

# Oportunidade em educação

ANTÔNIO FÁBIO RIBEIRO

**A** abertura econômica, impulsionada nos últimos três anos, colocou no centro da problemática nacional a questão da educação.

O produto nacional, anteriormente protegido por uma política econômica sustentada na substituição das importações, não tinha por que temer a concorrência do similar estrangeiro.

Essa realidade mudou por força da falência financeira estatal. O Governo, impossibilitado de continuar concedendo incentivos, subsídios e doações, ingredientes indispensáveis à antiga política, reduziu as tarifas alfandegárias, do patamar médio superior a 50% para 14%, em média, com tendência a reduzi-lo ainda mais nos próximos anos.

Resultado: tornou-se comum, desde então, a convivência, nas prateleiras dos supermercados, do produto estrangeiro com o produto nacional em igualdade de preços. Em muitos casos o primeiro passou a ser mais barato que o segundo.

Grças à diferença de preço entre um e outro, a opção do consumidor passou a dirigir-se ao produto estrangeiro. Ao fazer isso, ele constatou outra diferença entre ambos: a qualidade. O da marca estrangeira atende melhor ao desejo do cliente, que lhe concede a preferência, quando seu preço se equipara ao do produto nacional.

Essa opção do consumidor levou a classe empresarial brasileira a um processo de conscientização permanente, graças a uma constatação a que chegou pela prática: a preferência pelo produto estrangeiro, quando ele se equipara, em preço, ao produto nacional, decorre de fato de o cliente perceber nele uma qualidade superior.

De onde vem essa qualidade? Simples: das conquistas científicas e tecnológicas nele agregadas. E tais conquistas, indiscutivelmente, decorrem do maior grau de educação incorporado às mercadorias, materializadas em técnicas de produção mais sofisticadas, cujo resultado se reflete no seu barateamento.

A partir de então, os empresários perceberam mais claramente o valor da educação e a precariedade da qualidade do ensino brasileiro atual, para vencer a barreira que nos separa dos países desenvolvidos, que adquiriram, nos últimos anos, o sistema de ensino às exigências, cada vez mais crescentes, do mercado de trabalho, através da aproximação intensa da escola com a empresa.

Essa é uma das razões principais de os industriais, principalmente, estarem interessados em criar, no âmbito de suas empresas, escolas capazes de reciclar alunos mal formados pela educação tradicional, totalmente dessintonizada das exigências do mercado.

O mal maior do sistema educacional brasileiro situa-se na inadequação do seu currículo às exigências do mundo moderno. Ele continua, ainda, excessivamente escolástico, sem visão de futuro, desorientado em relação às intensas mudanças do processo produtivo, alheio a uma orientação prática, capaz de mobilizar a consciência dos alunos no sentido de prepará-los para a vida real.

Tornou-se tão dramática a inadequação entre o que se ensina nas es-

**“O aluno brasileiro é preparado para servir, não a si mesmo, mas aos outros”**

colas, especialmente nas universidades, e o que se pratica fora delas, no mercado de trabalho, que este passou a enfrentar uma carência crônica de mão-de-obra, cuja superação só será possível se os empresários passarem a formar a sua própria mão-de-obra, tarefa para a qual estão se preparando, rapidamente, sob o risco de as indústrias brasileiras perderem a corrida da qualidade e da competitividade nos próximos anos.

Para superar essa dificuldade enorme, que ameaça, tanto o sistema educacional brasileiro como o processo produtivo nacional, o Sebrae de Minas Gerais, sob o comando do empresário Stefan Bogdan Salej, foi buscar na Austria a tecnologia educacional que deverá, nos próximos anos, revolucionar o ensino brasileiro. Em Minas, o Sebrae está cons-

truindo a Escola Técnica de Formação Gerencial (ETFG), de Segundo Grau, dotada de técnicas, em vigor há mais de 200 anos naquele país europeu, destinadas a valorizar o ensino prático, com objetivo maior de formar empresários.

O aluno, no Brasil, desde o Primeiro Grau até o último ano de faculdade, não recebe uma educação que alimente o seu espírito de energia suficiente para estimulá-lo a obter auto-suficiência e a conquistar uma saudável auto-estima que o conduza a objetivos predeterminados. Ao contrário, em vez de ambicionar a sua independência, traduzida no desejo de conquistar a vida construindo o seu próprio futuro (negócio), o aluno brasileiro é preparado para servir, não a si mesmo, mas aos outros. Enfim, ele estuda para obter um emprego, não para ser empregador. Nossos economistas, advogados, engenheiros, médicos etc., saem das universidades para prestar concursos, ser empregados e não pequenos empresários, que, amanhã, poderão, pelo esforço, perseverança e pertinácia, ser grandes empreendedores.

A escola de formação gerencial, que já está em atividade desde fevereiro deste ano, terá sua sede inaugurada no segundo semestre, em Belo Horizonte. Ela vem para criar a cultura do empreendedor, formar o empresário do amanhã, que terá por ideal e construção de uma sociedade em que o capital e o trabalho se harmonizem na consolidação da justiça social.

Educar para transformar a realidade. Essa será a tarefa da ETFG. O Sebrae pretende transformá-la em **franchising**, de modo a permitir que todos os Sebraes estaduais possam se transformar, antes da virada do século, nos grandes promotores do espírito de iniciativa dos cidadãos, voltados ao fortalecimento de uma genuína cultura do empreendimento privado, única alternativa capaz de possibilitar ao país a energia necessária à superação da crise econômica em que está mergulhado há mais de uma década.

O Sebrae de Minas está dando um exemplo extraordinário ao Brasil. O Ministério da Educação, sem dúvida, precisa olhar com bastante carinho para a Escola Técnica de Formação Gerencial, e buscar, sem mais delongas, parceria com a entidade, para que possam ambos somar esforços na tarefa hercúlea de oferecer à sociedade brasileira uma educação de qualidade, verdadeiramente transformadora da nossa triste realidade educacional.

Antônio Fábio Ribeiro é presidente do Conselho Deliberativo Nacional do Sebrae.