

Educação Coca-Cola e MEC tentam reduzir evasão escolar

JORNAL DE BRASILIA

20 AGO 1998

O convênio
será aplicado
no Rio e
em São Paulo

A parceria é
uma das 134
firmadas desde
1995

Em vez de abandonar a escola, assumir a responsabilidade pela educação de colegas. Com essa fórmula, o Ministério da Educação (MEC) e a Coca-Cola lançaram ontem um programa de combate à evasão escolar, que será aplicado a partir deste ano no Rio e em São Paulo.

O convênio com o fabricante de refrigerantes é uma das 134 parcerias firmadas entre o MEC e a iniciativa privada ou instituições públicas nos últimos três anos e meio. "A educação não deve ser responsabilidade exclusiva do Estado", afirmou o ministro Paulo Renato Souza, ao defender o envolvimento direto da sociedade na melhoria da qualidade de ensino no País.

O programa Acorda, Brasil - lançado em 1995 - tenta estimular essas parcerias, que já aumentaram em cerca de R\$ 25 milhões os recursos aplicados em educação no Brasil. Destinado ao ensino fundamental, o Programa Coca-Cola de Valori-

zação da Juventude tem como alvo os alunos prestes a largar os estudos. A primeira fase, em 98, será de preparação do material didático e treinamento dos professores das duas escolas selecionadas. Serão criadas 50 vagas para tutores e cada um receberá, por mês, meio salário mínimo (R\$ 65,00) em bônus que poderão ser trocados por mercadorias.

O investimento da Coca-Cola é de R\$ 250 mil. "Buscamos dar uma oportunidade não para os melhores, mas para quem tem problemas", disse o diretor de Relações Externas da Coca-Cola no Brasil, Marco Simões.

Nos cerca de 120 estabelecimentos onde é aplicado - Estados Unidos, Grã-Bretanha e Porto Rico - o programa reduziu a evasão para menos de 2%.

As Secretarias Municipais da Educação de São Paulo e do Rio indicaram três escolas para participar da fase-piloto do programa, que deverá ser ampliado no ano 2000. "A iniciativa privada deve dar o que tem de melhor, pois nenhum governo sozinho consegue fazer uma escola de qualidade", disse a secretária municipal de Educação de São Paulo, Hebe Tolosa, presente à assinatura do convênio.

As parcerias com o MEC incluem empresas como a Fiat e a Sony e bancos como o Itaú, o HSBC Bamerindus e a Caixa Econômica Federal. A Fiat mantém, desde 1996, o Programa Moto Perpétuo, que distribui kits educativos (com videocassetes e material didático) para estudantes em nove Estados. Até o fim do ano, o Moto Perpétuo terá atingido mais de 5 milhões de alunos, em quase 10 mil escolas.