

## RANKINGS NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: AS MELHORES FACULDADES DO BRASIL (1982-2000)

ADOLFO IGNACIO CALDERÓN  
RAONE CEZAR MATIAS  
HENRIQUE DA SILVA LOURENÇO

### RESUMO

*Este artigo aborda o estudo do extinto ranking Melhores Faculdades, o primeiro no campo da educação superior brasileira, criado em 1981 e editado anualmente, por dezenove anos, pela revista masculina Playboy. Foca o funcionamento e a metodologia desse ranking a partir de uma revisão bibliográfica e documental, envolvendo artigos científicos, notícias de jornal, depoimentos de autoridades universitárias publicados em portais da internet e, sobretudo, a análise de suas edições. Partindo da contextualização teórica sobre os rankings acadêmicos, o artigo revela a metodologia adotada pelo ranking em questão, baseada principalmente nas opiniões de chefes de recursos humanos de grandes empresas e diretores dos cursos avaliados, demonstrando a predominância de um grupo de instituições da região Sudeste como responsáveis pelos cursos de melhor qualidade e acenando para, apesar das críticas, a aceitação dos rankings como referenciais de qualidade pelos gestores universitários.*

\* Este artigo, que contou com auxílio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), Processo n. 2012/10757-1, aprimora versão apresentada no XXVI Simpósio Brasileiro de Política e Administração da Educação, realizado de 27 a 30 de maio de 2013, na cidade de Recife, Pernambuco (CALDERÓN; MATIAS; LOURENÇO, 2013).

**PALAVRAS-CHAVE** EDUCAÇÃO SUPERIOR • RANKINGS ACADÊMICOS • RANKING PLAYBOY • AVALIAÇÃO EDUCACIONAL

## **RESUMEN**

*Este artículo aborda el estudio del extinto ranking Melhores Faculdades, el primer en el campo de la educación superior brasileña, creado en 1981 y editado anualmente, durante 19 años, por la revista masculina Playboy. Enfoca el funcionamiento y la metodología de dicho ranking a partir de una revisión bibliográfica y documental, involucrando artículos científicos, noticias de periódicos, testimonios de autoridades universitarias publicados en portales de Internet y, sobre todo, el análisis de sus ediciones. Partiendo de la contextualización teórica sobre los rankings académicos, el artículo revela la metodología adoptada por el mencionado ranking, basada principalmente en las opiniones de jefes de recursos humanos de grandes empresas y directores de los cursos evaluados, demostrando el predominio de un grupo de instituciones de la región Sudeste como responsable por los cursos de mejor calidad y señalando, a pesar de las críticas, la aceptación de los rankings como referentes de calidad por los gestores universitarios.*

**PALABRAS CLAVES EDUCACIÓN SUPERIOR • RANKINGS ACADÉMICOS • RANKING PLAYBOY • EVALUACIÓN EDUCACIONAL**

## **ABSTRACT**

*This paper presents a study on the now defunct ranking Melhores Faculdades (Best Colleges), the first of its kind in the Brazilian higher education field, created in 1981 and issued on an yearly basis, over the course of 19 years, by the Playboy men's magazine. We focus on the workings and the methodology of said ranking, based on a bibliography and literature review, comprising scientific papers, newspaper articles, university authorities' accounts published on web portals, and, most importantly, the magazine issues themselves. Following the theoretical contextualization of the academic rankings, this paper reveals the methodology adopted by the ranking in question, based primarily on the opinions of chief human resources officers of large companies as well as the headmasters of the evaluated courses, highlighting a group of institutions from Brazil's Southeast Region as the one with the highest quality courses, paving the way for the acceptance of rankings as quality assessment tools by university managers, despite the criticism.*

**KEYWORDS HIGHER EDUCATION • ACADEMIC RANKINGS • PLAYBOY RANKING • EDUCATIONAL EVALUATION.**

## INTRODUÇÃO

O ranqueamento de instituições de educação superior (IES) é uma temática que tem gerado na comunidade acadêmica, de forma predominante, resistência e principalmente discursos inflamados contra sua implantação no cenário universitário brasileiro. Na literatura científica, é possível encontrar ampla bibliografia que questiona a implantação de *rankings* no meio universitário, sustentada preponderantemente por abordagens teóricas que podem ser enquadradas no paradigma do conflito (ROTHEN; BARREYRO, 2011; POLIDORI, 2008; BRITO, 2008; LEITE, 2008; DIAS SOBRINHO, 2010).

Apesar das críticas, ancoradas em uma visão formativa e emancipatória dos processos avaliativos, é fato a expansão, em âmbito global, de *rankings* acadêmicos ou universitários que terminam por se tornar mecanismos indutores da concorrência entre IES, estabelecendo normas, indicadores e parâmetros referenciais do que seria a qualidade na educação superior.

Este artigo se debruça sobre o estudo do primeiro *ranking* construído no Brasil no campo da educação superior, que surgiu no início da década de 1980 e percorreu duas

décadas de publicações. Trata-se do extinto *ranking* Melhores Faculdades, editado anualmente pela revista masculina *Playboy* (RPB), que pode ser considerado o primeiro *ranking* acadêmico produzido no Brasil e que objetivava atuar, conforme afirmou o editor da referida publicação, como “um guia amplo e fidedigno elaborado por *Playboy* para facilitar a escolha do estudante brasileiro na hora do vestibular e estimular as escolas na busca de aperfeiçoamento” (CASTILHO, 1996, p. 117). Convém registrar que se adota como data de criação do *ranking* em questão o ano de 1981, conforme consta de sua 5ª edição (ASSEF; RONDEAU, 1986a), sendo sua primeira publicação de 1982.

