto, se a prática dos cursos pagos nas universidades públicas ainda é capaz de chocar parte da sociedade, pelos óbvios sinais contraditórios que eles emitem, o mesmo não ocorre com um fenômeno que há menos de uma década tem se intensificado nos principais centros urbanos do país. Trata-se da reconfiguração do espaço físico das universidades que resumimos num duplo movimento: a universidade vai ao “*shopping center*” e o “*shopping center*” ingressa no *campus* universitário.

Como já foi apontado, um breve olhar sobre os maiores *shoppings centers* do Rio de Janeiro é suficiente para observar o crescimento da tendência de incorporação de estabelecimentos educacionais privados de todos os níveis ao tradicional *mix* de lojas. De fato, diversos indicadores sócio-econômicos têm revelado que a segmentação de mercado é uma forte característica do atual estágio do capitalismo, sendo a juventude um dos segmentos para onde mais vem se expandindo o consumo. A maciça presença de jovens nos corredores dos *shopping centers*, em busca de consumo, lazer, e também trabalho, tem atraído as empresas de educação superior, que têm ocupado o espaço do *shopping center* como verdadeiras ‘lojas-âncoras’.

No sentido inverso, porém de forma análoga, os *shopping centers* têm adentrado ao *campus* universitário. Além das tradicionais livrarias e lanchonetes, os *campi* têm recebido postos de atendimento bancário, inclusive banco 24h em profusão, quiosques ofertando cartões de crédito, agências de veículos (incluindo a possibilidade de um “*test drive*” de novos modelos), salões de beleza, comércio de roupa e acessórios (com a grife da instituição), camelódromos etc. Cabe mencionar, a título de exemplo, a instalação de uma agência móvel de uma concessionária da Volkswagen em Niterói num *campus* da Universidade Federal Fluminense, em 2002, para o lançamento do modelo Fox. Autorizada a pela reitoria, a agência ocupou o *campus* durante cerca de 60 dias oferecendo *test drive* a eventuais interessados. Ao mesmo tempo, os prédios das universidades públicas literalmente desabam sobre os estudantes.

A própria lógica de instalação, divulgação, funcionamento e financiamento dos cursos universitários (graduação, e especialização, principalmente), cada vez mais

rapidamente buscam se amoldar à lógica do mercado, flexibilizando e invertendo, nessa ordem, o sentido da moderna compreensão de demanda social. Aliás, os cursos públicos auto-financiados não cobram mensalidades, os consumidores (estudantes) “investem” em suas carreiras, em parcelas mensais. Considerando a atual velocidade de expansão das lojas e outros estabelecimentos comerciais e de serviço no interior das universidades públicas, é fácil deduzir que, em breve, os atuais *campi* subsumirão integralmente à identidade dos *shoppings centers*.

Finalmente, há que se considerar ainda nesse contexto a questão do modelo de utilização dos recursos da Internet adotado pelas universidades públicas, de resto semelhante ao modelo adotado por empresas comerciais e de serviços em seus ‘*sites-âncoras*’<sup>21</sup>.

É sabido que a Internet, como principal ferramenta da ‘revolução digital’, impôs uma nova dinâmica às relações de produção na universidade. De um lado, com a institucionalização<sup>22</sup> do aparato midiático digital, a academia universalizou a produção científica e cultural, abrindo-se para um tipo de raciocínio ‘integrado’<sup>23</sup>, como os de Pierre Lévy<sup>24</sup> e também de Manuel Castells<sup>25</sup>, a pontificar de forma otimista sobre os efeitos ‘democráticos’, ‘transparentes’ e ‘inclusivos’ alcançados pela expansão do atual aparato tecnológico de informação e comunicação<sup>26</sup>. De acordo com os autores citados, o caráter público, inclusivo, transparente e universal das novas mídias interativas e o crescimento das comunidades virtuais, confere às tecnologias de informação e comunicação (TIC) o poder de renovarem profundamente as condições da vida pública no

21. Por ‘*sites-âncoras*’ referimo-nos tanto aos chamados portais dos grandes provedores (UOL, IG, Globo, etc.), quanto às páginas principais dos *sites* de empresas industriais, comerciais e de serviços.

22. Cabe sublinhar que atualmente as universidades públicas estão obrigadas pelo MEC a manterem um *site* padronizado. Recentemente, a CAPES submeteu aos Programas de Pós-Graduação um modelo de página a ser adotado sob a curiosa forma de “adesão induzida”.

