

O diploma como *commodity*

por Paula Tavoraro

O que é uma *commodity*? A definição pode ser bastante simplista: é um produto homogêneo que não tem valor para o consumidor final, mas que, depois de transformado, se torna algo interessante para o mercado e com alto valor agregado.

Como se chegou ao ponto reducionista de se considerar um diploma como uma *commodity*? Um diploma nem caberia na definição: é um produto de alto valor, definitivamente não homogêneo e que é transformado, criado e recriado ao longo de um processo de esforço pessoal do consumidor final. Isto é, em uma dinâmica diametralmente oposta à das *commodities* propriamente ditas, o consumidor do produto final é responsável pela própria transformação deste produto em algo extremamente valioso para si. Não é possível definir uma *commodity* nestes termos.

Entretanto, os diplomas definitivamente se transformaram em *commodities*.

Quando as universidades surgiram, a relação professor-aluno era baseada em diálogo constante. Os alunos e seus professores estudavam continuamente, aprofundavam seus conhecimentos e discutiam aquilo que aprendiam, em um contato intenso dentro e fora da universidade. Alunos e professores evoluíam em um processo contínuo de aprender, compreender, executar, dar e receber *feedback* e reestruturar o conhecimento (Ludvik, 2016). É claro que nem tudo era perfeito, mas quando se considera o processo de proximidade, o diálogo e a supervisão constantes, deve-se concordar que esta ainda é uma receita de sucesso para o aprendizado real.

Na medida em que as universidades foram crescendo e atraindo um maior contingente de pessoas, a relação professor/aluno, um-a-um, foi deixando de ocorrer. Não era mais possível a manutenção desta atenção individual (Ludvik, 2016). Esta tendência, iniciada no século XIX, se intensificou nos séculos XX e XXI, transformando a universidade naquilo que existe atualmente: classes lotadas, divisão entre disciplinas, conhecimentos extremamente fragmentados, professores que desconhecem os seus alunos e alunos que nem sabem quem são os professores.

Com o aumento das matrículas, a proporção professor-alunos também cresceu e as interações colaborativas entre alunos e professores pareceram se tornar impossíveis [...]. Para administrar este crescimento imenso nas matrículas, a disciplina se tornou o veículo de organização do ensino superior (Ludvik, 2016).

Esta forma de estruturação em créditos/disciplinas também é comum no Brasil. Essa fragmentação em torno de uma disciplina, um professor, um crédito, faz que nem os professores, nem os alunos, nem a instituição enxerguem a



Nathan Dumiao on Unsplash

formação – o diploma propriamente dito – como um todo equilibrado que deveria ser abordado de forma sistêmica, e não como uma *commodity*.

As classes cheias, um obstáculo ao clichê educacional que diz que o professor deve conhecer seus alunos, também auxiliam na transformação do diploma em *commodity*. Conhecer os alunos é um passo essencial para se garantir o aprendizado; mas, no contato com uma multidão de alunos, o professor achata e homogeneiza sua entrega. Diz a definição de *commodity*: “O mercado de *commodities* é caracterizado por produtos e serviços homogêneos” (McPherrren, 2007). E as universidades – consciente ou inconscientemente – sempre venderam para seus “clientes” uma entrega absolutamente (e ilusoriamente) homogênea. A ilusão de homogeneidade das salas de aula é uma afirmação do senso comum dentro de todos: alunos, pais, instituições e, principalmente, dos professores. Mas não há homogeneidade na sala de aula.

“Apenas um professor iniciante ainda sonha ter apenas alunos igualmente aptos e motivados a tirarem proveito de seu ensino” (Perrenoud, 2000), entretanto, o trabalho em sala de aula é tão complexo (Schoenfeld, 2010; Perrenoud, 2001), que é mais fácil lutar contra a heterogeneidade ou ignorá-la. Até mesmo professores bastante experientes se **protegem** com base no senso comum da homogeneidade dos alunos: com muitos alunos, tende-se a agir como se não houvesse uma relação com indivíduos, mas com uma entidade coletiva chamada de “classe” que é classificada como “boa” ou “ruim” com base no comportamento e rendimento de uns poucos alunos que se sentam na frente ou no fundo da sala.

Assim os argumentos que, na atualidade, fazem o diploma ser visto como uma *commodity* podem ser resumidos em:

- Há uma ilusão de homogeneidade sobre o trabalho em sala de aula e o produto final;

- As instituições de ensino agem apenas como provedoras de informação (Nelson, 2014);
- O ensino superior é avaliado apenas como um meio para um fim (Douglas-Gabriel, 2014) puramente econômico, com base em dados de empregabilidade e valor dos salários (Nelson, 2014).

Quando a vida universitária é discutida nestes termos – da homogeneidade justificada, do trabalho em sala de aula apenas como transmissão de informação, da universidade como um meio cujo fim é o emprego –, as premissas estabelecidas são falsas.