No que diz respeito ao surgimento de *rankings* acadêmicos no Brasil, deve-se esclarecer que foram dois os pioneiros que datam da década de 1980, ambos promovidos pela mesma empresa, a Editora Abril, responsável pela publicação de importantes e variadas revistas e magazines, como *Exame*, *Quatro Rodas*, *Veja*, entre outros títulos. Se, em 1981, surgiu o *ranking* Melhores Faculdades, somente em 1988, após quase oito anos de existência, surgiu uma nova lista, que pretendia selecionar os melhores cursos no âmbito universitário. Trata-se do *ranking* promovido pelo *Guia do Estudante* (GE), publicação que, desde 1984, estava direcionada a oferecer informações que subsidiassem as escolhas de estudantes que pretendiam acessar a educação superior. Embora lançado em 1988, conforme consta de publicações do próprio guia (GUIA DO ESTUDANTE MELHORES UNIVERSIDADES, 2005), o GE já esboçava, desde 1986, tentativas de ranquear os cursos de graduação tendo como referência inicial os resultados avaliativos levantados pela RPB, os quais foram sendo aprimorados até a elaboração de estratégias metodológicas próprias do Guia.

Se o *ranking* da RPB pode ser considerado o primeiro produzido pela iniciativa privada, deve-se ressaltar que o primeiro *ranking* governamental da educação superior brasileira foi o Exame Nacional de Cursos (ENC), o chamado “provão”, criado em 1996, no governo do então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso, 15 anos após o surgimento do *ranking* Melhores Faculdades. A importância do *ranking* da

RPB pode ser conferida nas palavras do então ministro da Educação, Paulo Renato, ao afirmar que esse *ranking* podia ser considerado “o melhor instrumento de avaliação do ensino superior brasileiro” antes da criação do ENC (SETTI, 2010).

Segundo Marques (2009, p. 37), na revista *Pesquisa Fapesp*, “no Brasil, até a década de 1990, o mais conhecido *ranking* de universidades do país era feito por uma revista masculina, a *Playboy*”. Castro (1995) já havia mencionado que até meados de 1990, havia insuficiência de dados e informações a respeito da qualidade dos cursos de graduação oferecidos no país, que eram supridos, embora parcialmente, por iniciativas como o *ranking* da RPB e do GE.

Embora o ranqueamento de cursos desenvolvido pela RPB tenha desempenhado um importante papel na história da avaliação da educação superior brasileira – resultante de iniciativas não estatais que adotavam matrizes avaliativas classificatórias e quantitativas –, convém mencionar que, durante a pesquisa que deu origem a este artigo, houve dificuldades para localizar trabalhos acadêmicos relacionados ao *ranking* da RPB (os poucos artigos encontrados o abordavam de maneira tangencial e superficial).

Diante desse cenário, este artigo tem como objetivo resgatar o pioneirismo e a trajetória do *ranking* Melhores Faculdades, realizado pela RPB, por meio de uma revisão bibliográfica e documental, envolvendo artigos científicos (ANDRADE, 2009; ORDORICA; GÓMEZ, 2010), notícias de periódicos impressos e veiculados na internet e, principalmente, a análise de conteúdo de edições da revista contendo os *rankings* publicados nos anos de 1982, 1986, 1987, 1990, 1993, 1996, 1998 e 2000. Para complementar os dados coletados, foram extraídos dos portais de instituições universitárias e de outros *sites* da internet depoimentos de diversos representantes de IES, os quais permitiram dar maior consistência e fundamentação ao artigo.

## **OS RANKINGS ACADÊMICOS NA EDUCAÇÃO SUPERIOR**

Abordar o funcionamento de *rankings* que mensuram e classificam o desempenho de IES exige a definição conceitual

de algumas expressões adotadas neste artigo. A respeito desse tipo de *ranking*, encontram-se diversas denominações, tais como *rankings* universitários, *rankings* de universidades, *rankings* de faculdades, *rankings* de IES, *rankings* acadêmicos, entre outros.

Neste artigo, adota-se a expressão *rankings acadêmicos*, que engloba a diversidade de atividades e funções relacionadas com o mundo universitário. Além de envolver o ranqueamento de IES, permite tomar como referências outros indicadores mais específicos, como cursos de graduação, cursos de pós-graduação, grupos e instituições de pesquisa científica, egressos e empregabilidade, transferência de conhecimento, inovação tecnológica, projeção internacional, entre outros. O termo *ranking acadêmico* é também adotado em alguns estudos acadêmico-científicos (BERNARDINO; MARQUES, 2010) e consta do nome de alguns *rankings* internacionais, como o famoso *ranking* Shanghai, *Academic Ranking of World Universities* (ARWU), publicado pela Universidade de Shanghai Jiao Tong (ORDORIKI, 2008).

## O PRESTÍGIO DOS *RANKINGS* INTERNACIONAIS NO BRASIL

A matéria “Universidade analisa produção acadêmica no ensino superior”, de Assumpção e Leone (2011), disponibilizada no *site* da Universidade Estadual de São Paulo (Unesp), expõe a relevância que a temática dos *rankings* acadêmicos vem ganhando no Brasil ao tratar de um ciclo de debates a respeito das universidades e dos índices nacionais e internacionais, o qual contou com a participação do pesquisador Hervé Théry, do *Centre National de la Recherche Scientifique*, que abordou o índice internacional de Shanghai.

O professor Théry é citado em uma matéria jornalística intitulada “O Brasil já merece um Nobel, diz professor francês”, de autoria de Minami (2011). Nessa matéria, Théry apresenta aspectos importantes dos *rankings* internacionais e diz que o Brasil deveria pensar em aumentar seus prêmios acadêmicos, o que o faria “subir muitas posições” em *rankings* internacionais, como o de Shanghai, que valoriza tal critério. Segundo ele, para isso, seria necessário publicar mais em revistas como *Nature* e *Science*, além de ser impreterível

romper a barreira da língua e adentrar o vasto universo anglófono.

