

Ensino torna-se um mercado potencial

Educaçao

Um quarto da população do Estado de São Paulo (seis milhões de pessoas) está cursando o primeiro e segundo graus, um mercado potencial de consumo importante. Além disso, quando esses cidadãos entram no mercado de trabalho mais capacitados, as empresas terão que investir menos na sua formação profissional, diz Carlos Sacco, presidente do Conselho Deliberativo da Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES). É com base nesse raciocínio que um grupo de companhias da área de tecnologia (Sun Microsystems, Oracle do Brasil, Compaq Computers e Lotus Software) está apostando no projeto do Instituto Qualidade no Ensino (IQE), ligado à Câmara Americana de Comércio de São Paulo.

Não se trata apenas de fornecer computadores e softwares, que, aliás, são muito usados para difundir a metodologia em grande escala. "Isso entra como ferramenta pedagógica, mas não resolve o problema", diz o coordenador de relações externas do instituto, João Gilberto dos Santos. O IQE foi formado em 1991 por um grupo integrado por empresários e diretores de escolas estaduais. Eles desenvolveram uma metodologia para melhorar a educação fundamental e promover sua implantação na rede pública. Testado em três escolas de Taboão da Serra e Embu (grande São Paulo), de 1992 a 1994, o método foi considerado um sucesso e transformou-se em "Kit Escola", aplicado a quatro mil alunos de primeiro grau, neste ano. Quando o programa começou, 6% das classes atingiram 70% do currículo de matemática e português. Hoje, 20% chegaram a essa meta.

As companhias americanas de alta tecnologia e telecomunicações, associadas à Câmara de Comércio, trabalham em parceria no projeto de educação a distância, treinamento de professores para o uso de tecnologia nas salas de aula e conexão da escola com a Internet. "Por meio da educação se conseguirá melhorar as condições da cidadania. Essa é uma forma de as empresas colaborarem com o governo", afirma Sacco.

As empresas de software têm po-

líticas específicas para a área educacional e vendem os programas de computador a preços subsidiados entre 15% e 35% para estimular a compra do produto original e não a cópia. "A garotada de 8 a 15 anos já tem a noção do que é original e não gosta de falsificações", diz Sacco.

O desafio, para ele, é fazer com que "a verba bilionária" do BID e de outras entidades financeiras "chegue efetivamente a quem merece. É mais importante avançar em projetos pequenos do que ter pretensão à megalomania", diz. O consumo de microcomputadores no Brasil é de 1,2 milhão de unidades por ano, menos da metade dos três milhões vendidos na América Latina. Proporcionalmente, países menores da América Central têm mais computadores nas salas de aula do que o Brasil.

(M.H.T.)