As premissas são falsas porque não são o currículo e a estrutura dos campi universitários os únicos responsáveis pela qualidade do diploma/formação. Os educadores estão cientes de que as decisões do aluno, sua postura em sala de aula, sua iniciativa e decisão para o estudo, seu foco e sua participação são os aspectos que dão valor (bastante heterogêneo) ao diploma: a vida universitária não é uma *commodity* (Rawlings, 2015). Educadores sabem também, pela sua própria experiência, que

educação não é transmissão de informações. O aluno educado na universidade não é simplesmente a mesma pessoa que se matriculou quatro anos antes, só com novas informações e habilidades. O formado é uma pessoa diferente – uma pessoa que desenvolveu a capacidade humana inata de aprender, ao ponto de controlá-la. (Nelson, 2014).

A universidade também não é um meio para um fim (o emprego): ela tem um propósito excepcional: tornar as pessoas versões melhoradas de si mesmas pelo desenvolvimento da sua capacidade de aprendizado. Além disso, o caminho pelo qual a universidade garante a empregabilidade vai muito além do diploma como uma preparação para o mercado de trabalho. A empregabilidade depende de **como** a experiência acadêmica se dá (Ray e Kafka, 2014). A vida universitária – intensamente vivida – é importante para a futura empregabilidade: os profissionais bem-sucedidos foram alunos envolvidos e tiveram professores comprometidos. Estes profissionais encontraram professores que tornaram o aprendizado envolvente, consideraram os alunos como pessoas e foram mentores. Estes profissionais foram ainda alunos que se envolveram em projetos de longa duração, tiveram oportunidades de aplicar na prática o que aprenderam na teoria e participaram ativamente de atividades extracurriculares (Ray e Kafka, 2014).

O diploma, neste contexto, é um produto de alto valor agregado, extremamente customizado, que foi gerado por oportunidade de desenvolvimento supervisionado e por um processo de crescimento que envolve foco e motivação. Este processo não poderia, de forma alguma, gerar uma *commodity*.

Entretanto, essa é a infeliz perspectiva do ensino universitário atual. Uma perspectiva cultural, relacionada com a forma de se enxergar e de se adaptar à realidade pós-moderna, mutante e de alta velocidade. Entretanto, todos podem contribuir para começar a mudar esta cultura: professores, pais

e profissionais experientes podem mostrar aos jovens, seus filhos e seus alunos, que a vida universitária é um caminho com propósito específico.

- Um caminho no qual a jornada é mais importante que o destino e que tem o propósito de formar não só profissionais, mas também pessoas melhores.

A vida universitária é uma jornada a ser trilhada com calma, dedicação e envolvimento de todas as partes

Se quiser conversar mais sobre este e outros assuntos sobre a educação universitária, acesse meu blog (www.educarsenoensinosuperior.blogspot.com).

Referências

1. DOUGLAS-GABRIEL, D. Why a college degree shouldn't be a commodity. *The Washington Post*, Novembro de 2014. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2014/11/20/why-a-college-degree-shouldnt-be-a-commodity/?utm_term=.20e370438e0e. Acesso em: 7 set. 2018.
2. LUDVIK, MJB. The neuroscience of learning and development. *Enhancing creativity, compassion, critical thinking and peace in higher education*. Starling: Stylus Publishing. Edição para Kindle, 2016.
3. MCPHERREN, AC. The Commodity Market and the University Education. *University Business*, Outubro de 2007. Disponível em: <https://www.universitybusiness.com/article/commodity-market-and-university-education>. Acesso em: 3 set. 2018.
4. NELSON, CB. Why we are looking at the 'value' of college all wrong. *The Washington Post*, Novembro de 2014. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/news/answer-sheet/wp/2014/11/01/why-we-are-looking-at-the-value-of-college-all-wrong/?utm_term=.8ee14a35ff65. Acesso em: 7 set. 2018.
5. PERRENOUD, P. *10 novas competências para ensinar*. Convite à viagem. Porto Alegre: Artmed, 2000.
6. _____. *Ensinar: agir na urgência, decidir na incerteza*. Porto Alegre: Artmed, 2001.
7. RAWLINGS, H. College is not a commodity. Stop treating it like one. *The Washington Post*, Junho de 2015. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/06/09/college-is-not-a-commodity-stop-treating-it-like-one/?utm_term=.6028a901f714. Acesso em: 7 set. 2018.
8. RAY, J.; KAFKA, S. Life in college matters for life after college. New Gallup-Purdue study looks at links among college, work and well-being. *Gallup News*, Maio de 2014. Disponível em: <https://news.gallup.com/poll/168848/life-college-matters-life-college.aspx>. Acesso em: 7 set. 2018.
9. SCHOENFELD, AH. *How we think*. A theory of goal-oriented decision making and its educational implications. Nova Iorque: Routledge, 2010. ■

Sobre o autor

Paula Tavoraro, CRMV/SP-10.162

Veterinária e pedagoga, professora e coordenadora adjunta do curso de Medicina Veterinária da FMU São Paulo.