As conquistas, em termos da melhoria de desempenho de duas grandes universidades paulistas – a Universidade de São Paulo (USP) e a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) – em *rankings* internacionais, são celebradas e divulgadas em seus *sites* e nos meios de comunicação. “USP sobe 20 posições em *ranking* internacional e é a única da AL entre as 200 primeiras, de outubro de 2012” foi o título de matéria divulgada no portal da Universo Online (2012). Nessa mesma linha, a revista *Veja*, conjuntamente com a Agência Estado (2012, p. 1), divulgou: “USP avança em *ranking* internacional e é 139ª colocada: universidade paulista sobe 30 posições e lidera na América Latina”, o que lhe garantiu a liderança no *QS World University Rankings*. A referida matéria destacou ainda o posicionamento de Ben Sowter, coordenador de pesquisa da *QS*, que revelou que a América Latina está se tornando uma região muito dinâmica, na medida em que universidades do Brasil, México e Chile estão entre as 200 mais bem colocadas no mundo. Em matéria divulgada em outubro de 2012, a revista *Veja* (GOULART, 2012, p. 1) anunciou: “USP e Unicamp são estrelas brasileiras solitárias no mais importante *ranking* de universidades do mundo. Instituições paulistas avançam no *Times Higher Education* (THE), mas são as únicas do país a figurar na edição 2012-2013 da avaliação”.

Como se pode observar, são somente duas as universidades brasileiras presentes nos principais *rankings* acadêmicos internacionais. Entretanto, ao par desses, existem outros de âmbito nacional e regional. Neles se inserem o extinto *ranking* Melhores Faculdades da RPB, objeto de estudo deste artigo, os diversos *rankings* criados pelo GE, atualmente em vigência, e o *ranking* Universitário Folha (RUF), do jornal *Folha de S.Paulo* (FSP), criado em 2012.

### **RANKINGS ACADÊMICOS: COMODIFICAÇÃO E PERFORMATIVIDADE**

Segundo Ordorika e Gómez (2010), os *rankings* acadêmicos permitem a convergência de três racionalidades distintas, que lhes dão legitimidade. A primeira diz respeito ao interes-

se dos estudantes em identificar e ingressar nas melhores IES disponíveis no cenário educacional. A segunda refere-se aos elementos de prestígio no mercado educacional, concedidos pelos *rankings* às IES que obtiveram bom desempenho. Em terceiro lugar, destaca-se a diferenciação institucional e de *status* que os sistemas universitários nacionais adquirem ao se apresentarem com maior peso e importância no meio acadêmico, tornando-se exemplos também fora de seus países.

Para esses autores, os *rankings* acadêmicos têm distintas características, diversos fins e diferentes áreas de abrangência, seja regional, nacional ou internacional. Alguns desses *rankings* são gerenciados por instâncias governamentais, enquanto outros são garantidos por instâncias privadas, como foi o caso do *ranking* da RPB e também, atualmente, o dos *rankings* do GE e do jornal FSP.

O ranqueamento de cursos de graduação da RPB surgiu em um contexto histórico muito específico, marcado pelo que Calleja (1990) chama de "mercado de demanda", um mercado no qual interage um número reduzido de universidades. Nele, qualquer produto oferecido encontrava um número elevado de consumidores, por haver grande demanda reprimida por produtos e serviços educacionais em nível superior.

Contrapondo-se a esse cenário da década de 1980, a realidade atual, iniciada na segunda metade da década de 1990, se caracteriza pelo que Calleja (1990) denomina de *mercado de oferta*, no qual, diante do elevado número de universidades, as instituições concorrem entre si na tentativa de captar recursos, produzindo itens e serviços exigidos pelo mercado como um todo e, principalmente, atendendo às demandas dos potenciais consumidores dentro de um contexto de acirrada concorrência por "clientes".

A formação do mercado de oferta e a decorrente expansão do setor privado de educação superior, na década de 1990, se caracterizam pelo processo denominado por Fairclough (2001) "comodificação", entendido como o processo pelo qual os domínios e as instituições sociais, "cujo propósito não seja produzir mercadorias no sentido econômico restrito de artigos para venda, vêm não obstante a ser

organizados e definidos em termos de produção, distribuição e consumo de mercadorias” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 255).

Esse processo, embora não seja novo, ganhou maior intensidade e vigor no âmbito da educação superior a partir da instauração de uma “cultura empresarial”, contendo em seu discurso uma postura que se apropria de ordens e de discursos institucionais e societários associados à produção de mercadorias.

O discurso educacional comodificado, segundo Fairclough (2001), em sua maior parte, é composto por vocabulários vinculados a conceitos principais, como os de “competência” e “habilidade”. Nessa lógica, o conceito de “habilidade” aplica-se de forma ativa e individual, sendo interpretado como uma característica fundamental para a diferenciação entre os indivíduos que aspiram a uma vaga funcional, conforme seu tipo e grau de habilidade. Além disso, diz Fairclough que esse conceito tem implicações normativas e objetificadoras, de modo que os indivíduos passam a compor um conjunto social comum em termos de habilidades, por meio de processos de treinamento institucionais, diminuindo os espaços para a individualidade.

Para esse autor, a comodificação do discurso educacional passa também por uma questão de gênero de discurso. Portanto, a educação integraria uma série de domínios de discursos controlados pelo gênero publicitário. A publicidade contemporânea de mercadoria emprega tanto a linguagem verbal quanto a visual. Utilizando-se principalmente da linguagem visual, os publicitários exploram cada vez mais a imagem, haja vista sua enorme capacidade de simular um estilo de vida. Como aponta Almeida (2001), na dinâmica do mercado educacional, as empresas educacionais que proliferaram no Brasil na década de 1990 tendem a mostrar outros elementos ou qualidades distantes do produto em si, os mesmos que, muitas vezes, ganham destaque maior que o principal produto oferecido pela universidade: o curso. Na guerra pelo consumidor, diz Almeida, uma piscina, uma sala de musculação, uma localização próxima do metrô, um salão de beleza, uma sala de informática, convênios com grandes empresas, uma autoescola, um instituto

de idiomas, uma praça de alimentação são elementos que, em muitos casos, podem ganhar ênfase maior que o curso ofertado pela universidade.