23. Referimo-nos ao termo consagrado por Umberto Eco (*Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, s/d.) para denominar um tipo de pensamento próximo à visão gramsciniana de luta hegemônica. Nesse sentido, o pensamento ‘integrado’ tenderia a absorver os elementos negativos do sistema visando transformá-los em uma positividade reformada. Em oposição ao tipo ‘integrado’, Eco denomina de ‘apocalíptico’ o pensamento revolucionário.

24. Pierre Lévy. “Pela ciberdemocracia”. In: Dênis de Moraes. *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 367-384.

25. Manuel Castells. “Internet e sociedade em rede”. In: Denis de Moraes. *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 255-287.

26. Cf. Pierre Lévy, *idem*, *ibidem*, p. 367 e também Manuel Castells, *idem*, especialmente pp. 276-280.

sentido de uma liberdade e de uma responsabilidade maior dos cidadãos. Para eles, esta seria, desde já, a possibilidade de existência de uma “outra comunicação”. Isto é, uma comunicação fundamentalmente democrática.

De outro lado, na medida em que o modelo adotado pelas universidades se baseia, fundamentalmente, na estratégia de oferta de serviços/captação de recursos, o que neles se observa é um mercado produtor mediante o qual a universidade, a unidade e o departamento de ensino, o núcleo de pesquisa e o docente/pesquisador/empreendedor se oferecem ao consumo conspícuo do conhecimento produzido sob a forma de mercadoria<sup>27</sup>. Nesse sentido, percebe-se aqui a característica essencial da ‘revolução digital’, cuja gênese é constituinte do padrão de acumulação flexível, que é a de assegurar os interesses capitalistas em jogo. Portanto, não obstante as visões otimistas do tipo ‘integrado’, do ponto de vista estrutural os efeitos positivos da revolução digital ‘desmancham-se no ar’ quando observada “a natureza reacionária da transformação social em curso”<sup>28</sup>. A contradição se torna mais evidente na medida em que se observa o caráter essencial do telos da transformação operada pelas TIC. Ou seja, seu objetivo é restabelecer [e reforçar] “o poder e a renda das classes proprietárias dos meios de produção”, assumindo, portanto, ideológica e estrategicamente a finalidade de ampliar a ilusão do espectro da democracia burguesa mediante falsas promessas de liberdade, transparência e inclusão social<sup>29</sup>.

#### CONCLUSÃO

Para concluir este trabalho falta responder em que medida o fenômeno analisado aqui tem sido recebido com indiferença e até uma certa naturalidade por profes-

27. A referência à lógica cultural do capitalismo tardio descrita e analisada por Jameson (1996) é aqui evidente. Em linhas gerais, trata-se do processo de consumo da própria produção de mercadoria (o conhecimento). Cf. Fredric Jameson, *Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996, p. 13-14.

28. Referimo-nos ao termo consagrado por Umberto Eco (*Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, s/d.) para denominar um tipo de pensamento próximo à visão gramscianiana de luta hegemônica. Nesse sentido, o pensamento ‘integrado’ tenderia a absorver os elementos negativos do sistema visando transformá-los em uma positividade reformada. Em oposição ao tipo ‘integrado’, Eco denomina de ‘apocalíptico’ o pensamento revolucionário.

29. Cf. Gerard Duménil, Dominique Lévy. “O imperialismo na era neoliberal”. In: *Crítica Marxista* n.º 18. Campinas, São Paulo/ Rio de Janeiro: Cemarx/Editora Revan, 2004, p. 12.

sores e pesquisadores, contribuindo decisivamente para o declínio da educação superior pública.

Uma primeira resposta pode ser encontrada no acúmulo de cerca de três décadas de intensas campanhas de convencimento da noção de equivalência entre consumo e cidadania. Tal noção, recorrente no discurso pós-moderno de natureza conformista, tem por finalidade tornar palatável o culto ao ‘deus mercado’. Nesse sentido, a referida noção é operada subliminarmente em duas frentes publicitárias: mascarando as desigualdades sociais e, no limite, elidindo artificialmente as diferenças de classe. A incrível força de penetração dessa noção alcançou, nos últimos anos, o meio universitário e encontrou no mesmo segmento de acadêmicos que celebra o advento dos MBAs, elementos para se sustentar politicamente. Considerando a compra como um ato de prazer, esses acadêmicos sentem-se à vontade para justificar a ‘relevância social’ do *shopping center* na universidade, na medida em que “atendem às necessidades humanas” da comunidade universitária, e da população do entorno dos *campi*.

