

Parceria com empresas ajuda 20 milhões de alunos

Coca-Cola acaba de fazer acordo com o MEC, com o objetivo de diminuir a evasão escolar dos mais velhos

Christiane Bueno Malta*
de São Paulo

O Programa "Acorda' Brasil", do Ministério da Educação e do Desporto (MEC), contabiliza, em 4 anos, 132 parcerias entre empresas e escolas públicas. A injeção direta de recursos nas escolas, por parte dessas empresas ou instituições, à primeira vista parece pequena — R\$ 25 milhões até agora, pelas contas do MEC —, principalmente quando comparada aos investimentos diretos do governo federal (R\$ 1.070 bilhão). Entretanto, as ações geradas por essas parcerias já beneficiaram 20 milhões de alunos, o equivalente a 60% do total de estudantes da rede pública nos níveis fundamental e médio (33,3 milhões de alunos).

Vale lembrar também que há outros investimentos diretos feitos pelo setor empresarial, mas não registrados por não estarem cadastrados como parceiros formais do MEC, como por exemplo a doação, em 1996, pela Sony da Amazônia, de kits escolares compostos por televisores, videos-cassetes e fitas para 996 escolas públicas estaduais, no valor de R\$ 1 milhão. Ou o programa da Acesita, na área educacional,

com mais R\$ 1 milhão.

Segundo o diretor da Sony da Amazônia, Ichiu Shinohara, a doação possibilitou o treinamento de professores com a exibição do programa TV-Escola e beneficiou cerca de 15 mil alunos. "O apoio às atividades sociais é política da empresa. Já havíamos promovido, na área cultural, concertos em Manaus e em São Paulo, mas a doação dos kits escolares é nossa primeira experiência na área educacional. O resultado foi gratificante e se pudermos, faremos novamente, com prazer", disse Shinohara. A Acesita, por sua vez, parece que tomou gosto pela coisa. Em novembro, doará 100 mil computadores a 21 escolas mineiras.

O coordenador do programa do MEC, Josecler Moreira, disse que, comparativamente à colocação de recursos diretos nas escolas públicas pelo governo federal, de 1995 para cá — R\$ 1,07 bilhão —, os investimentos de parceiros ficam realmente baixos. Contudo, o que se deve comparar é a abrangência de seus resultados. Além disso, as estatísticas mais recentes do MEC mostram tendência de melhora das taxas de aprovação dos alunos do ensino fun-

Indicadores educacionais				
	(Em %)			
	Aprovação	Reproviação	Abandono escolar*	Ano
Ensino fundamental	60,6	18,8	20,6	1998
	70,6	15,7	13,6	1995
	73,0	14,1	12,9	1996
Ensino médio	68,2	10,1	21,6	1995
	74,4	9,9	15,7	1996

Fonte: Ministério da Educação e do Desporto (MEC) * Quando o aluno deixa a escola, mas pode retornar em anos futuros

damental e médio, enquanto caem o abandono e a reproviação.

Preocupada com outro indicador escolar, a evasão, a Coca-Cola acaba de assinar um novo contrato com o MEC. O primeiro projeto, lançado na semana passada, é o "Programa Coca-Cola de Valorização da Juventude". O objetivo é combater a evasão escolar no Brasil estimulando os alunos a permanecer nas salas de aula. A estratégia é valorizar os estudantes mais adiantados com probabilidade de abandonar a escola, elegendo-os tutores dos mais jovens.

O Brasil é o quarto país do mundo a receber o programa, já implantado nos EUA, Porto Rico e Inglaterra. Criado em 1984, o projeto de valorização já atingiu 100 escolas. Nos estabelecimentos beneficiados, segundo a empresa, a evasão reduziu-se para índices inferiores a 2%, quando a taxa média das escolas públicas norte-americanas é 14%.

No Brasil, o programa será implantado em fase piloto no Rio de Janeiro e em São Paulo no início de 1999. Serão selecionados 50 tutores em uma escola de cada cidade. Cada tutor fará o acompanhamento de três estudantes do 1º grau. Durante uma hora por dia, terá de se reunir com

O programa beneficiou, no primeiro ano, 1,4 milhão de alunos do ensino fundamental e ensino médio nos estados de MG, SP, RJ e DF. Neste ano, foram atingidos 4 milhões de alunos, com a ampliação de estados beneficiados como BA, ES, PR, SC e RS, superando assim em 50% a marca para o próximo ano, que é envolver 10 milhões de jovens cursando os ensinos fundamental e médio, explica o diretor adjunto, Nivaldo Nottoli. "Como o nome do programa já diz, as ações serão contínuas".

Moreira disse que o importante é a mobilização da sociedade para a mudança de postura com relação aos problemas da educação. "O programa "Acorda' Brasil" tem conseguido trabalhar com cada segmento, incentivando ações e provocando outras, onde ainda não existiam."

A Angélica Produções teve, há três anos, sua primeira experiência na área educacional ao ceder a imagem da apresentadora para gravações em prol da campanha "Acorda'

Brasil". A doação foi avaliada em R\$ 80 mil, que seria o cachê de Angélica, segundo o diretor-financeiro Sérgio Marba. "Vamos contribuir novamente se convidados."

Segundo o coordenador do MEC, o segmento empresarial é um dos mais férteis em ações, que já existiam desde antes do programa do ministério ser criado, porque o impacto negativo da falta da qualidade na educação é sentido de forma direta na mão-de-obra mal preparada.

Há 15 anos, a Calçados Azaléia, de Parobé (RS), com o preceito de

que qualidade e produtividade são sinônimos e só alcançados com "cérebro-de-obra" e não "mão-de-obra", criou oito projetos de educação e desenvolvimento humano. Desde o pioneiro berçário e a pré-escola para filhos de funcionários, até o apoio a empregados que cursam a universidade. Há ainda cursos de habilitação operacional, de supervisão e gerências de curta duração (de 48 horas).

Para isso, a empresa de 8,4 mil trabalhadores investe 1,64% do faturamento anual de R\$ 490 milhões na área de recursos humanos. Aproximadamente 3 mil pessoas já passaram pelo programa e atualmente 2,2 mil freqüentam os diversos cursos. A meta da empresa é chegar ao ano 2001 com todos os seus funcionários com no mínimo o 1º grau completo. Hoje estão formadas no 1º grau 1.641 pessoas; no 2º, 821 e nos cursos técnicos cem pessoas. A marca está quase nas 3 mil pessoas que puderam concluir o ensino de 1º e 2º graus. Todas essas ações são compensadas pelos índices baixos de absenteísmo e rotatividade na empresa, de 1,2% e 0,7% ao ano, respectivamente, segundo o assessor da diretoria, Ernest Sarlet.

A Câmara Americana de Comércio, que reúne 74 empresas nacionais e estrangeiras, desde 1992 está patrocinando uma experiência pedagógica (treinamento de professores de português e matemática) em quatro escolas estaduais de São Paulo. Estão sendo beneficiados 6,5 mil estudantes de nível fundamental e médio. A repetência e evasão caíram 30%. Até o ano 2000 a meta é alcançar 500 escolas e em 2005, atingir 5 mil.

(* colaborou Deise Leobet, de Brasília)