Decorrente desse processo de comodificação, convive-se também com um cenário que não se visualizava na década de 1980, que é a chamada "cultura da performatividade", isto é, uma "Tecnologia, uma cultura e um modo de regulação que se serve de críticas, comparações e exposições como meios de controlo, atrito e mudança" (BALL, 2002, p. 4). Nessa perspectiva, "os desempenhos (de sujeitos individuais ou organizações) servem como medidas de produtividade e rendimento, ou mostras de 'qualidade' ou, ainda, 'momentos' de promoção ou inspeção" (BALL, 2002, p. 4).

Dentro desse cenário, a performatividade torna-se um elemento inerente ao mercado educacional, e impregna-se igualmente nas avaliações da educação superior por meio de *rankings* acadêmicos. Dessa forma, a comodificação e a performatividade podem ser visualizadas nos impactos gerados pelos *rankings*, ganhando concretude nos meios de divulgação das IES e nas expressões usadas nas propagandas, nos discursos favoráveis dos dirigentes e acadêmicos, que acabam consagrando, direta ou indiretamente, a competitividade como elemento indutor de qualidade no mercado educacional.

### **RANKING DA REVISTA PLAYBOY: TRAJETÓRIA E REPERCUSSÕES**

Uma das principais críticas à avaliação da educação por meio de instrumentos quantitativos e classificatórios, baseados na comparação e na concorrência como elementos indutores da qualidade, diz respeito à adoção de metodologias que primam por abordagens muitas vezes subjetivistas, calcadas na construção de indicadores nem sempre confiáveis, que possibilitam a publicização de dados e informações que podem ser encomendados, manipulados, alterando a veracidade dos fatos e induzindo comportamentos no mercado educacional. Essa problemática, em termos metodológicos, é apontada por autores como Ordorika (2008), que,

entre outras críticas, enumera as seguintes: a) existe elevado número de indicadores para tentar valorar a qualidade da educação superior, porém, não existe um conjunto de critérios que seja suficientemente amplo e unânime para medir a qualidade das universidades; b) os *rankings* sempre estarão expostos a críticas baseadas nos indicadores adotados e nas fórmulas de mensuração utilizadas; c) frequentemente, os *rankings* oferecem resultados nos quais considerável número de instituições é agrupado em uma mesma média, sendo estas diferenciadas, quanto à posição no *ranking*, por margens estatisticamente não significativas; d) alguns *rankings* podem ser manipulados, em termos estatísticos, na medida em que instituições podem auferir melhores posições realizando esforços deliberados para obter melhor desempenho em alguns indicadores que impactam a ordem dos *rankings*, sem haver, necessariamente, melhoria da qualidade das instituições em termos globais.

#### **A METODOLOGIA DO RANKING DA REVISTA PLAYBOY**

“Exclusivo: professores e profissionais elegem as 10 melhores Faculdades do Brasil”. Essa era a chamada para a primeira edição do *ranking* das Melhores Faculdades do Brasil que constava da capa da RPB de março de 1982 (EXCLUSIVO..., 1982, p. 1). A pesquisa realizada permitiu constatar que, desde o início, a metodologia utilizada para a elaboração do *ranking* se baseava em consultas por meio de questionários e entrevistas com professores, proprietários de cursos pré-vestibular, chefes de departamentos de faculdades e profissionais ligados às áreas abrangidas pelo *ranking*. Além desse procedimento, a revista utilizava dados do Ministério da Educação e de instituições financiadoras de pesquisas, como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Após a análise desses dados, a *Playboy* determinava os melhores cursos de cada área.

A metodologia do *ranking* foi mudando ao longo dos dezenove anos de existência do *ranking* em questão. Em 1986, em sua quinta edição, ela se dividiu em três momentos (ASSEF; RONDEAU, 1986b). De início, a revista realizava uma pesquisa

direcionada especificamente aos chefes de departamentos de todas as faculdades brasileiras, cujos resultados possibilitavam a construção das listas das melhores instituições. Nesse primeiro momento, o poder do informante era bastante concentrado, na medida em que sua opinião era fundamental para incluir ou não determinado curso no *ranking*. Com o auxílio da coordenação do Instituto Teorema, Pesquisas e Estudos de Mercado de São Paulo, com a supervisão do Departamento de Análise e Pesquisas de Mercado da Editora Abril, a pesquisa era realizada por meio de questionário enviado pelo correio, no qual se solicitavam opiniões a respeito dos cinco melhores cursos de graduação e dos três melhores cursos de pós-graduação da área avaliada. Em um segundo momento, utilizando-se de entrevistas, a revista recolhia dados de chefes de recursos humanos de 30 empresas eleitas entre as 100 maiores e melhores pela revista *Exame*. Essa estratégia tinha como objetivo a coleta de opiniões de profissionais responsáveis pelas contratações nas empresas nacionais e multinacionais consideradas mais importantes pela revista. Em um terceiro momento, tabulavam-se os resultados obtidos nas pesquisas realizadas nas duas primeiras etapas, cruzando-os com os resultados obtidos pelo curso avaliado nos *rankings* realizados nos quatro anos anteriores. Ao final desse processo, a revista trazia, em sua 5ª edição, um *ranking* com os 10 melhores cursos na área de graduação e outro com os cinco melhores cursos na pós-graduação, contando com 25 áreas em seu quadro de classificação.

A apresentação dos *rankings* na revista era realizada, em termos gráficos, dentro da filosofia que permeava sua produção, isto é, conforme já mencionado por seu editor, Ricardo Castilho (1996), visando facilitar a escolha do estudante brasileiro na hora de prestar vestibular. Dessa forma, o leitor dispunha de um menu específico chamado “Ao seu serviço”, no qual se anunciavam os *rankings* dos cursos avaliados, transmitindo a sensação de um suporte prestado pela revista a todos os possíveis interessados em obter informações sólidas sobre as universidades listadas, e contribuindo para a construção racional de suas escolhas no tocante ao ingresso em universidades de prestígio. Outra característica

foi a alternância dos meses em que a edição era publicada a cada ano. A primeira edição veio a público em março de 1982, da mesma forma que as edições de 1987, 1990 e 1993. No ano de 1986, o *ranking* foi publicado no mês de abril. Nas edições dos anos de 1996, 1998 e 2000, apareceu no mês de setembro. Pela amostra apresentada, tudo indica que não havia, necessariamente, um mês fixo para a divulgação dos *rankings*.