Da mesma forma, no vácuo do desmantelamento físico dos *campi*, a emergência de discursos otimistas e francamente favoráveis à virtualização das relações mascararam a falta de investimentos governamentais na universidade pública, decorrendo daí uma forçosa naturalização do ideário consumista-cidadão, deslocando para um plano secundário, ou mesmo enfraquecendo, o sentido geral da luta por verbas para manter a universidade pública viva.

Finalmente, não estamos muito distantes do dia em que professores, estudantes e funcionários deixarão de lado suas reivindicações históricas para clamar, por “*e-mail*”, pelo aroma “*McWorld*”.

# Normas para publicação

## I – TEXTOS PARA PUBLICAÇÃO

1. Os *Cadernos Cemarx* têm o objetivo de divulgar os resultados preliminares de trabalhos e pesquisas em andamento, que se proponham a contribuir para a construção de uma base teórica e política crítica à sociedade capitalista.

2. Os textos podem tratar de temas variados, relacionados à conjuntura política seja à conjuntura teórica marxista, em suas diversas correntes, não se exigindo a apresentação de uma análise conclusiva acerca do assunto a ser discutido, nem o desenvolvimento de uma abordagem original do mesmo.

3. Os *Cadernos Cemarx* propõem-se a publicar trabalhos em vias de conclusão, que estejam ainda em processo de construção, mas que já apresentem hipóteses minimamente desenvolvidas – em geral, textos de primeira versão. Estes podem assumir a forma de artigos, comentários, ensaios, resenhas, comunicações ou traduções. Qualquer que seja a modalidade escolhida, os trabalhos enviados devem apresentar clareza nas idéias e nos argumentos, bem como rigor conceitual e analítico.

4. Todos os textos e matérias propostos serão encaminhados para pareceres dos editores, ou conselheiros da revista, cujos nomes são mantidos em sigilo. A decisão final sobre a publicação do material será tomada pelo Comitê Editorial, com base no programa editorial da revista, e comunicado ao interessado.

5. Os textos, em duas cópias impressas e uma em disquete, devem ser enviados para o endereço de correspondência da revista:

Prof<sup>a</sup>. Andréia Galvão  
Centro de Estudos Marxistas (Cemarx)  
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH)  
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)  
Caixa Postal 6110  
13083-770 – Campinas – Estado de São Paulo

## II – ARTIGOS, COMENTÁRIOS E RESENHAS

1. O artigo é um texto autônomo, que possui objeto de análise e de crítica claramente definido, apresenta tese original e toma em consideração o estado de conhecimento e

as idéias existentes sobre o tema na bibliografia pertinente e no movimento operário e socialista. O comentário parte de um livro, ou de um conjunto integrado de livros e, eventualmente, de um acontecimento político-cultural, para desenvolver avaliações livres sobre um ou outro aspecto desse material ou suscitado por ele. A resenha apresenta de modo descritivo o conteúdo de um livro ou de um conjunto integrado de livros e desenvolve considerações sobre tal conteúdo.

2. O título de artigo ou comentário deve anunciar o conteúdo abordado.

3. Os artigos e comentários devem conter intertítulos que facilitem ao leitor a percepção das idéias e temas tratados ao longo do texto.

4. Os artigos e comentários devem usar notas de rodapé, fundamentalmente, para indicar as referências bibliográficas e documentais. Notas de rodapé contendo longas explicações, esclarecimentos ou ressalvas sobre as idéias contidas no corpo do texto truncam a exposição e prejudicam a fluência da leitura. Pede-se que os autores sejam comedidos no uso desse recurso.

5. As resenhas bibliográficas não devem conter título, intertítulos ou notas de rodapé. Se precisar subdividir o texto de uma resenha, o autor poderá recorrer à numeração em algarismos romanos. O cabeçalho da resenha deve trazer as informações técnicas sobre o livro resenhado – autor ou autores, título e subtítulo, local da edição, editora e número de páginas.

6. O autor de um artigo, comentário ou resenha deve informar, em nota de rodapé inserida após o seu nome, a sua profissão, emprego ou atividade. Se quiser, poderá informar também seu endereço eletrônico.