Na divulgação do *ranking Playboy*, observam-se fortes características mercadológicas, especialmente no que tange à sua metodologia, que constrói e analisa dados coletados de questionários respondidos por agentes atuantes e influentes no mercado de trabalho. Vale ressaltar a inserção de matérias adicionais, após as tabelas dos *rankings*, oferecendo informações como salários e oportunidades (CABREIRA, 1986, p. 148), baseadas em análises feitas por especialistas na colocação de executivos no mercado de trabalho. Dessa forma, divulgavam-se também “as profissões em alta” no ano (CABREIRA, 1986, p. 148), com destaque para as regiões do país com tendência à ascensão no que se refere às oportunidades de emprego.

Dentro dessa racionalidade típica do mercado, foram apontadas, na edição do *ranking* do ano de 1987, especificamente na matéria “O universitário ideal, na opinião das empresas” (COSTA et al., 1987), as características e as virtudes necessárias para o ingresso bem-sucedido dos recém-formados no mercado de trabalho, com base na opinião de alguns dirigentes de empresas. Nessa mesma perspectiva, a 6ª edição apresentou também matérias com dicas para uma boa atuação na entrevista de emprego, referências de autores e livros para o suporte dos que buscavam ascensão profissional, entre outras matérias com o mesmo teor (CABREIRA, 1986, p. 148). Na 9ª edição do *ranking*, seguindo essa tendência, matérias orientavam para a obtenção de vantagem em um mercado concorrido, instruindo a leitor a manter a “antena ligada no mundo ao seu redor” (VIEIRA; ISHI, 1990).

Com o passar dos anos, a revista se renovava, apresentando novos cursos e seus enquadramentos no mercado de trabalho. Após 10 anos de existência, passou a oferecer entrevistas

com os principais “personagens” da época, como o então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso. Nela, os entrevistados concediam uma breve fala de suas trajetórias durante suas vidas acadêmicas, deixando, ao final, algumas dicas para os interessados em seguir a mesma carreira.

Na edição de 1996, chamou a atenção uma nova exposição dos critérios utilizados na elaboração do XV *Ranking Playboy*, que permitiu delinear a dimensão da abrangência à qual chegou o *ranking*. Segundo Castilho (1996), editor da classificação, naquele ano foram enviados 20.000 questionários a chefes de departamentos, diretores e coordenadores de cursos de 140 instituições brasileiras, com um percentual de devolutivas de 18%. Foram 19.100 questionários a mais, se considerarmos que na primeira edição do *ranking*, em 1982, foram enviados somente 900. Após a obtenção dos questionários preenchidos, os dados foram codificados e tabulados, levando-se em consideração dados quantitativos e qualitativos. Entre os dados quantitativos, destacaram-se: (a) número de professores com mestrado e doutorado, professores com dedicação exclusiva, número de professores por aluno; (b) número de laboratórios; e (c) número de bolsas de estudos. Já os dados qualitativos foram apurados junto a professores (contratados para a elaboração do *ranking*), de acordo com os seguintes itens: (a) currículo (deficiências e qualidades); (b) pesquisas desenvolvidas com empresas privadas ou estatais; (c) projetos com a comunidade; (d) teses defendidas e trabalhos publicados em revistas científicas. Além desse questionário, a revista continuava enviando outro a profissionais e gerentes responsáveis pelos programas de estágio de grandes empresas, com o intuito de obter informações que revelassem quais universidades estavam produzindo uma mão de obra mais qualificada (CASTILHO, 1996).

Uma leitura comparativa entre as diversas edições do *ranking* permite constatar que os resultados das melhores universidades não apresentaram grandes mudanças nas posições dos primeiros lugares da lista, os quais eram monopolizados pelos cursos das universidades estaduais, como a USP, seguida da Unicamp, Unesp e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o que evidencia a concentração e a supremacia das universidades na

Região Sudeste em comparação com as demais regiões do Brasil. Na esfera privada, também obtiveram destaque alguns cursos de instituições da Região Sudeste, como a PUC-SP e a Fundação Getúlio Vargas (FGV).

### **REPERCUSSÕES DO RANKING NO CENÁRIO EDUCACIONAL**

Investigando os portais das universidades mais bem ranqueadas, *blogs* de educação, panfletos e campanhas publicitárias das IES, bem como depoimentos de diretores e de professores de IES publicados em matérias jornalísticas *online* e em *sites* de empresas, observaram-se as repercussões no cenário educacional decorrentes dos *rankings* da RPB.

Dentre as matérias jornalísticas das décadas de 1980 e 1990, destaca-se a pertinência de uma nota, publicada em 1998 pelo jornal FSP, na qual o *ranking* da RPB é utilizado como referência para responder a uma pergunta, feita no espaço reservado para as cartas dos leitores, a respeito de quais eram os cursos de jornalismo mais bem cotados no Estado de São Paulo. Diante do questionamento, o editor do jornal deu a seguinte resposta: “Segundo o *ranking* da RPB, os melhores cursos de jornalismo são oferecidos pela USP, Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep) e Faculdade Cásper Líbero” (CARTAS..., 1998). A forma de utilização desse *ranking* pode ser mais bem percebida no depoimento de Otávio de Mattos Silveiras, reitor do Centro Universitário do Instituto Mauá de Tecnologia, no qual ele valoriza o suporte prestado pelos *rankings* para os interessados em ingressar nas IES, alertando também que é preciso saber o que cada *ranking* está analisando: “se o corpo docente, se a internacionalização do curso ou a qualidade de seus alunos. Sem esse cuidado, é grande o risco de escolher uma instituição ou um curso que nada tem a ver com os objetivos do estudante” (APÓS ONLINE, 2007, p. 1).

O depoimento de professor Roy Martelanc, diretor educacional da Fundação Instituto de Administração, é outro exemplo de postura positiva em relação aos *rankings* da RPB, ele os considera uma referência para os que buscavam identificar os melhores cursos. Para Martelanc (APÓS ONLINE, 2007, p. 1), “é muito difícil avaliar se uma instituição é conceituada

olhando apenas os folhetos institucionais ou conversando com ex-alunos. Essas análises, por serem independentes, são excelentes para dar um norte ao futuro estudante”.

Em sua grande maioria, os dados analisados apresentam depoimentos institucionais a respeito da difusão e divulgação dos resultados obtidos, como se pode constatar no seguinte texto publicado pela Unesp:

Não foi só no ranking da revista *Playboy* que a UNESP se destacou. A Universidade também se saiu muito bem em outro levantamento, realizado pela revista *Época*, que lista as faculdades paulistas cuja competência é reconhecida pelo mercado de trabalho [...] na confrontação das avaliações da *Playboy*, *Época* e *Guia do Estudante*, um curso da UNESP GANHA DESTAQUE: Odontologia, de Araraquara, aparece em primeiro lugar nas três publicações (UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SÃO PAULO, 2000, p. 1).

Outro exemplo da mesma natureza verifica-se no depoimento de Jerônimo Braga, então diretor da Faculdade dos Meios de Comunicação Social (Famecos) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS):

Pelo Projeto PUC 2000, investimos na qualificação de professores. Para fazer parte do nosso quadro, o professor tem de ter, no mínimo, mestrado. Outro ponto é a permanente preocupação com as questões laboratoriais. Exemplo disso é o Vídeo-PUC, que atende às necessidades pedagógicas. Nesse semestre, inauguramos o estúdio de rádio digital, que atende inclusive ao mercado de fora (CAMARANO, 1997, p. 1).

A pesquisa realizada permitiu constatar que a divulgação dos resultados positivos alcançados pelas IES teve maior ênfase nas instituições do setor privado, que, utilizando-se de seus meios de comunicação, como portais *online*, panfletos e publicidade, noticiavam suas colocações e/ou pontuações como estratégia para alcançar maior notabilidade no mercado. No que se refere às universidades públicas, a utilização dos resultados dos *rankings* visa a ressaltar suas conquistas e os avanços revelados nas boas colocações.

Em contrapartida às virtudes do *ranking* da RPB, encontraram-se diretores e educadores com opiniões críticas a respeito. É o caso do diretor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS (Fabico), Ricardo Schneiders, segundo o qual o método utilizado para a elaboração das listas das melhores escolas é leviano, a ponto de se tornar insignificante perante o corpo docente da faculdade (CAMARANO, 1997). Nesse sentido, Schneiders afirmou que “eles mandam questionários para professores e empresas, mas nosso corpo docente não quer responder, por considerar os quesitos artificiais” (CAMARANO, 1997, p. 1). Dando sequência ao seu argumento, o diretor garantiu que o mau posicionamento ou não da escola não interfere na qualidade do curso e no ingresso de “seus” alunos no mercado de trabalho.

Ainda em relação à metodologia e às repercussões do *ranking* da *Playboy*, seu editor, o jornalista Ricardo Castilho, expôs de maneira clara os objetivos e a postura da RPB diante das repercussões dos *rankings* ao longo das edições. Segundo ele, a “revista *Playboy* não tem a pretensão de se colocar em posição de mudar o ensino”, teria como principal meta “apenas” a ampliação da divulgação das condições do ensino superior (UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO, 1998, p. 10).

Os dados coletados permitem constatar que as críticas ao *ranking* da RPB focam, principalmente, a metodologia adotada. No campo acadêmico, segundo Andrade (2009), *rankings* brasileiros, como os da RPB e o da publicação do GE, se enquadrariam no modelo de *ranking* “foco no produto e subjetivo”. Tal modelo caracteriza-se pela escolha de um produto ou conjunto de produtos gerados pela universidade que possa ser mensurado, sendo que a métrica adotada não é objetiva, e sim subjetiva, uma vez que as informações a respeito do produto (ou produtos) são obtidas por meio de “entrevistas junto a diferentes públicos: alunos, ex-alunos, administradores de instituições de ensino, pareceristas contratados pelo organizador do *ranking* ou professores” (ANDRADE, 2009, p. 6). A crítica referente a esse modelo se dá não por seu objetivo, mas por sua metodologia, considerada subjetiva, tendo em vista a incapacidade de se avaliar adequadamente a qualidade de todas as universidades e seus

diferentes perfis, incluindo as características do corpo docente e dos alunos, assim como as características regionais em uma única lista: o *ranking* (ANDRADE, 2009).

Após se adicionarem os “prós e os contras” na balança, de uma maneira ou de outra, com ou sem críticas, evidenciamos que a utilização dos resultados dos *rankings* pelas universidades públicas e privadas se tornou uma realidade viva nas IES, na medida em que as estratégias para alcançar uma boa colocação nos *rankings* acadêmicos nacionais estão cada vez mais presentes nos objetivos de suas políticas e de sua gestão.

## CONCLUSÃO

A pesquisa realizada permitiu constatar a pouca existência de estudos de base científica que discutem elementos concretos sobre a dinâmica e o funcionamento do *ranking* da RPB, o qual, ao longo de seu percurso, conseguiu elevar sua abrangência de cursos avaliados. Na edição de 1982, foram 15 cursos de graduação; na edição de 1986, 25 áreas do conhecimento. Em 1996, 10 anos depois, o mesmo *ranking* aumentou em 64% o número de áreas classificadas, totalizando 41 áreas, chegando a ter, em 2000 – sua última edição – 46 áreas do conhecimento avaliadas. Esse crescimento só fez evidenciar o sucesso dos *rankings* da revista *Playboy*, ao longo das duas décadas de sua existência. Ela se tornou uma ferramenta que ganhou a confiança e a aceitação do público que os utilizava.