7. O tamanho dos textos pode variar muito. A revista estabelece, contudo, um teto para cada tipo de texto. Os artigos, ensaios, poderão ter, no máximo, 50 mil caracteres (contado espaços); os comentários e as comunicações, 20 mil; as resenhas, 10 mil. Fonte: Times New Roman, 12.

8. Os textos devem ser enviados em disquete e acompanhados de duas cópias impressas idênticas ao original.

9. Os textos propostos para publicação devem seguir rigorosamente as normas técnicas estabelecidas no próximo item deste documento.

### III – NORMAS TÉCNICAS

1. Transcrição de trechos de obras:

Trechos de até três linhas devem ser colocadas entre aspas na seqüência da frase.

Trechos de mais de três linhas devem vir sem aspas, destacados com um recuo e com um corpo um ponto menor. Exemplos no próximo item – 2 A.

2. As referências bibliográficas devem ser completas e apresentadas em notas de rodapé. As seguintes normas devem ser rigorosamente obedecidas:

A) Inserção das notas de rodapé:

As chamadas de notas no corpo do texto devem ser numeradas, inseridas dentro da frase antes da pontuação e em sobrescrito. No caso de notas colocadas em trechos entre aspas, a chamada será inserida fora das aspas, mas dentro da pontuação. Apenas no caso de trechos destacados em recuo e em corpo com um ponto menos, é que as chamadas de notas devem ser inseridas fora da pontuação.

Exemplos:

Numa bela passagem, Marx deixa claro, com uma metáfora poderosa<sup>1</sup>.

Numa bela passagem, Marx deixa isso claro, com uma metáfora poderosa: “o capital é trabalho morto que só se vivifica vampirescamente, sugando trabalho vivo”<sup>2</sup>.

Numa bela passagem, Marx deixa isso claro, com uma metáfora poderosa:

O capital tem um impulso vital peculiar, o impulso a se valorizar, a criar mais-valia, a sugar a maior massa possível de mais-trabalho com sua parte constante, os meios de produção. O capital é trabalho morto que só se vivifica vampirescamente, sugando trabalho vivo, e vive tanto mais quanto mais deste sugar<sup>3</sup>.

B) Citação de livros:

Indicar primeiro o nome e depois o sobrenome do autor, tudo por extenso, o título completo do livro em itálico e com maiúscula apenas na primeira letra do título. Para o título de livros estrangeiros, usam-se as maiúscula de acordo com o original. Número da edição (caso não seja a primeira). Local da publicação, nome da editora, ano da publicação. Se a edição não trazer o ano da publicação, usar a sigla s/d. No caso de indicação de número de página, tal deve vir depois do ano de publicação, usando apenas a letra p. como abreviação de página ou de páginas.

Exemplo:

Décio Saes, *República do capital – capitalismo e processo político no Brasil*. São Paulo, Boitempo, 1999, p. 7-15.

C) Citação de artigos:

C1) Em coletânea: Indicar primeiro o nome e depois o sobrenome do autor do artigo, tudo por extenso, o título completo do artigo entre aspas e com maiúsculas

apenas na primeira letra. In: Nome e sobrenome do(s) organizador(es) da coletânea, título completo da coletânea em itálico e com maiúscula apenas na primeira letra. Número da edição (caso não seja a primeira). Local da publicação, nome da editora, ano da publicação. Exemplo:

Jacob Gorender, “Gênese e desenvolvimento do capitalismo no campo brasileiro”. In: João Pedro Stédile (org.), *A questão agrária hoje*. 2a ed. Porto Alegre, Editora Universidade/UFRGS, 1994.

C2) Em periódicos: Indicar primeiro o nome e depois o sobrenome do autor do artigo, tudo por extenso, o título completo do artigo entre aspas e com maiúscula apenas na primeira letra. Nome do periódico em itálico, local da publicação, editora, número do periódico, ano da publicação. Exemplo:

Frederic Jamenson, “Reificação e utopia na cultura de massa”, *Crítica Marxista*, São Paulo, Brasiliense, no 1, 1994.

D) As referências a obras já citadas podem vir simplificadas, usando os recursos de indicar apenas o sobrenome do autor, de omitir o subtítulo do livro e de recorrer a abreviações e convenções. Exemplos:

Saes, *República do capital*, cit., p. 46.

ou, caso não tenha sido citada nenhuma outra obra do mesmo autor, simplesmente Saes, op.cit., p. 46.

ou, se a nota anterior se referir ao mesmo livro,

Idem, *ibidem*, p. 46.