Com base nas particularidades do *ranking* estudado, é possível inferir que o fato de ele ter alcançado expressiva longevidade e popularidade não se resume à aceitação da população consumidora de produtos e serviços educacionais, pois, a partir dos depoimentos apresentados ao longo deste artigo e de tantos outros depoimentos de gestores e membros de cargos administrativos das IES públicas e privadas, constatou-se a aceitação, a utilização e o interesse das próprias universidades pela obtenção de bons resultados e sua decorrente publicização. Nesse sentido, destaca-se a solicitação feita por Sebastião Elias Kuri, vice-reitor da Universidade Federal de São Carlos (UFSC), registrada no *ranking* da edição de 1986, na qual propunha a inclusão dos

cursos de Engenharia de Materiais, Terapia Ocupacional e Fisioterapia como objeto de avaliação, pleiteando, dessa forma, a ampliação do número de cursos a serem ranqueados (ASSEF; RONDEAU, 1986, p. 144). Deve-se destacar, ainda, o fato de os resultados do *ranking* serem utilizados pelas universidades nas informações repassadas para o governo federal como referência da qualidade dos cursos oferecidos, como foi o caso da PUC-SP, que, no relatório enviado para a Capes, em 2000, a respeito das atividades realizadas pelo mestrado em Ciências Contábeis e Atuariais, mencionava que o trabalho feito pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e seu respectivo curso de graduação junto à comunidade em geral “revelou uma excelente imagem e conceito, através do 1º lugar que ambos os cursos obtiveram na pesquisa 2000 da RPB – 19º *Ranking* das Melhores Faculdades do Brasil” (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO, 2000, p. 8).

Em 2000, na edição de setembro da RPB, foi publicado o 19º *Ranking* das Melhores Faculdades do Brasil e, com ele, a última edição de um *ranking* pioneiro presente ao longo das décadas de 1980 e 1990. Nessa última edição, foram avaliadas 46 áreas do conhecimento, sendo enviados 23.000 questionários a professores universitários, chefes de departamento e coordenadores de 219 IES. O *ranking* encerrou sua atuação em um contexto no qual ganhavam força os *rankings* governamentais, decorrentes do Exame Nacional de Cursos (Provão), e no qual também foi consolidada a atuação do *ranking* do GE. Entretanto, por quais motivos o *ranking* da RPB encerrou suas atividades, já que estava em plena ascensão? A resposta a esse questionamento poderá ser obtida por meio de uma pesquisa empírica, com entrevistas com os principais atores da época, não sendo esse o objetivo do estudo ora apresentado.

Dessa forma, encerra-se um *ranking* que, desde sua primeira edição, em 1982, se tornou um marco no campo dos *rankings* na educação superior brasileira, trilha seguida por classificações ou *rankings* acadêmicos públicos e privados que surgiram posteriormente, como o *Ranking* das Melhores Universidades do GE, em 1988, o Exame Nacional de Cursos, em 1996, o Índice Geral de Cursos (IGC), em 2008, e o *Ranking* Universitário Folha (RUF) do jornal FSP, em 2012.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, C. R. S. de. *O brasão e o logotipo: um estudo das novas universidades na cidade de São Paulo*. Petrópolis: Vozes, 2001.

ANDRADE, E. de C. Rankings em educação: tipos, problemas, informações e mudanças – análise dos principais rankings oficiais do brasileiros. *Estudos Econômicos*, v. 41, n. 2, p. 323-343, jun. 2009.

APÓS ONLINE. Rankings: educação executiva na alça mira. *Portal Revista Após*, p. 1-3, 2007. Disponível em: <<http://www.apos.com.br/rankingsfev07.html>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

ASSEF, L.; RONDEAU, J. E. O 5º Ranking Playboy das Melhores Faculdades do Brasil. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 129, p. 144-152, 1986a.

\_\_\_\_\_. Professores e profissionais de recrutamento de grandes empresas indicam os melhores cursos universitários. *Revista Playboy*, São Paulo, Abril, n. 129, 1986b.

ASSUMPÇÃO, E.; LEONE, C. *Universidade analisa produção acadêmica no ensino superior*. maio 2011. Disponível em: <<http://www.infounesp.unesp.br/noticia.php?artigo=6797>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

BALL, S. J. Reformar escolas/reformar professores e os terrores da performatividade. *Revista Portuguesa de Educação*, Braga, v. 2, n. 15, p. 3-23, 2002.

BERNARDINO, P.; MARQUES, R. C. Academic rankings: an approach to rank portuguese universities. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 66, p. 29-48, 2010.

BRITO, M. R. F. O Sinaes e o Enade: da concepção à implantação. *Avaliação*, Campinas, v. 13, n. 3, p. 841-50, nov. 2008.

CABREIRA, L. C. Salários e oportunidades. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 129, p. 1, 1986.

CALDERÓN, A. I.; MATIAS, R. C.; LOURENÇO, H. da S. Os rankings na educação superior: uma aproximação ao Ranking Playboy das Melhores Faculdades do Brasil. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE POLÍTICA E ADMINISTRAÇÃO DA EDUCAÇÃO, 26., 2013, Recife. *Anais...* Recife: ANPAE, v. 1, 2013. p. 1-16.

CALLEJA, T. *La universidad como empresa: una revolución pendiente*. Madrid: Rialp, 1990.

CAMARANO, M. Ranking da Playboy atrai jovens. *Portal dos Sindicatos dos Professores do Estado do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre, ago. 1997. p. 1-2. Disponível em: <<http://www.sinpro-rs.org.br/extra/ago97/educa2.htm>>. Acesso em: 19 dez. 2012.

CARTAS... *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 3 dez. 1998. Especial A.

CASTILHO, R. Os critérios do ranking. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 254, p. 105-117, 1996.

CASTRO, M. H. M. Avaliação institucional para a autogestão: uma proposta. *Revista Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 7, p. 155-72, 1995.

COSTA, C. et al. O universitário ideal, na opinião das empresas. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 140, 1987.

DIAS SOBRINHO, J. Qualidade, avaliação: do Sinaes a índices. *Avaliação*, Campinas; Sorocaba, v. 13, n. 3, p. 817-25, mar. 2010.

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social nas sociedades contemporâneas*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. 316 p.

GOULART, N. USP e Unicamp são estrelas brasileiras solitárias no mais importante ranking de universidades do mundo. Instituições paulistas avançam no Times Higher Education (THE), mas são as únicas do país a figurar na edição 2012-2013 da avaliação. *Portal Revista Veja*, p. 1-2, out. 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/usp-e-unicamp-sao-estrelas-brasileiras-solitarias-no-mais-importante-ranking-de-universidades-do-mundo>>. Acesso em: 7 mar. 2013.

GUIA DO ESTUDANTE MELHORES UNIVERSIDADES. *Campeões do ensino*. 4. ed. São Paulo: Editora Abril, 2005. p. 12-21.

LEITE, Denise. Ameaças pós-rankings, sobrevivência das CPAs e da autoavaliação. *Avaliação*, Campinas, v. 13, n. 3, p. 833-40, nov. 2008.

MARQUES, F. Peso internacional. Rankings mostram o lugar da pesquisa brasileira no mundo e a posição de nossas universidades em áreas específicas. *Pesquisa Fapesp Online*, n. 165, p. 36-38, nov. 2009. Disponível em: <<http://revistapesquisa2.fapesp.br/?art=3983&bd=1&pg=1&lg=>>>. Acesso em: 7 mar. 2013.

MINAMI, T. O Brasil já merece um Nobel, diz professor. *UOL Educação*, maio 2011. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/noticias/2011/05/24/o-brasil-ja-merece-um-nobel-diz-professor-frances.htm>>. Acesso em: 23 ago. 2012.

ORDORIKA, I. *Comentarios al academic ranking of world universities 2008*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008 (Serie Cuadernos de Trabajo de la Dirección General de Evaluación Institucional, n. 1).

ORDORIKA, I.; GÓMEZ, R. R. El ranking Times en el mercado del prestigio universitario. *Perfiles Educativos*, v. 32, n. 129, p. 8-22, 2010.

POLIDORI, M. M. Políticas de avaliação da educação superior brasileira: Provão, Sinaes, IDD, IGC e outros índices. *Avaliação*, Campinas; Sorocaba, v. 13, n. 3, p. 439-52, nov. 2008.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO. *Memória da pós-graduação, sistema de avaliação, síntese e indicadores*. Ciências Contábeis e Atuariais, 2000. p. 1-22. Disponível em: <[http://www1.capes.gov.br/estudos/dados/2000/33005010/027/2000\\_027\\_33005010018P9\\_Programa.pdf](http://www1.capes.gov.br/estudos/dados/2000/33005010/027/2000_027_33005010018P9_Programa.pdf)>. Acesso em: 20 dez. 2012.

EXCLUSIVO: professores e profissionais elegem as 10 melhores faculdades do Brasil. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 80, p. 1-153, mar. 1982.

ROTHEN, J. C.; BARREYRO, G. Avaliação da educação superior no segundo governo Lula: "Provão II" ou a reedição de velhas práticas? *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 32, n. 114, p. 21-38, jan./mar. 2011.

SETTI, R. Histórias secretas de "Playboy" (3): o dia em que contratei a filha de Fidel Castro para posar nua (1ª parte). *Portal Revista Veja*, 8 nov. 2010. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/bytes-de-memoria/historias-secretas-de-playboy-3-o-dia-em-que-contratei-a-filha-de-fidel-castro-para-posar-nua-1%C2%AA-parte/>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SÃO PAULO. Universidade aparece em primeiro lugar em avaliação feita pela Revista Playboy. *Jornal da Unesp*, p. 1-3, 2000. Disponível em: <<http://www.unesp.br/aci/jornal/151/ranking.htm>> Acesso em: 15 mar. 2012.

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. Ranking da Playboy: a metodologia e o impacto. Portal da Universidade Metodista de São Paulo, p. 1-10, jun. 1998. Disponível em: <[http://www2.metodista.br/unesco/seminariosunesco1\\_98.htm#Programação 1 o Semestre 1998](http://www2.metodista.br/unesco/seminariosunesco1_98.htm#Programação%20o%20Semestre%201998)>. Acesso em: 21 fev. 2013.

UNIVERSO ONLINE. USP sobe 20 posições em ranking internacional e é a única da AL entre as 200 primeiras, de outubro de 2012. *Portal Universo Online*, out. 2012. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/noticias/2012/10/03/usp-sobe-20-posicoes-em-ranking-internacional-e-e-a-unica-da-al-entre-as-200-primeiras.htm>>. Acesso em: dez. 2012.

USP avança em ranking internacional e é 139ª colocada. *Portal Revista Veja*, p. 1-2, nov. de 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/usp-avanca-em-ranking-internacional-e-e-139a-colocada>>. Acesso em: 3 jul. 2013.

VIEIRA, P.; ISHI, A. Muito além da graduação. *Revista Playboy*, São Paulo, n. 176, mar. 1990.

---

#### **ADOLFO IGNACIO CALDERÓN**

Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pós-doutor em Ciências da Educação pela Universidade de Coimbra, Portugal (UC). Docente do Programa de Mestrado em Educação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)  
*adolfo.ignacio@puc-campinas.edu.br*

#### **RAONE CEZAR MATIAS**

Graduando em Ciências Sociais na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Pibic-CNPq), de 2012 a 2014  
*raone.matias@hotmail.com*

#### **HENRIQUE DA SILVA LOURENÇO**

Mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), de 2012 a 2014  
*lourengo.hs@gmail.com*

Recebido em: DEZEMBRO 2013

Aprovado para publicação em: MARÇO 2014